



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTADURÍA
PÚBLICA Y AUDITORÍA- CPA**

TITULO DEL PROYECTO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE
ELABORA Y COMERCIALIZA ARTESANIAS EN MADERA EN LA CUIDAD DE
MILAGRO”**

AUTORES:

NANCY DEL ROCIO QUINTUÑA SIMBAÑA

CINDY TATIANA RODRIGUEZ ALVARADO

MILAGRO, OCTUBRE DEL 2012

ECUADOR

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Tutor de proyecto de investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comercial de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de tesis de grado con el título **“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa que elabora y comercializa artesanías en madera S.A”**.Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al Título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoria – C.P.A.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Milagro, Octubre del 2012

Presentado por los egresados:

Nancy del Rocío Quintuña Simbaña
C.I. 0301745261

Cindy Tatiana Rodríguez Alvarado
C.I. 0927280438

TUTOR:

Eco. Rosa Espinoza

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros: Egr. Nancy del Rocío Quintuña Y Cindy Tatiana Rodríguez Alvarado, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“Estudio de factibilidad para la Creación de una microempresa que elabora y comercializa artesanías en madera S.A.”**del cual nos responsabilizamos por ser los autoras del mismo y tener la asesoría personal de la Eco. Rosa Espinoza

Milagro, octubre del 2012.

Nancy del Rocío Quintuña Simbaña

C.I. 0301745261

Cindy Tatiana Rodríguez Alvarado

C.I. 0927280438

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico con todo el amor a mi Dios grande y Todopoderoso, por ser el Creador de mi vida y mi apoyo incondicional, mi amigo fiel en cada paso de mi vida estudiantil y personal, por bendecirme y darme las fuerzas necesarias de seguir adelante y lograr mis metas.

A mis hermosos y amados padres Sr. Emilio Rodríguez y Sra. Margoth Alvarado que con esfuerzo y dedicación me guiaron con sus consejos para culminar esta etapa de mi vida, a mis lindos hermanos que me apoyaron en todo momento. A mis abuelitos Esther, Epifanio, Simón, y a mi abuelita Victoria que descansa junto con Dios, son mi vida entera y mi motivo de superación.

A mis profesores que día a día me impartieron sus conocimientos para mi formación profesional. Y por último a todas las personas que han sido parte de mi vida.

Los amo con todo mi corazón y a Dios las gracias por existir en mi vida.

Cindy Rodríguez Alvarado

DEDICATORIA

Dedico esta obra a:

A mi madre Sra. María Transito Simbaña por sus consejos, valores, motivación y educación brindándome siempre su apoyo incondicional respaldándome, asíéndome entender cosas de la vida siendo mi guía y ejemplo a seguir, todo esto me ha permitido ser una persona de bien y alcanzar mis metas.

A mi hermana Martha que ha sido como una segunda madre para mis hijos, gracias por las lecciones de vida, paciencia y enseñanzas en esta etapa de mi vida.

A mi esposo Sr. Julio Peralta por haberme apoyado, paciencia, por tu comprensión en todo momento estando conmigo en las buenas y en las malas.

A mis hijos Andy José y Charly Julio quienes ha iluminado mí vida.

A agradezco el que estén a mi lado siempre.

NANCY QUINTUÑA

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por acompañarme en toda la trayectoria de mi vida y permitirme culminar mis estudios, por regalarme una familia maravillosa de la cual me siento muy orgullosa.

A mis padres, hermanos, abuelitos que fueron mi apoyo espiritual y económico, que día a día me aconsejaban.

A mis profesores mis más sinceros agradecimientos por sus enseñanzas en el desarrollo académico y profesional, y de manera especial a mi tutora Econ. Rosa Espinoza por ser guía para la realización de esta tesis.

Y finalmente a todos mis amigos, fue una grata e inolvidable experiencia compartir con ellos muchos momentos de mi vida y a mi compañera de tesis Nancy Quintuña por ser paciente, por su gran calidad humana entre risas y enojos hemos culminado esta tesis con éxito.

Totalmente agradecida con todas estas personas, gracias por formar parte de esta anhelada meta.

Cindy Rodríguez Alvarado

AGRADECIMIENTO

Agradezco:

A Dios por ser parte esencial en mi vida y primer apoyo en cada momento difícil.

A mi Madre María Transito Simbaña, mis hermanas y hermanos, esposo Julio Peralta, hijos Andy y Charly quienes iluminan mi vida, gracias por acompañarme en todo momento, apoyarme y darme fuerzas en los momentos más difíciles.

A los Docentes que me impartieron conocimientos a lo largo de esta carrera, brindándome siempre comprensión, orientación, enseñanzas y sobre todo paciencia para mi formación profesional.

Igualmente a la Eco. Rosa Espinosa Tutora de Tesis quien me oriento en todo momento en la realización de este proyecto.

Mis eternos agradecimientos a todas estas personas, los llevo en mi corazón.

NANCY QUINTUÑA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

RECTOR DE LA UNEMI

Señor rector el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue la de **“Estudio de factibilidad para la Creación de una microempresa que elabora y comercializa artesanías en madera S.A.”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, octubre del 2012

Nancy del Rocío Quintuña Simbaña
C.I. 0301745261

Cindy Tatiana Rodríguez Alvarado
C.I. 0927280438

**INDICE GENERAL
PÁGINAS PRELIMINARES**

Carátula.....	i
Aceptación por el tutor.....	ii
Declaración de autoría de la investigación.....	iii
Certificación de la defensa.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vii
Cesión de los derechos del autor.....	ix
Índice general.....	x
Resumen.....	xviii
Abstract.....	xix
Introducción.....	1

**CAPÍTULO I
EL PROBLEMA**

1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.1.1. Problematización del Problema.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema.....	5
1.1.3 Formulación del Proyecto.....	5
1.1.4 Sistematización del problema.....	5
1.1.5 Determinación del problema.....	6
1.2 Objetivos.....	6
1.2.1 General.....	6
1.2.2 Específicos.....	6
1.3 Justificación.....	6

**CAPITULO II
MARCO REFERENCIAL**

	Pág.
2.1 Marco teórico.....	8
2.1.1 Antecedentes históricos.....	8
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	12
2.1.3 Fundamentación.....	16
2.2 Marco legal.....	23
2.3 Marco conceptual.....	30

2.4 Hipótesis y variables.....	32
2.4.1 Hipótesis General.....	32
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	32
2.4.3 Variable Independientes y Dependiente.....	33
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	34

CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO

	Pág.
3.1 El tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.....	35
3.2 Población y muestra.....	36
3.2.1 Característica de la población.....	36
3.2.2 Delimitar la población.....	36
3.2.3 Tipo de muestra.....	37
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	37
3.2.5 Proceso de selección.....	38
3.3 Métodos y técnicas.....	38
3.3.1 Métodos teóricos o procedimientos lógicos.....	39
3.3.2 Métodos empíricos complementarios o técnicas de investigación.....	39
3.3.3 Técnica e instrumento.....	39
3.4 El procesamiento estadístico de la información.....	39

CAPITULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

	Pág.
4.1 Análisis de la situación actual.....	40
4.2 Análisis comparativo, evolución tendencia, perspectiva y perspectiva.....	41
4.3 Resultados.....	55
4.4 Verificación de la hipótesis.....	57

CAPITULO V PROPUESTA

	Pág.
5.1 Tema.....	58
5.2 Fundamentación.....	58
5.3 Justificación.....	65
5.4 Objetivos.....	66
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	66
5.4.2 Objetivos específicos.....	66
5.5 Ubicación.....	66
5.6 Factibilidad.....	68
5.7 Descripción de la propuesta.....	69
5.7.1 Actividades.....	81
5.7.2 Recursos análisis financiero.....	88
5.7.3 Impacto.....	98
5.7.4 Cronograma.....	99
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	100
Conclusiones.....	101
Recomendaciones.....	102

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	
Declaración de las variables.....	33
Cuadro 2.	
Operacionalización de las variables.....	34
Cuadro 3	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	41
Cuadro 4.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	42
Cuadro 5.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	43
Cuadro 6.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	44
Cuadro 7.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	45
Cuadro 8	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	46
Cuadro 9.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	47
Cuadro 10.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	48
Cuadro 11.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	49
Cuadro 12.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	50
Cuadro 13.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	51
Cuadro 14.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	52
Cuadro 15.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	53
Cuadro 16.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	54

Cuadro 17.	
Verificación de Hipótesis.....	57
Cuadro 18	
Barrera de entrada.....	72
Cuadro 19	
Productos sustitutos.....	72
Cuadro 20	
Determinantes de la rivalidad.....	73
Cuadro 21	
Poder de los compradores.....	73
Cuadro 22	
Negociación con los proveedores.....	74
Cuadro 23	
Análisis del sector comercial.....	74
Cuadro 24	
Manual de funciones del gerente.....	77
Cuadro 25	
Manual de funciones de la secretaria.....	78
Cuadro 26	
Manual de funciones del supervisor de producción.....	79
Cuadro 27	
Manual de funciones del vendedor.....	79
Cuadro 28	
Manual de funciones de los operarios.....	80
Cuadro 29	
Activos Fijos.....	88
Cuadro 30	
Depreciación de los Activos.....	89
Cuadro 31	
Sueldos y salarios.....	90
Cuadro 32	
Gastos.....	91
Cuadro 33	
Costo directo.....	92

Cuadro 34	
Ingresos.....	92
Cuadro 35	
Inversión.....	93
Cuadro 36	
Financiamiento.....	93
Cuadro 37	
Tabla de amortización.....	94
Cuadro 38	
Estado de pérdida y ganancia.....	94
Cuadro 39	
Flujo de caja.....	95
Cuadro 40	
Balance general.....	96
Cuadro 41	
Índices financieros.....	97

ÍNDICE DE GRÁFICO

	PÁG.
Grafico 1.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	41
Grafico 2.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	42
Grafico 3.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	43
Grafico 4.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	44
Grafico 5.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	45
Grafico 6.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	46
Grafico 7.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	47
Grafico 8.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	48
Grafico 9.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	49
Grafico 10.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	50
Grafico 11.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	51
Grafico 12.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	52
Grafico 13.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	53
Grafico 14.	
Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Milagro.....	54

ÍNDICE DE FIGURA

	PÁG.
Figura 1.	
Mapa.....	67
Figura 2.	
Matriz FO-FA-DO-DA.....	70
Figura 3.	
Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	71
Figura 4.	
Organigrama estructural.....	76
Figura 5.	
Logotipo.....	81
Figura 6.	
Distribución interna de la intermediadora.....	82
Figura 7.	
Anuncio de prensa escrita.....	84
Figura 8	
Afiche.....	85
Figura 9	
Volante.....	86
Figura 10	
Tarjetas de presentación.....	87

RESUMEN

El desarrollo de este trabajo se direcciono al campo de las artesanías específicamente a las de la madera, en el cantón Milagro, este es un sector ampliamente comercial, donde están expuestos una variedad de productos destinados para la ciudadanía de esa localidad como de sectores aledaños, sin embargo existe un espacio poco explotado que es la producción de las artesanías de maderas, productos que gozan de una amplia demanda por sus artísticos detalles.

Las artesanías son consideradas como una fuente esencial de empleo para familias de áreas rurales así como urbanas en lugares turísticos que se dedican a la producción y comercialización de artesanías de madera, barro, toquilla, paja etc. Creando de esta manera pequeñas microempresas o también denominados talleres artesanales familiares.

Debido a la demanda que tiene este tipo de artesanías (madera) se ha planteado una propuesta de creación de una microempresa artesanal que elabore y comercialice artesanías en madera en el cantón Milagro, productos que contarán con diseños innovadores que llamen la atención de los clientes. Para ello se estableció una filosofía corporativa: misión, visión, objetivos.

Para analizar el mercado en el cual incursionara esta nueva alternativa de negocio, utilizando para ello el análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter, donde se estableció el estudio de la competencia sea esta interna y externa, en relación a los proveedores se determinó detalladamente con quienes realizar alianzas. También se detalló los posibles sustitutos y los clientes.

Por último se planteó una proyección financiera detallando los respectivos presupuestos de gastos, costos e ingresos, información que sirvió para establecer los estados financieros, demostrándose a través de los indicadores que esta propuesta es ampliamente rentable.

SUMMARY

The development of this work was routed to the field of Wood crafts specifically in the city of Milagro, this is a wide commercial industry where you can see a variety of products for the citizens of that place and surrounding areas, However, there is a large untapped field production of wood crafts, products that have a wide demand for its artistic details.

Handicrafts are considered a key source of employment for rural families in urban and tourist sites devoted to the production and marketing of handicrafts of wood, clay, shawl, straw etc. There by creating small micro or craft workshops also called family.

Due to the demand that has this kind of handicrafts (wood). It has raised a proposal to create a small business to develop and sell handmade wood crafts in the city of Milagro, products with innovative designs that will call the attention of customers. For this reason it stated corporate philosophy: mission, vision, goals.

Analyzing the market in which alternative will enter this new business, using the five analysis forces of Michael Porter, where he established the study of internal and external competition, regarding suppliers it was determined in detail who make alliances with. Also detailed potential replacements and customers.

Finally, it was raised a financial projection detailing the corresponding expenditure budgets, costs and incomes, this information served to state the financial statements, showing through indicators that this proposal is widely profitable.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad resaltar la producción artesanal a través de las artesanías de madera, puesto que se pudo evidenciar que existe una amplia demanda de esta clase de productos. Actualmente el mercado de las artesanías ocupa un puesto importante en la producción nacional, cabe mencionar que este tipo de productos representan la cultura de nuestro país.

Estas artesanías de madera cuentan con riquezas esenciales y características que depende no solo de lo que contienen si no de cómo se componen, que si el uso que se le da es en su totalidad bueno, estas pueden llegar hacer productos de exportación para el mercado internacional enriqueciendo así la mano de obra de nuestro artesanos con sus estilos exclusivos de fabricación..

El propósito de este proyecto es dar a conocer a la madera como un producto decorativo, innovador y rentable para aquellos emprendedores que desean incursionar en esta actividad comercial. El desarrollo de este trabajo se lo ha realizado en cinco capítulos.

El primer capítulo se encuentra el planteamiento de los problemas, en la delimitación y la evaluación del mismo, donde se puede visualizar las causas encontradas por la ausencia de esta infraestructura. Además de los objetivos de investigación se plantearon cuatro objetivos específicos y un general que abarcan los logros y beneficios que pretendemos alcanzar con el desarrollo del mismo.

El segundo capítulo se refiere al marco referencial donde se ha expuesto información concerniente al tema planteado, tomando datos fundamentados en materia mecánica, además se pude observar las hipótesis que van de la mano con la sistematización del problema, con el fin de ser comprobadas.

El tercer capítulo, se demuestra la modalidad de investigación que permitió definir claramente el problema existente y nos conlleva a formularnos interrogantes con respuestas trascendentales para la realización de una investigación clara y profunda.

En el cuarto capítulo se refiere al análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la ciudadanía Milagrea, donde se pudo conocer que esta propuesta cuenta con un alto nivel de aceptación.

En el quinto capítulo se plantea la propuesta de este trabajo. Se plantea los objetivos y estrategias planteadas tanto administrativas, operativas y marketing. Se encuentra el fundamento legal para la constitución de la microempresa artesanal. También tenemos el análisis de mercado con sus respectivos componentes, se realizó el análisis del FODA de la organización el mismo que nos da a conocer los aspectos positivos y negativos del negocio que se pretende crear. Con este análisis podemos desarrollar un plan estratégico y aprovechar al máximo las oportunidades que nos ofrece el entorno y combatir las amenazas externas que se nos presenten. En lo concerniente al plan de marketing se aplicó las 4 "P" donde se estableció las estrategias publicitarias como volantes, tarjetas de presentación, dípticos, logotipo, afiches.

Por último se planteó conclusiones y recomendaciones en base al desarrollo de proyecto, esperando con ello incrementar los índices económicos de las milagreños.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Milagro es una ciudad que crece día a día, y que requiere de esfuerzos para un mejor desarrollo económico. En los últimos años ha sido unas de las ciudades con mayor progreso en el ámbito comercial, servicios e industrial de la provincia del Guayas, lo que cada día se incrementa la visita de turistas en la ciudad.

Según las estadísticas del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) el cantón Milagro cuenta con una población económicamente activa de 43% de habitantes, que se encuentran distribuidos en los diferentes sectores tanto de servicios, comercial y de manufactura, de todo estos sectores cierta parte de la población del Cantón se dedica a las actividades artesanales que por la falta de apoyo de inversión no pueden desarrollar esta actividad de manera formal, lo que provoca que laboren de modo informal afectando a la imagen y economía del Cantón. Teniendo en cuenta que la ciudad de Milagro está considerada para hacer capital de la región 5, como política del actual gobierno, lo que permitirá el incremento del comercio, y del turismo, y por ende al desarrollo agro-industrial, tal situación preocupa ya que actualmente la ciudad no cuenta con sitios que puedan ser visitados por los visitantes que lleguen a este Cantón

La ciudad cuenta anualmente con muchos profesionales en las diferentes especialidades que al culminar su estudios buscan fuentes de empleo, pero al ver tanta

demanda escasean los puestos de trabajo por pocas empresas comerciales e industriales que brinden a los profesionales opciones de trabajo, como consecuencia migran a otras ciudades vecinas por opciones de trabajo, teniendo en cuenta que se está migrando talento humano necesario para el desarrollo en nuestra ciudad nuevas ideas de innovación y de emprendimiento.

Unas de las fuentes de empleo en la ciudad de Milagro se enfocan a la comercialización de productos como de servicio, esta es una alternativa de desarrollo para un sector específico como son las artesanías, que son productos que fácilmente se pueden posicionar en el mercado, ya que la ciudad cuenta con pequeños talleres de artesanos que se dedican a la comercialización informal de artesanías, puesto a esto no logran crecer por la falta de inversión económica de parte de nuestro gobierno Autónomo y por la falta de un plan de negocio estratégico para este sector.

Como mencionamos anteriormente el desempleo es uno de los problemas predominante que tiene la ciudadanía milagreña, por ello a través de esta investigación es que tomando en cuenta que al desarrollar el sector dedicado a la comercialización de artesanías fomentaríamos a disminuir la tasa de desempleo en nuestra ciudad, y por lo con siguiente brindar nuevas oportunidades de crecimiento laboral a los pocos artesanos de Milagro y fomentar un nuevo mercado que está en constante crecimiento.

Pronóstico

La situación económica mundial sigue siendo depresiva, por lo tanto, Ecuador no está exento, esto hace entrever que las fuentes de empleo seguirán presentando déficit en relación a la población que cada día está en búsqueda de un empleo, especialmente de los profesionales que sienten que sus esfuerzos por superación no se ven recompensados.

Control del pronóstico

Frente a la ausencia de fuentes de empleo, las personas, especialmente los profesionales, deben poner en práctica sus competencias y emplear la creatividad

empresaria para generar fuentes de empleo y de ingresos económicos, para ellos y para otras personas de la sociedad. Milagro aún no ha explotado todo su potencial, es ahí donde deben atacar y descubrir las oportunidades, por ejemplo, el área comercial de las artesanías, que da la posibilidad de crear una microempresa artesanal, de productos representativos de nuestra cultura (artesanías).

1.1.2 Delimitación del problema

Espacio

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Área: Emprendimiento

Sector: Comercial

Tiempo

La información referente al conocimiento científico tendrá una antigüedad no mayor a 3 años.

Universo

La población seleccionada para realizar este proyecto son las personas económicamente activas (PEA) que habitan en la ciudad de Milagro.

1.1.3 Formulación del Problema

¿Cómo incide la carencia de fuentes de trabajo en el desarrollo socio económico del Cantón Milagro?

1.1.4 Sistematización del Problema

¿Cómo afecta la escasa inversión, en el desarrollo económico del cantón?

¿Cómo incide la migración de los nuevos profesionales en el progreso socioeconómico del Cantón?

¿De qué forma el escaso apoyo en proyectos de emprendimientos por parte de las autoridades locales, incide en la creación de microempresas en el cantón Milagro?

¿Cómo incide la creación de un nuevo negocio en la economía del Cantón Milagro?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa de artesanías en madera para el desarrollo socio económico de la Ciudad de Milagro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Determinar cómo incide la carencia de fuentes de trabajo, en el desarrollo socio económico del cantón Milagro, aplicando herramientas investigativas, para contribuir al mejoramiento del entorno comercial.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Establecer cómo afecta la escasa inversión, en el desarrollo económico del cantón.
- Analizar la incidencia de la migración de los nuevos profesionales en el progreso socioeconómico del Cantón.
- Determinar de qué forma el escaso apoyo en proyectos de emprendimientos por parte de las autoridades locales, incide en la creación de microempresas en el cantón Milagro.
- Establecer la incidencia de la creación de un nuevo negocio en la economía del Cantón Milagro.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo económico- industrial, en los últimos años, ha convertido a la ciudad de Milagro en unos de los sectores con mejor progreso dentro de la provincia del Guayas, teniendo en cuenta que el Cantón está considerado para ser capital de la Región 5 como política general planteada por el gobierno nacional actual.

Esta investigación nace del porcentaje de desempleados que existen en el Cantón Milagro, donde muchos profesionales buscan fuentes de empleo y sustento para ellos y sus familias, pero al existir demasiada demanda, migran a otras ciudades a buscar una oportunidad de trabajo, debido que esta plaza de comercio no cuenta con suficientes empresas que satisfagan las necesidades del mercado y a su vez sirvan para ofertar puestos de trabajo de los ciudadanos.

Si se analiza nuestra ciudad, sus necesidades, gustos y preferencias de su gente, podemos obtener grandes oportunidades de emprendimientos exitosos, basta con analizar el mercado y las nuevas tendencias de los mercados globales.

Actualmente los países enfrentan un grave problema de desempleo y de subempleo, por ello, quienes logran terminar o concluir una formación profesional deben buscar la forma de generar sus propias fuentes de empleo.

La investigación plateada es de suma importancia porque pretende identificar nuevas fuentes de actividades económicas que permitan contribuir al desarrollo socioeconómico de nuestra sociedad, aprovechando las oportunidades de mercado y cambiando la forma tradicionalista de generar negocios.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

“La Organización Internacional del Trabajo (OIT) señaló que el mercado laboral en el mundo permanece hundido, con un récord de 205 millones de desempleados, y marcando por tercer año consecutivo su nivel más alto de la historia. Pese al repunte del crecimiento económico en ciertos sectores, el número oficial de desempleados permaneció en 205 millones en 2010. Es una recuperación sin empleo, y por eso la OIT, en su Global Employment Trends 2011 sostuvo que la presunta reactivación económica global carece de impacto en esta esfera”.¹

“Aunque muchos países han comenzado a vivir la reactivación, las variaciones en el desempleo son exasperantemente insignificantes tanto en términos absolutos como relativos. La gráfica para el desempleo de Estados Unidos así lo demuestra. De acuerdo al informe de la OIT, el índice de desocupación global fue de 6,3 por ciento en 2009, de 6,2% al año siguiente, y en 2011 será de 6,1%, equivalente a 203,3 millones de personas sin trabajo. Este será el tercer año consecutivo con más de 200 millones de individuos oficialmente sin empleo”.²

¹ (Jimenez, 2012)

² (Moreno, 2011)

“La crisis estancó la posibilidad de conseguir empleos estables, pues hay en todo el mundo mil 530 millones de seres con un empleo vulnerable o temporal. La ocupación vulnerable ha permanecido en ese nivel desde 2008, contrariamente a la paulatina y significativa tendencia a su reducción en los años previos al inicio de la crisis.

El desempleo juvenil, que ha sido el elemento desencadenante de estallidos sociales en Grecia y Túnez, tiene una evolución igualmente desalentadora. El número de personas de edades comprendidas entre 15 y 24 años que buscan activamente trabajo tuvo una ligera reducción de 79,6 millones a 77,7 millones de personas, con una tasa de 12,6% de desempleo.”³

Desempleo en América Latina⁴

El comienzo de los años noventa registró un cambio de tendencia en el desarrollo económico reciente de América Latina. La transformación radical en el entorno económico internacional, con la implementación de programas de alivio de la deuda y el reinicio de los movimientos de capital hacia la región, puso fin a las transferencias de recursos hacia el exterior que había caracterizado la mayor parte de la década precedente. Ello posibilitó la puesta en marcha de programas de estabilización que lograron controlar la inflación, impulsaron la recuperación modesta de la inversión y reactivaron, aunque a tasas moderadas, el crecimiento económico. Sin embargo, la tasa de desempleo se elevó durante el decenio de 1990, alcanzando en promedio un nivel del orden de 10% de la fuerza de trabajo, y en ciertos países sudamericanos este indicador de hecho se disparó. Así, después de la década de la estabilización de la reanudación del crecimiento, el desempleo era mayor que en 1990, punto final del período que siguió a la crisis de la deuda de principios de los años ochenta. Hoy las tasas de desempleo en varios países latinoamericanos son similares o incluso mayores que las tasas de desempleo más altas entre los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

³ (Economía, finanzas, vivienda, empleo, 2011)

⁴<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/1/20821/Serie-29.pdf>

“El 2010 cierra con un panorama alentador de recuperación económica en América Latina y el Caribe. Casi todos los países mostraron un crecimiento positivo de sus economías, alejándose del fantasma de la recesión.

Los países crecieron conforme fue permitido por su fortaleza macroeconómica y en relación directa a la diversificación y crecimiento de sus mercados externos y de acuerdo a la capacidad de inversión y consumo público y privado en el orden interno.

La recuperación económica también fue favorecida por las políticas de estímulo al crecimiento e inversión, así como por las iniciativas en favor del fomento del empleo, la capacitación, el fortalecimiento del poder de compra de los salarios e ingresos, y la ampliación de la protección social”.⁵

Desempleo en el Ecuador

En el tercer trimestre de 2011 el PIB⁶ registró un crecimiento de 9,00% con respecto al mismo período del año anterior. Dicho crecimiento fue impulsado por el sector no petrolero, cuyo aporte asciende al 96,7% del crecimiento total del PIB. Desde la perspectiva de la oferta y la utilización de bienes y servicio, la formación bruta de capital fijo y el consumo de hogares son los que más aportaron al crecimiento del PIB del tercer trimestre (51,18% y 46,77%, respectivamente). En el período enero-septiembre 2011, el PIB creció en 9,06% en términos reales con respecto a similar período de 2010. Con el escenario actual de expansión económica se pudo observar que el crecimiento del 2011 sobrepasara las previsiones oficiales de 6.5%. Esto puede corroborarse con los indicadores de confianza tanto de empresarios como de consumidores que muestran una senda de crecimiento de 3.74% y 7.93% para el cuarto trimestre. Estas perspectiva de crecimiento y confianza en el aparato producto nacional concuerdan con la evolución del VAB (Valor Agregado Bruto) y del IDEAC (Índice de Actividad Económica Coyuntural), los cuales registran el mismo comportamiento durante el 2011. Tras el crecimiento de 4% del IDEAC en el cuarto trimestre 2011, respecto al trimestre anterior; se espera un escenario de expansión del PIB en el

⁵ (Panorama Laboral 2010 , 2011)

⁶<http://www.mcpe.gob.ec/MCPE2011/documentos/bolindimac/2012/enero-web.pdf>

cuarto trimestre del año lo cual significaría sobrepasar la previsión oficial del crecimiento.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Es importante contar con un marco de referencia en lo que respecta a estudios sobre microempresas dedicadas a la comercialización de artesanías, contribuyendo así al desarrollo socioeconómico de las sociedades en las que se establecen. Estas referencias enriquecen la investigación que se está efectuando y provee de información para la toma de decisiones correspondientes.

1) Institución: UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Tema: Estudio de Factibilidad para la Creación de la Microempresa de Artesanías de Lufa en la Ciudad de Otavalo con cobertura del Mercado Nacional e Internacional

Autor: BANDA, P. Carmen P. & LLERENA, C. Marcia A.

Fecha: IBARRA, OCTUBRE DEL 2010

Resumen: El presente proyecto tiene como finalidad, estudiar la factibilidad para la creación de una microempresa de artesanías de lufa en la ciudad de Otavalo. La comercialización de artesanías al ser una importante fuente generadora de empleo e ingresos desde hace décadas por parte de los artesanos de Otavalo, constituye un motor fundamental en la economía del cantón, y en especial de las familias dedicadas a este negocio. En el proceso de investigación efectuado se encontraron importantes hallazgos, que se los ha analizado e interpretado adecuadamente, el proceso seguido para el diseño de proyectos de factibilidad ha dado como resultado la presentación de esta propuesta de inversión. Al existir insuficiente información sobre el tema investigado, se optó por forjar información primaria, recogida mediante encuestas y entrevistas a la población involucrada, es importante resaltar que en la investigación de mercado se estableció una demanda potencial insatisfecha que la nueva microempresa se proyecta a cubrir. La microempresa de artesanías de lufa funcionará de acuerdo a lo propuesto, con una correcta y eficiente administración, respondiendo a las necesidades de todos los integrantes y beneficiarios de la misma.

Institución: UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO

Tema: Análisis de la gestión administrativa, económica y financiera de la actividad turística del cantón Montalvo, provincia de los ríos y su influencia en el desarrollo socioeconómico de sus habitantes

Autor: LCDA. ROSA AVILEZ MERINO&LCDO. EDUARDO GALEAS GUIJARRO

Fecha: BABAHOYO 2011

Resumen: La presente Tesis enfoca una temática no tratada comúnmente en investigaciones administrativas, como es el análisis administrativo, económico y financiero de una actividad que genera recursos a una comunidad.

La investigación es de suma importancia ya que nos ha permitido determinar los mecanismos para aplicar concepciones de oferta y demanda en la práctica, así como desarrollar estudios administrativos-legales y económicos-financieros.

En el documento encontramos en detalle el proceso desarrollado en la investigación, sustentado con citas bibliográficas referentes a cada una de las temáticas tratadas, así conceptualizamos oferta, demanda, precio, calidad, financiamiento, y el aspecto de pronósticos financieros.

Los problemas que planteamos son reales, los cuales han sido determinados por la observación y que son superados por medio de la investigación y su aplicación a futuro, teniendo como beneficiarios directos a los turistas que visitan el cantón Montalvo, a los inversionistas de centros turísticos ya instalados y a los negocios vinculados a esta actividad.

En el documento se concluye con la necesidad de la organización formal de estas unidades económicas, para lo cual es necesario la estructuración de un organigrama y el detalle de cada una de las funciones directivas y operativas, considerando objetivos, funciones y requisitos para ocupar un puesto.

Institución: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Tema: “EL DESTINO DE LAS REMESAS EN EL ECUADOR: UN ANÁLISIS MICROECONÓMICO SOBRE LOS FACTORES QUE DETERMINAN SU UTILIZACIÓN EN ACTIVIDADES DE INVERSIÓN”

Autor: Guido Gabriel González Casares & Marlon Andrés Viera Mendoza

Fecha: Guayaquil. 2009

Resumen: En el presente trabajo se analizó el tema de las remesas desde un punto de vista microeconómico. Luego de destacar el importante papel que cumplen las remesas en la economía nacional, con sus respectivas implicaciones e impactos positivos, se procedió a investigar cuáles son los determinantes que explican su grado de inversión a nivel nacional. Es decir, qué factores influyen en la decisión del receptor de remesas entre decidir consumir o invertir dicho ingreso. El periodo de análisis comprende los años 2007, 2008 y 2009.

De esta manera, se llevó a cabo una investigación de campo en las ciudades que mayor volumen de remesas reciben anualmente. En base a una muestra de 400 receptores de remesas, se pudo encontrar evidencia de que la mayor parte de las remesas se sigue destinando a gastos de consumo corriente (75%) y aproximadamente un 21% se estaría destinando hacia actividades de inversión. No obstante, estadísticamente, los receptores de remesas no estarían invirtiendo más allá del 20% de sus remesas. El otro 4% se dirige a pago de deudas como las relacionadas al viaje del migrante.

2) Artículo: Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial⁷

“El propósito de este artículo es construir de manera ecléctica y holística las bases de un marco teórico que describa, analice e interprete el fenómeno del emprendimiento empresarial desde el punto de vista interdisciplinario. Se busca que éste sea el fundamento para responder a la pregunta ¿cómo entender el emprendimiento?, y para

⁷http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/26/4_Nuevas%20perspectivas%20para%20entender%20el%20emprendimiento%20empresarial.pdf

construir, a partir de su evolución, diversas perspectivas que enriquezcan su análisis y estudio. De esta manera el emprendimiento es comprendido como un fenómeno práctico, sencillo y complejo, que los empresarios experimentan directamente en sus actividades y funciones; como un acto de superación y mejoramiento de las condiciones de vida de la sociedad. Se pretende analizar y proponer perspectivas de estudio del emprendimiento de los empresarios, sus características personales, y sus implicaciones sociales, políticas, económicas y culturales.

Al analizar las sociedades de hoy, se podría concluir que su desarrollo se debe a que han implementado el fenómeno del emprendimiento con diversas características de motivaciones de afiliación, logro y poder (McClelland, 1961), como directrices para lograr un desempeño eficaz dentro de sus empresas y contribuir con su crecimiento. Estudiar las empresas como centros de desarrollo del emprendimiento exige el análisis de las características de los empresarios como emprendedores y sus diversas perspectivas de estudio, para comprender de manera detallada las diversas contribuciones para la interpretación del emprendimiento como fenómeno socioeconómico, básico para el desarrollo de cualquier sociedad. De esta manera se proyecta el análisis del fenómeno del emprendimiento, a través de los diversos aportes que han realizado investigadores, para su comprensión e interpretación de manera holística como fenómeno cultural.

La comprensión del fenómeno del emprendimiento requiere, primero que todo, analizarlo desde su evolución como aspecto económico y social, para luego estudiarlo desde diversas perspectivas, y en última instancia proponer su análisis desde el punto de vista cultural y psicoanalítico.

Luego, el estado del arte del emprendimiento exige estudiar de manera inter y transdisciplinaria su naturaleza y sus diversos objetos de estudio para poder comprenderlo.”

2.1.3 Fundamentación

Que es el desarrollo socioeconómico

El Desarrollo Socioeconómico es enfatizarnos a un mejor resultado y una mejor calidad de vida para las personas que conforman una nación o que están dentro de un mismo territorio, para ello es necesario una utilización razonada de los recursos del planeta, claro está indicar que sea para el uso y beneficio de las personas a tiempo futuro y presente.

Desarrollo socioeconómico

El desarrollo socioeconómico es la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Se conoce el estudio del desarrollo económico como la economía del desarrollo. La política pública generalmente apunta al crecimiento continuo y sostenido económico, y la extensión de la economía nacional de modo que 'los países en vía de desarrollo' se hagan 'países desarrollados'. El proceso de desarrollo socioeconómico supone ajustes legales e institucionales que son hechos para dar incentivos para fomentar innovaciones e inversiones con el propósito de crear un eficiente sistema de producción y un sistema de distribución para los bienes y los servicios. Para entender por qué ahora solo 1/5 del mundo se considera "desarrollado" (principalmente Japón, Europa Occidental, Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, y pocos más), se debe tener en cuenta que el mundo, desde el punto de vista de un país desarrollado, es un mundo de pobreza y escasez y por lo tanto es fundamental el reconocimiento de que no es que los otros 4/5 de mundo están retrasados, es más bien que el primer mundo ha tenido el "milagro" del desarrollo industrial-capitalista que se originó en Gran Bretaña hacia el fin del s. XVIII y el comienzo del s. XIX y después se difundió a otros países del Primer Mundo. El crecimiento socioeconómico, es también un proceso que implica cambios productivos en el tiempo, siendo materia de estudio de la economía, queda subordinado al logro del desarrollo integral del individuo.

Origen

El origen del desarrollo socioeconómico (que tradicionalmente se había denominado economía social) se puede fijar en la primera mitad del siglo XVIII, mientras que la economía política data de la primera mitad del siglo XVII, aunque habrá que esperar a Adam Smith para hablar propiamente del nacimiento de la economía como ciencia. Por otro lado, hay que tener en cuenta que el segundo tratado relevante de economía política es en el año 1755 y el primero de economía social es en 1736. Así pues, podemos aventurarnos a decir que la economía social ha estado siempre presente en el desarrollo del pensamiento económico. A principio de la historia, los bienes para satisfacer las necesidades humanas se producían en el seno de cada familia en régimen de autoconsumo. Todos sus miembros colaboraban en la fabricación de todo lo necesario para subsistir. Con la revolución Industrial nacieron nuevas empresas, hasta las de hoy que se dedican a grandes producciones de bienes y servicios.” (SCRIBD, 2011)

Cuáles son los problemas que detienen el desarrollo socioeconómico

“En Ecuador Desde el año 1999, una sucesión de crisis político-económicas ha llevado a que su Producto Interior Bruto por habitante haya caído de forma progresiva, reduciéndose en casi un 30%, al desplomarse de 2.035 a 1.429 dólares. Su economía esta dolarizada, y el 80% de la población no satisface sus necesidades básicas.

La precaria situación económica ha acelerado un proceso inédito de emigración, casi un éxodo, con enormes consecuencias económicas, sociales y culturales. Así, en la actualidad, más de 2,4 millones de ecuatorianos trabajan en el extranjero. La pérdida de capital humano es una auténtico drama nacional, pero son precisamente las remesas de trabajadores inmigrantes, junto con los ingresos petroleros, lo que mantiene a flote la economía nacional.

Gracias a las remesas (que en los últimos 20 años bordean los 18.000 millones de dólares, triplicando el Presupuesto General de Estado) se ha reactivado el nivel de consumo principal componente del PIB, lo que ha alentado las importantes, y también la

dependencia externa del país hasta extremos difícilmente comprensibles para una mentalidad europea.

La débil asistencia técnica orientada al desarrollo de las nueva actividades económicas, la falta de una adecuada política de capacitación y asesoramiento técnico, acorde con las condiciones de territorio y sus potencialidades; el escaso fomento de la cultura emprendedora, o las dificultades burocráticas administrativas para el desarrollo de nuevos productos y servicios, son reconocidos como los principales problemas de para el desarrollo socioeconómico de Ecuador.” (DOCUMENTACIÓN COOPERACIÓN, 2012)

2.1.3.1 Fundamentación científica

La palabra “emprendimiento” se deriva del término francés entrepreneur, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. Al describir la evolución histórica del término emprendedor, Verin (1982) muestra cómo a partir de los siglos XVII y XVIII se calificaba de emprendedor al arquitecto y al maestro de obra. De esta manera se identificaba en ellos características de personas que emprendían la construcción de grandes obras por encargo, como edificio y casas. Esta concepción se asocia con el concepto de empresa que se identifica como una actividad económica particular, que requiere de evaluación previa sobre la producción y su equivalente en dinero, que en todo momento de la ejecución los criterios para evaluar la empresa ya están determinados en variables de producto y dinero.

Áreas de conocimiento del emprendimiento

Teniendo en cuenta la relación persona, empresa y entorno, las características de los estudios del emprendimiento se refieren a empresarios de otras culturas, que nada tienen que ver con el entorno colombiano y latinoamericano; de aquí se desprende que la concepción colombiana y latinoamericana del emprendimiento sea diferente de la de otras latitudes, donde las concepciones culturales y económicas influyen mucho el fenómeno emprendedor. Por ello, hay que estudiar el fenómeno emprendedor

colombiano para entender qué características culturales y económicas influyen tanto en la creación de nuevas empresas como en el crecimiento de las que ya existen.

Perspectivas del emprendimiento

Como se ha observado, existen varias tendencias y modelos de emprendimiento que han desarrollado diversos autores. Es indispensable tener la concepción de emprendedor que se quiere estudiar, y analizar las tendencias culturales y su aplicación en el ámbito empresarial, pues esto servirá de base para el desarrollo de un modelo de emprendimiento.

Esta mirada interdisciplinaria permite observar lo complejo y variado que es el fenómeno del emprendimiento. Un punto de partida para estudiar el emprendimiento es reconocer su complejidad y variedad en su análisis.

Desde el punto de vista de estudio del emprendimiento, se identifican cuatro perspectivas de pensamiento: la comporta mental, la psicológica (cognitiva), la económica y la de procesos (Fonrouge, 2002). Esta clasificación se caracteriza por el énfasis en los aspectos estratégicos, beneficiándose de los avances recientes en el campo de la estrategia (Mintzberg et al., 1999); también integra las tendencias cognitivas y de procesos a los campos de la estrategia empresarial como lo define Laroche y Nioche (1994) y Mintzberget al., (1999).

El emprendimiento y la interdisciplinariedad

De acuerdo con lo anterior, el emprendimiento hay que entenderlo e interpretarlo desde diversas perspectivas para estudiar su complejidad, construyendo un discurso inter y transdisciplinario que establezca nuevas formas para su consulta, estudio y entendimiento. Algunos investigadores han recurrido a las consultas bibliográficas y/o citas para identificarla variedad de interpretaciones sobre el emprendimiento.

“Negocio emprendedor”⁸

Antes de iniciar un negocio, el emprendedor debe preguntarse: ¿cuál será el beneficio para el cliente?, ¿qué problemas debemos resolver?, ¿cómo vamos a satisfacer a nuestros clientes? El líder debe saber con claridad qué necesidad va a complacer y de qué forma lo va a conseguir. Para ello, debe centrarse principalmente en el beneficio que le brindará al cliente.

Luego, debe descifrar cuál es el mercado y demostrar que realmente existe clientela que consumirá su producto o servicio. Debe identificar los grupos objetivos, obtener una estimación del tamaño, los segmentos del mercado y conocer los elementos diferenciadores con respecto a la competencia, si es que la hay. Finalmente, debe dejar muy claro cómo se generarán los ingresos y en qué cantidad.

Factores de éxito de un negocio

La idea.

Los recursos para llevar a cabo la idea.

El empresario que promueve y hace realidad la idea.

Emprendimiento: un tema obligatorio para las escuelas de negocios

El crecimiento empresarial, el desarrollo organizacional, la innovación, el diseño, la creatividad y el manejo de nuevas tecnologías en las empresas tienen como fin el emprendimiento. Ante esto, las universidades y escuelas de negocios de todo el mundo han tomado nota, comenzando a incluir este tema como eje principal de los programas académicos.

La creación de nuevas empresas, el análisis de modelos de negocios, la financiación de proyectos, la innovación, la tecnología, el análisis comercial y las cualidades de liderazgo son las áreas predominantes en estos programas que, en los últimos años, están ganándose el interés de los empresarios.

⁸<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/generacion-de-empleo-38884.html>

En términos generales, la innovación, la ética y la sostenibilidad son los valores necesarios para liderar las empresas del siglo XXI. Por ello, los programas especializados en emprendimiento aplican una metodología de formación basada en el desarrollo de una línea de trabajo/investigación, implementando el proyecto desde las distintas disciplinas.

Generación de empleo

Las cifras que van apareciendo con relación al problema de la generación de empleo son cada vez más preocupantes. Una publicación reciente del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) muestra que en el último año el índice de empleo decreció en un 2% en promedio con relación al año anterior.

Este dato se añade a otros publicados recientemente por la prensa, y ratificados a nivel oficial, según los cuales el desempleo abierto alcanza al 14% y el subempleo al 50%. Esto quiere decir que cerca de dos millones de ecuatorianos o carecen de trabajo o lo hacen en condiciones muy precarias.

El problema de fondo está en la ausencia de un modelo económico que defina como prioridad la generación de empleo. En los años 60y 70 se pensó que la industrialización en el caso de América Latina, a través del modelo de sustitución de importaciones-sería la gran fuente generadora de trabajo. El modelo, como tal, funcionó parcialmente, porque los desajustes que provocó en la estructura económica tradicional del país -las migraciones del campo a la ciudad, el proceso de urbanización y la incorporación de tecnología en los procesos productivos- desbordaron la capacidad de la industria para absorber mano de obra. Fue, sin embargo, un modelo que en cuanto al empleo estuvo respaldado por el amparo estatal, que compensaba las deficiencias de la economía privada.

Mercados y el ambiente competitivo

La Competencia Perfecta es un tipo de mercado en donde:
Participan muchas empresas.

Cada una de las cuales vende productos idénticos a las demás.

Participan muchos compradores.

No existen barreras de entrada de nuevas empresas a esta industria.

Las empresas y sus compradores están bien informados acerca de los precios de los productos de cada una de las empresas que participan en la industria.

Competencia Monopolística

Es una estructura en donde:

Compiten un gran número de empresas.

Se producen productos similares, pero con ligeras. Diferencias. Ósea con diferenciación del producto.

Monopolio

Es una estructura de mercado en donde Una sola empresa produce un bien o servicio.

No hay sustitutos cercanos para el bien.

La empresa está protegida de la competencia por una barrera que impide la entrada de nuevas empresas.

En algunos lugares, los proveedores de telefonía, gas, electricidad y agua son monopolios locales, es decir, monopolios restringidos a una localidad específica.

Un ejemplo de monopolio global es Microsoft Corporation, la empresa de desarrollo de programas de computadora que creó Windows, el sistema operativo usado por los computadores personales

Competencia perfecta

La competencia perfecta se caracteriza porque existen muchos compradores y vendedores de un producto que, por su tamaño, no puede influir en su precio; el producto es idéntico y homogéneo; existe movilidad perfecta de los recursos, y los agentes económicos están perfectamente informados de las condiciones del mercado.

Monopolio

Existe monopolio cuando un solo proveedor vende un producto para el que no hay sustitutos perfectos, y la dificultades para ingresar a esa industria son grandes.

Competencia monopolística

La competencia monopolística se caracteriza porque existen numerosos vendedores de un producto diferenciado y porque, en el largo plazo, no hay dificultades para entrar o salir de esa industria.

Oligopolio

Una estructura de mercado oligopólica existe cuando hay pocos vendedores de un producto homogéneo o diferenciado y el ingreso o salida de la industria es posible, aunque con dificultades.”

2.2 MARCO LEGAL

Para establecer un negocio se necesitará realizar los siguientes trámites, para poder estar en goce con las obligaciones según la ley e iniciar sin problemas las operaciones.

La siguiente CODIFICACIÓN Y REFORMAS A LA LEY DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Capítulo I

“DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Concepto de Registro Único de Contribuyentes.- Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.

Art. 2.- Del Registro (Sustituido inc. 1 por el Art. 21 de la Ley 41, R.O. 206, 2-XII-97).- El Registro Único de Contribuyentes será administrado por el Servicio de Rentas Internas.

Todos los organismos del Sector Público así como las instituciones, empresas particulares y personas naturales están obligados a prestar la colaboración que sea necesaria dentro del tiempo y condiciones que requiera dicha Dirección.

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria.- (Reformado por el Art. 4 de la Ley 63, R.O. 366, 30-I-90).- Todas las personas naturales y jurídicas entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez, en el Registro Único de Contribuyentes. Si un obligado a inscribirse no lo hiciere, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, sin perjuicio a las sanciones a que se hiciere acreedor por tal omisión, el Director General de Rentas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción.

También están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, las entidades del sector público; las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional; así como toda entidad, fundación, cooperativa, corporación, o entes similares, cualquiera sea su denominación, tengan o no fines de lucro.

Los organismos internacionales con oficinas en el Ecuador; las embajadas, consulados y oficinas comerciales de los países con los cuales el Ecuador mantiene relaciones diplomáticas, consulares o comerciales, no están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, pero podrán hacerlo si lo consideran conveniente.

Art. 4.- De la inscripción.- La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o apoderados de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las Oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado.

Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes

al de su constitución o iniciación real de sus actividades según el caso y de acuerdo a las normas que se establezcan en el Reglamento.

Aquellos contribuyentes, personas naturales que desarrollen actividades como empresas unipersonales, y que operen con un capital en giro de hasta \$10.000.00 serán considerados únicamente como personas naturales para los efectos de esta Ley. En todo caso, la Dirección General de Rentas, deberá, de conformidad con lo prescrito en el Reglamento, calificar estos casos.

La solicitud de inscripción contendrá todos los datos que sean requeridos, y que señale el Reglamento y se presentarán en los formularios oficiales que se entregarán para el efecto.

En caso de inscripciones de oficio la administración llenará los formularios correspondientes.

Art. 5.- Del Número de Registro.- La Dirección General de Rentas, establecerá, el sistema de numeración que estime más conveniente para identificar a las personas jurídicas, entes sin personalidad jurídica, empresas unipersonales, nacionales y extranjeras, públicas o privadas.

Para las personas naturales, que no constituyan empresas unipersonales, el número de identificación tributaria estará dado por el número de la cédula de identidad y/o ciudadanía.

Art. 6.- De las Sucursales y Agencias.- Las empresas o sociedades que tuvieren sucursales, agencias u otros establecimientos permanentes en el país, al inscribir la matriz tienen también la obligación de registrarlas, utilizando el formulario correspondiente. Si posteriormente constituyeren nuevos establecimientos de esta índole, deberá procederse a su registro en las condiciones estipuladas en los artículos anteriores.

Art. 7.- Del Otorgamiento del Número de Registro.- A la presentación de la solicitud se otorgará el número de inscripción, mediante un certificado de inscripción. Igual procedimiento se observará en el caso de inscripciones de oficio.

Art. 8.- De la Intransferibilidad del Certificado de Inscripción.- El certificado de inscripción con el número de identificación tributaria es un documento público, intransferible y personal.

Art. 9.- De las Responsabilidades.- Los obligados a inscribirse son responsables de la veracidad de la información consignada, para todos los efectos jurídicos derivados de este acto.

En el caso de los responsables por representación se estará a lo dispuesto en el artículo 26 del Código Tributario.

Art. 10.- Del uso del número de Inscripción en Documentos.- El número de inscripción en el Registro Único de Contribuyentes determinado en la forma establecida en el artículo 5 de esta Ley, deberá constar obligatoriamente en los siguientes documentos:

- a) Cédula Tributaria;
- b) Certificado Militar o Cédula de las Fuerzas Armadas;
- c) Certificado de antecedentes personales conferido por la Policía Civil Nacional;
- d) Documento de afiliación personal al Seguro Social;
- e) Licencias de conductores;
- f) Matrículas de Comerciantes;
- g) Matrículas de Industriales;
- h) Cédulas de Agricultores;
- i) Documento de afiliaciones a las Cámaras de Artesanías y Pequeñas Industrias;
- j) Carnés de los Colegios Profesionales;
- k) Registros de importadores y exportadores;
- l) Documentos que contengan la matrícula de vehículos (no placas);

- m) Catastro de la Propiedad;
- n) Declaraciones y comprobantes de pago de toda clase de tributos, cuya recaudación se realice por cualquier tipo de institución;
- ñ) Certificado de no adeudar al Fisco o a los Municipios;
- o) Facturas, Notas de Ventas, Recibos y más documentos contables que otorgan los contribuyentes por actos de comercio o servicios;
- p) Planillas de sueldos de todas las instituciones de derecho público o privado;
- q) Permisos de importación, pólizas de exportación y pedimentos de aduana;
- r) En todos los documentos que el Estado y las instituciones oficiales y privadas confieran en favor de terceros y siempre que se relacionen con aspectos tributarios; y,
- s) En todas las etiquetas y envases de productos que físicamente así lo permitieren.”
(NECTILUS, 2011)

Permiso y patente municipal

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la muy ilustre municipalidad del cantón. Presentando la siguiente documentación:

- Registro único de (RUC). contribuyentes
- Copia de la cedula de identidad del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Formulario de declaración para obtener la patente.

Permiso de dirección de higiene municipal

Para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deberán someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud, mas aun al tratarse de una empresa que provee a sus clientes productos consumo masivo y de primera necesidad. Además se deberá presentar la siguiente documentación:

- Especie de habilitación y funcionamiento.
- RUC.
- Copia de cedula del representante legal.
- Copia de papeleta de votación del representante legal.
- Certificado de salud por cada uno de los empleados de la empresa.

Permiso de funcionamiento del ministerio de salud publica

Documento que se lo obtiene en la Dirección Provincial de salud previamente cumplido los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación:

- Permiso de dirección de Higiene Municipal.
- Registro único de contribuyentes (RIC).
- Copia de cedula del representante legal
- Papeleta de votación del representante legal
- Certificado de salud ocupacional por cada uno de los empleados de la empresa.
- Documento de afiliación a la cámara de comercio.

Afiliación a la cámara de comercio

Emitido por la cámara de comercio donde se vaya a realizar las actividades comerciales, en este caso las gestiones de afiliación deberán realizarse en las instalaciones de la cámara de comercio del cantón Milagro, presentando los requisitos necesarios y el recibo oficial de caja.

Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

Permiso que es emitido por el benemérito cuerpo de bomberos del cantón. Después que un grupo encargado haya inspeccionado las instalaciones, y revisado que se cuenta los recursos necesarios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

CAPITULO II

ACTUACIÓN DE LOS CUERPOS DE BOMBEROS Y BOMBERAS Y ADMINISTRACIÓN DE EMERGENCIAS DE CARÁCTER CIVIL

Competencia

Artículo 19. Los Cuerpos de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de carácter civil, son los órganos competentes para la prevención, preparación y atención de incendios y otras emergencias; así como para la realización de inspecciones técnicas y emisión de informes sobre las condiciones de seguridad en espacios públicos, comerciales o privados de uso público.

Inspecciones

Artículo 20. Ninguna persona podrá oponerse a las inspecciones que el Cuerpo de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de carácter civil competente practique con el fin de evitar cualquier emergencia.

Cumplimiento de normas

Artículo 21. Los Cuerpos de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de carácter civil, verificarán la aplicación de las disposiciones sobre prevención y protección contra incendios y otros siniestros, con el propósito de constatar el cumplimiento de las normas de seguridad en sus respectivas jurisdicciones.

Incumplimiento de normas de seguridad

Artículo 22. Si de las inspecciones realizadas se evidencia la falta o deficiente cumplimiento de dichas normas, el Cuerpo de Bomberas y Bomberos y Administración de Emergencias de carácter civil respectivo notificará a los propietarios, administradores y usuarios de los inmuebles para que procedan a adoptar las medidas respectivas. De no realizarse los correctivos procedentes en los plazos previstos, el Primer Comandante del Cuerpo de Bomberos en coordinación con el Ministerio de Interior y Justicia clausurará temporalmente el inmueble o establecimiento de que se trate, hasta tanto se subsanen las causas que originaron la medida. Las decisiones que se tomen de

conformidad con lo dispuesto en el presente artículo se impondrán mediante acto motivado.

Procesamiento de denuncias

Artículo 23. Los Cuerpos de Bomberos y Bomberas y de Administración de Emergencias de carácter civil, de oficio o por denuncia investigarán las presuntas infracciones a las normas técnicas de prevención y protección contra incendios y otras emergencias, que pongan en peligro el ambiente, la vida de las personas, la integridad de sus bienes o el ejercicio de sus derechos, y están facultados para adoptar en el ámbito de su competencia, las medidas pertinentes para solventar la irregularidad detectada.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Beneficios económicos.- diferencia entre ingresos y costos de una empresa.(www.zonaeconomica.com › Diccionario de Economía)

Competitividad.-La competitividad es un concepto que no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos. La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis -nación, sector, firma-, del tipo de producto analizado -bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción- y del objetivo de la indagación -corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión, etcétera (Pineiro, 1993)(www.monografias.com › Administración y Finanzas)

Comercialización.- Comercialización es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta). La noción de comercialización tiene distintos usos según el contexto. Es posible asociar la comercialización a la distribución o logística, que se encarga de hacer llegar físicamente el producto o el servicio al consumidor final.(www.tumercadeo.com/2010/02/)

Consumidor.-La noción de consumidor es muy habitual en la economía y la sociología para nombrar a la persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por un productor o proveedor. En este caso, el consumidor es un

agente económico que cuenta con los recursos materiales suficientes (dinero) para satisfacer sus necesidades en el mercado.(www.misrespuestas.com)

Clientes: Cualquier elemento de un sistema de información que requiere un servicio mediante el envío de solicitudes al servidor.(www.promonegocios.net)

Demanda.- En términos generales, la "demanda" es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la "oferta") y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos. Ahora, teniendo en cuenta que ésta definición es muy general y que los mercado logos necesitan tener una idea más completa acerca de lo que es la demanda, en el presente artículo se incluye: 1) Las definiciones que proponen diversos expertos en temas de mercadotecnia y economía; y 2) un análisis estructural de la definición de demanda que revela las partes más importantes que conforman la demanda.(www.promonegocios.net)

Emprendimiento.- El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.(www.gerencie.com)

Flexibilidad.-que se acomoda sin dificultad, y de acuerdo a las necesidades del medio.(www.gerencie.com)

Microempresarios: Tienen un máximo nueve empleados en total, tanto remunerados como no remunerados, incluyendo al propio microempresario y a los familiares que trabajen con él (para el caso de los programas de capacitación y asesoría, el umbral de número de empleados se disminuye a siete).(www.zonaeconomica.com › Diccionario de Economía)

Mercado Laboral.- Es el sitio donde se encuentran un grupo de personas que desean ofrecer o vender productos y otro grupo de personas que desean comprar o demandar productos o servicios.(www.zonaeconomica.com › Diccionario de Economía)

Mercado.- En un sentido general, el mercado es el lugar físico o virtual (como el caso del internet) donde se encuentran dos fuerzas que generan procesos de intercambio: 1) La "oferta" y 2) la "demanda".(www.zonaeconomica.com › Diccionario de Economía)

Productos: El resultado de la conjunción de diversas proposiciones lógicas, que exige el valor de verdad de cada una para que el valor de la conjunción o producto sea verdadero. (www.promonegocios.net)

Variables: Una variable es un símbolo que representa un elemento no especificado de un conjunto dado. Este conjunto es denominado conjunto universal de la variable o universo de la variable, y cada elemento del conjunto es un valor de la variable. (www.promonegocios.net)

2.2 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.2.1 Hipótesis General

Las fuentes de trabajo inciden en el desarrollo socio económico del Cantón Milagro.

2.2.2 Hipótesis particulares

- La escasa inversión, afecta el desarrollo económico del cantón.
- La migración de los nuevos profesionales incide en el progreso socioeconómico del Cantón.
- El apoyo en proyectos de emprendimiento por parte de las autoridades locales, incide en la creación de microempresas en el cantón Milagro.
- La creación de un nuevo negocio influye en la economía del Cantón Milagro.

2.2.3 Declaración de variables

Cuadro N° 1

Variables dependientes e independientes

	DEPENDIENTES	INDEPENDIENTES
HG	Desarrollo socio económico	Fuentes de trabajo
HP 1	Desarrollo económico	Escasa Inversión
HP 2	Progreso socioeconómico	Migración
HP 3	Creación de microempresas	Apoyo en proyectos de emprendimiento
HP 4	Economía	Nuevo negocio

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro N° 2

TIPO DE VARIABLE		VARIABLE	Conceptualización	INDICADOR
HG	VI	Fuentes de trabajo	Son las nuevas oportunidades de trabajo generadas por la creación de una empresa.	Porcentaje del Nivel de empleo y de desempleo de la ciudad
HG	VD	Desarrollo socioeconómico	El desarrollo económico se puede definir como la capacidad de países o regiones para crear bienestar económico y social de sus habitantes.	Número de microempresas existentes en nuestra ciudad.
HP 1	VI	Inversión	Es un término con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la ubicación de capital y el postergamiento del consumo.	Número de microempresas existentes en nuestra ciudad
HP 1	VD	Desarrollo económico	Proceso de transformación estructural del sistema económico a largo plazo, con el consiguiente aumento de los factores financieros.	Número de microempresas existentes en nuestra ciudad. .Porcentaje del Nivel de empleo y de desempleo de la ciudad
HP 2	VI	Migración	Desplazamientos de la población que conllevan un cambio del lugar de residencia.	Número de profesionales que han dejado nuestro país. .Porcentaje del nivel de migrantes en los últimos tres años.
HP 2	VD	Progreso socioeconómico	Progreso económico lleva consigo la connotación articulada de partes (principios, reglas, procedimientos, instituciones) armonizadas funcionalmente para la consecución de fines colectivos determinados.	Número de microempresas existentes en nuestra ciudad. .Porcentaje del Nivel de empleo y de desempleo de la ciudad
HP 3	VI	Falta de Apoyo	Es la escasa ayuda que se presta a un sector determinado, que necesita un desarrollo de cambio.	Leyes o políticas de desarrollo microempresarial de las autoridades locales.
HP 3	VD	Creación de microempresas	La creación de microempresas son fuentes de emprendimiento destinadas a ofrecer un producto o servicio a la comunidad.	Número de microempresas existentes en nuestra ciudad.
HP 4	VI	Nuevo negocio	Es una herramienta que nos permite organizar y planificar las actividades que debemos realizar para lograr las metas de nuestra empresa cooperativa.	Implementación del nuevo negocio.
HP 4	VD	Economía	Es la ciencia social que estudia: 1. la relación de los agentes: Extracción, producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios. 2. la forma o medios de satisfacer las necesidades humanas mediante los recursos disponibles que se consideran escasos. 3. y del cómo individuos y colectividades gestionan sus actividades e invierten sus ingresos.	Nivel de Empleo. .Ingreso percápital.

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene una investigación de tipo:

DOCUMENTAL. La investigación documental es aquella que se realizó a través de la consulta de documentos (libros, Revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.).

Nuestra investigación fue documental porque se caracterizó por la utilización de documentos y todo tipo de informes que presenten información referente al tema investigado.

DESCRIPTIVA. Describen los hechos como son observados.

La investigación fue de tipo descriptiva porque se realizó el análisis y síntesis referente a cada variable.

EXPLICATIVO. Este tipo de estudio buscó el porqué de los hechos, estableciendo relaciones de causa- efecto.

Explicativa puesto que van más allá de una descripción de conceptos, su propósito fue explicar razones causales de por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, llevando su empleo a relacionar las variables de investigación.

DE CAMPO. La de campo o investigación directa es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio

De Campo ya que este tipo de investigación fue apoyó en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la Población

La presente investigación estuvo dirigida a toda la ciudadanía milagreña, la misma que tiene 166634 habitantes según datos oficiales entregados por el INEC, luego de la realización de su último censo nacional del año 2010. Sin embargo, para la investigación se ha considerado a la población cuyas edades oscila en el siguiente intervalo de edad: 18 a 70 años, independientemente del género.

Por consiguiente la población de estudio corresponde a 128554 habitantes.

3.2.2 Delimitación de la población

La población de estudio debe considerar aspectos geográficos y demográficos:

Aspecto geográfico:

País: Ecuador

Región: 5

Cantón: Milagro

Zona: Urbana

Aspectos Demográficos:

Edad: 18 a 70 años

Género: hombres y mujeres

3.2.3 Tipo de muestra

Muestras No Probabilística es un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación. A veces, para estudios exploratorios, el muestreo probabilístico resulta excesivamente costoso y se acude a métodos no probabilísticos, aun siendo conscientes de que no sirven para realizar generalizaciones (estimaciones inferenciales sobre la población), pues no se tiene certeza de que la muestra extraída sea representativa, ya que no todos los sujetos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos. En general se seleccionan a los sujetos siguiendo determinados criterios procurando, en la medida de lo posible, que la muestra sea representativa.

La muestra elegida para el presente estudio es la no probabilística ya que al seleccionarse intencionalmente se pudo obtener una gran riqueza por la variedad de información para su recolección y análisis de datos.

3.2.4 Tamaño de la muestra

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1) E^2}{z^2} + pq}$$

$$n = \frac{128.554 (0,5) (0,5)}{\frac{(128554 - 1) 0,05}{1,96} (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{128.554 (0,25)}{\frac{128553 0,0025}{3,84} 0,25}$$

$$n = \frac{32138,5}{\frac{321,3825}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{32138,5}{83,6933594} + 0,25$$

$$n = \frac{32138,5}{83,943359}$$

$$n = 382$$

3.2.5 Proceso De Selección

Muestreo de cuotas

También denominado en ocasiones "accidental". Se asienta generalmente sobre la base de un buen conocimiento de los estratos de la población y/o de los individuos más "representativos" o "adecuados" para los fines de la investigación. Mantiene, por tanto, semejanzas con el muestreo aleatorio estratificado, pero no tiene el carácter de aleatoriedad de aquél. En este tipo de muestreo se fijan unas "cuotas" que consisten en un número de individuos que reúnen unas determinadas condiciones

En el presente estudio se aplicó al proceso de sujeto tipo, debido a que se trabajó con la población de la ciudad de Milagro.

3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

Los métodos teóricos que se aplicaron en la observación son:

Inductivo su empleo permitió obtener información particularizada sobre el objeto de investigación para proceder a efectuar conclusiones particulares y luego efectuar una deducción o generalización que ayude en la toma de decisiones como soluciones al problema planteado.

Deductivo debido a que presentan conceptos, definiciones o normas generales de las cuales se extraen conclusiones y además utiliza una información general para formular una solución posible a un problema dado.

Síntesis ya que pasa de lo incierto a lo concreto y consiste en combinarlos mediante la síntesis, logrando la sistematización del conocimiento científico.

Comparativo porque permite establecer mediante la comparación de las similitudes y diferencias existentes entre los distintos objetos, fenómenos y procesos.

Estadístico debido a que analiza la información obtenida para obtener un resultado confiable y de esta manera tomar decisiones correctas. Este método tiene como propósito la comprobación.

Analítico debido a que consiste en la separación de un todo, descomponiéndolo en sus elementos para observar las causas, éste método permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, comprender mejor su comportamiento.

3.3.2 Métodos Empíricos

El método empírico que se empleó dentro de esta investigación fue el de observación debido a que prestó mayor atención al comportamiento de las personas al introducir al mercado un nuevo producto.

3.3.3 Técnicas e instrumentos de la investigación

La técnica que se aplicará para el presente estudio será la encuesta con su respectivo instrumento, en este caso el cuestionario, que estará elaborado con una Escala de Likert y consta de 14 preguntas.

3.4 Propuesta de procesamiento estadístico de la información

Para el procesamiento estadístico de la información la herramienta que se utilizó en el presente proyecto fue utilitario de office Excel que se aplicó para la tabulación de las muestras escogidas y su respectivo análisis.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 ANALISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Milagro es un sector que se caracteriza por ser altamente comercial, industrial y productivo, sin embargo en la actualidad se puede evidenciar que existe un nivel de desempleo representativo que está afectando la economía de esta localidad, debido a la falta de creación de nuevas fuentes de emprendimiento.

Dentro del emprendimiento se identifican los grupos objetivos, obtener una estimación del tamaño, los segmentos del mercado y conocer los elementos diferenciadores con respecto a la competencia, si es que la hay. Finalmente, debe dejar muy claro cómo se generarán los ingresos y en qué cantidad.

Este trabajo está enfocado a identificar nuevas fuentes de trabajo en este sector, para ello se ha realizado un estudio investigativo, con el fin de determinar las distintas causas que han generado el índice de desempleo en este cantón.

Se ha planteado varias hipótesis referentes a los sub-problemas de esta problemática, las mismas que se verificaran en el proceso de encuesta, para de esa manera plantear la mejor opción de emprendimiento en este cantón.

4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA

1.- ¿El empleo o trabajo significa una fuente de ingreso económico?

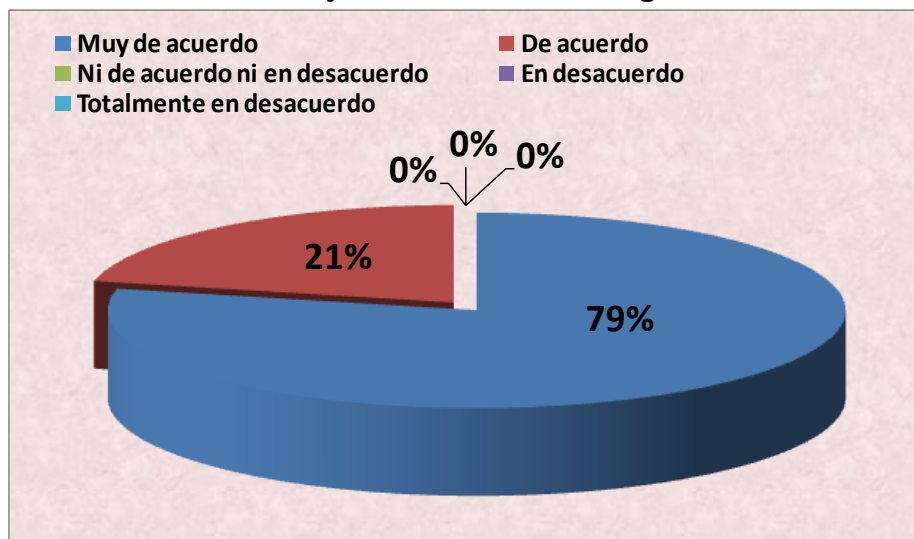
Cuadro # 3
El trabajo como fuente de ingreso

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<i>Muy de acuerdo</i>	300	79%
<i>De acuerdo</i>	82	21%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	0	0%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Datos obtenidos del proceso de la encuesta realizada

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Grafico # 1
El trabajo como fuente de ingreso



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez.

Lectura interpretativa: Los resultados obtenidos en la encuesta nos indican que el 79% de los encuestados están muy de acuerdo y el 21% están de acuerdo que el empleo significa una fuente de ingreso económico y que esto sería un punto rentable para la ciudad.

2.- ¿El Desarrollo socioeconómico de una ciudad depende de que sus habitantes posean empleo?

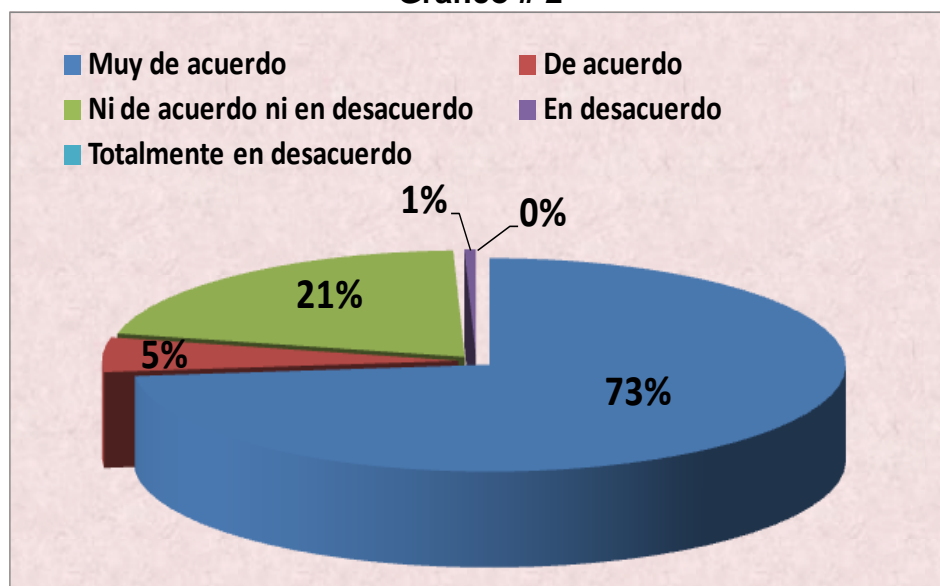
Cuadro# 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<i>Muy de acuerdo</i>	280	73%
<i>De acuerdo</i>	20	5%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	80	21%
<i>En desacuerdo</i>	2	1%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Datos obtenidos del proceso de la encuesta realizada

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Grafico # 2



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez.

Lectura interpretativa: Podemos decir que existe un porcentaje considerable que corresponde al 73% de los encuestados que están muy de acuerdo, 21% no tienen conocimiento, 5% de acuerdo y el 1% en desacuerdo de que para que exista un buen desarrollo socio-económico los habitantes deberían poseer empleos, y así generar economía dentro de la Sociedad y el cantón.

3.- ¿Milagro posee un nivel de inversión bajo, lo que afecta a su desarrollo como ciudad?

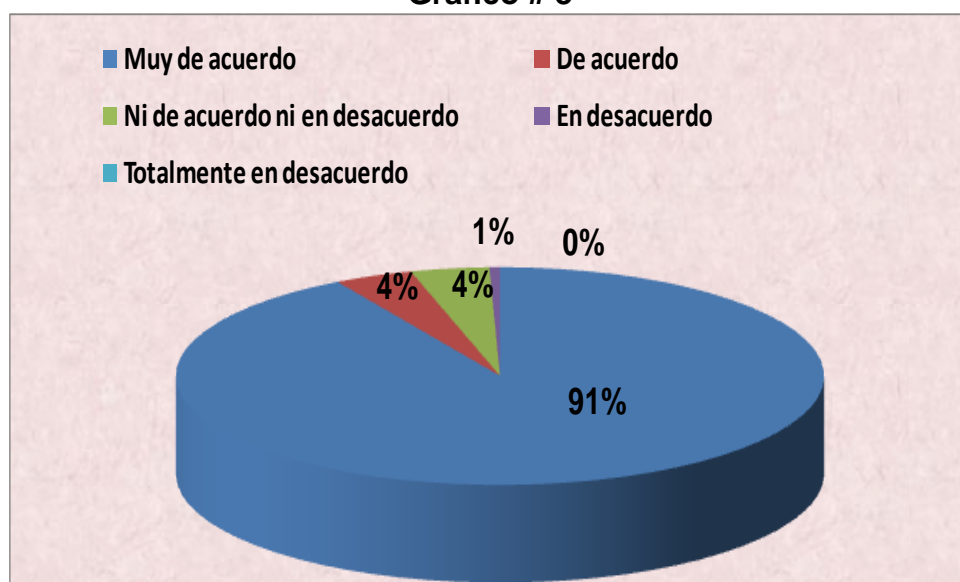
Cuadro# 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<i>Muy de acuerdo</i>	350	91%
<i>De acuerdo</i>	15	4%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	15	4%
<i>En desacuerdo</i>	2	1%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Datos obtenidos del proceso de la encuesta realizada

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Grafico # 3



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez.

Lectura interpretativa: El 92% de los encuestados están muy de acuerdo, el 4% están de acuerdo, el 4% no tienen conocimiento y el 1% en desacuerdo que Milagro posee un nivel de inversión bajo, lo que afecta a su desarrollo como ciudad, por ello, es importante que se creen nuevas plazas de trabajo.

4.- ¿El desarrollo socioeconómico de Milagro se ve afectado por el bajo nivel de inversión que existe?

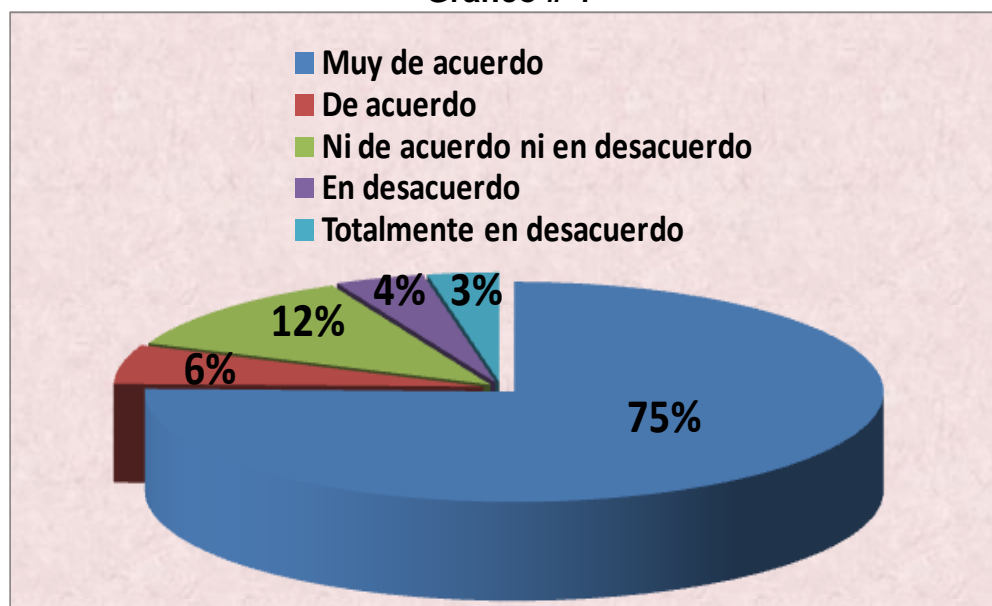
Cuadro # 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<i>Muy de acuerdo</i>	288	75%
<i>De acuerdo</i>	22	6%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	45	12%
<i>En desacuerdo</i>	15	4%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	12	3%
TOTAL	382	100%

Fuente: Datos obtenidos del proceso de la encuesta realizada

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Grafico # 4



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez.

Lectura interpretativa: El 75% de los encuestados están muy de acuerdo el 12% no tienen conocimiento, el 6% están de acuerdo, el 4% está en desacuerdo, el 3% están totalmente en desacuerdo que el desarrollo socioeconómico de Milagro se ve afectado por el bajo nivel de inversión que existe.

5.-. ¿Los habitantes de Milagro ven afectada su economía como resultado de no existir una mayor inversión en el desarrollo de la ciudad?

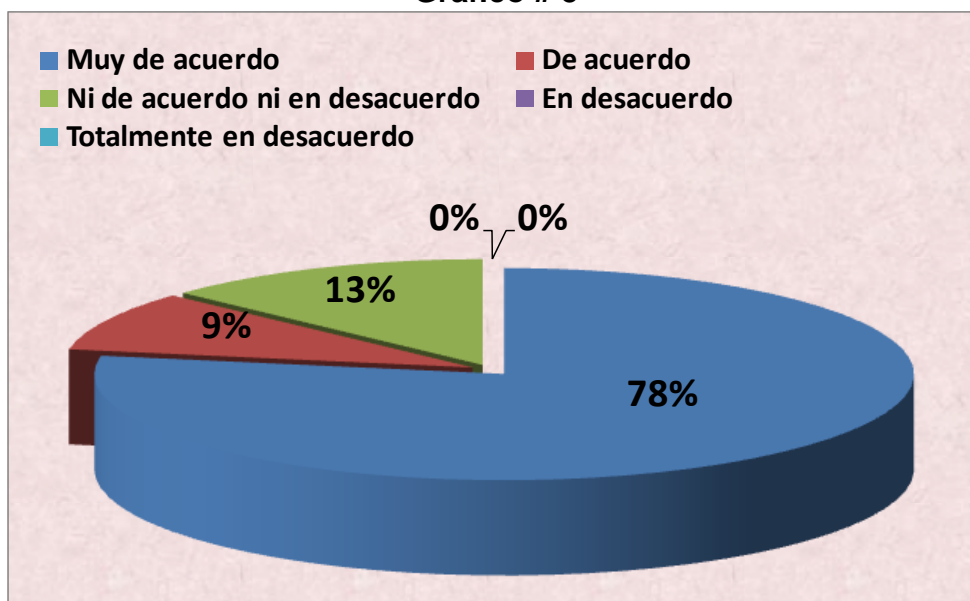
Cuadro # 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<i>Muy de acuerdo</i>	297	78%
<i>De acuerdo</i>	35	9%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	50	13%
<i>En desacuerdo</i>	0	0%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Datos obtenidos del proceso de la encuesta realizada

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Grafico # 5



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Lectura interpretativa: El 78% de los encuestados están muy de acuerdo, el 13% no tienen conocimiento, el 9% están de acuerdo que los habitantes de Milagro ven afectada su economía como resultado de no existir una mayor inversión en el desarrollo de la ciudad.

6.- ¿Existe un gran número de milagreños que han tenido que migrar para encontrar fuentes de empleo y de progreso en su calidad de vida?

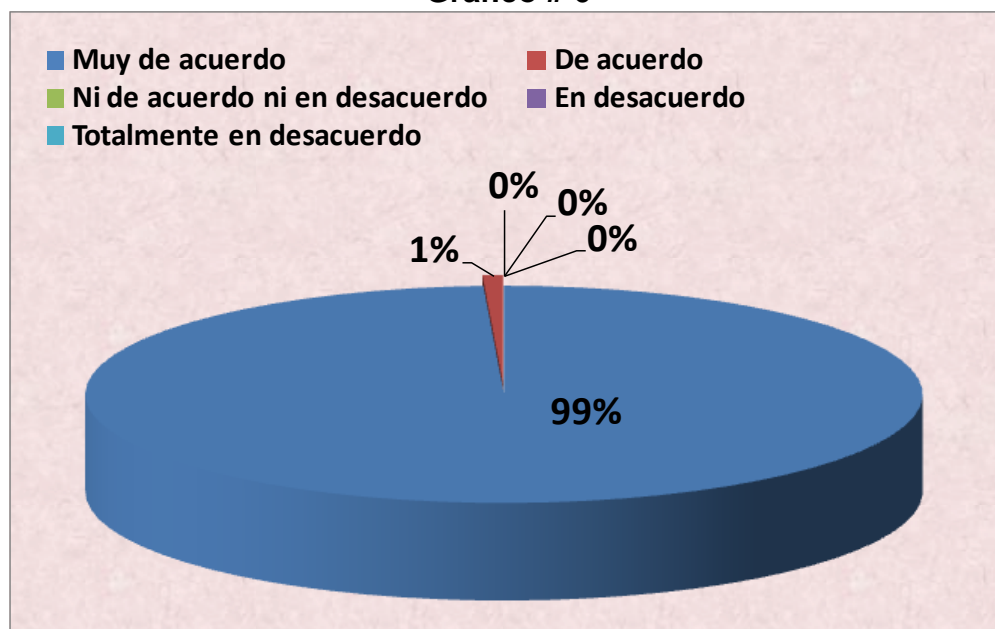
Cuadro# 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<i>Muy de acuerdo</i>	379	99%
<i>De acuerdo</i>	3	1%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	0	0%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Datos obtenidos del proceso de la encuesta realizada

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Grafico # 6



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Lectura interpretativa: El 99% de los encuestados están muy de acuerdo, el 1% están de acuerdo que existe un gran número de milagreños que han tenido que migrar para encontrar fuentes de Employment de progreso en su calidad de vida.

7.- ¿La migración de muchos milagreños ha afectado al desarrollo económico que actualmente presenta nuestra ciudad?

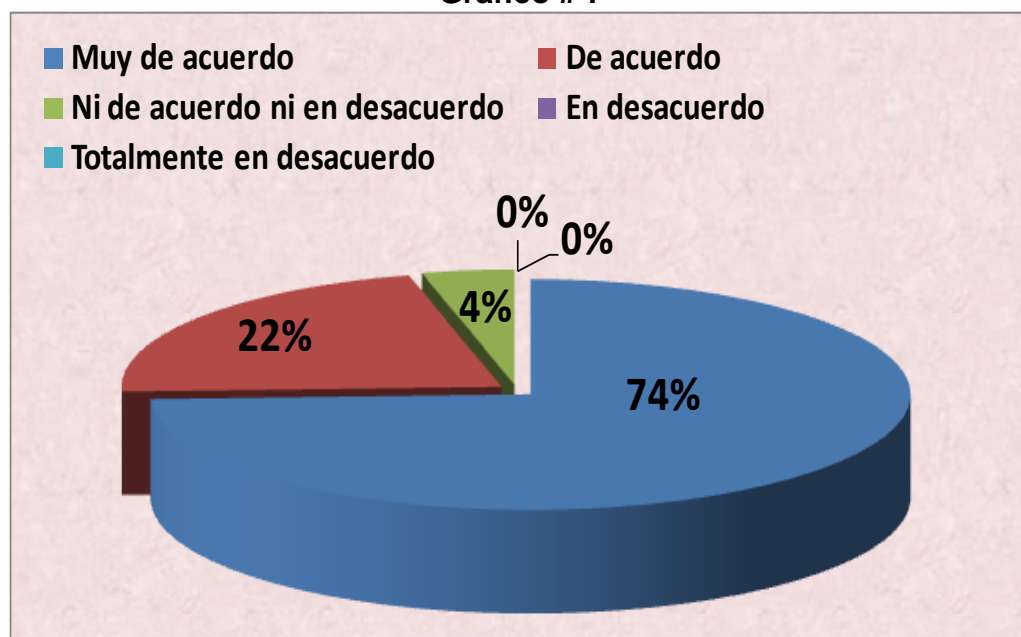
Cuadro # 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<i>Muy de acuerdo</i>	284	74%
<i>De acuerdo</i>	83	22%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	15	4%
<i>En desacuerdo</i>	0	0%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Datos obtenidos del proceso de la encuesta realizada

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Grafico # 7



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Lectura interpretativa: El 74% de los encuestados están muy de acuerdo, el 22% están de acuerdo, el 4% no tiene conocimiento que la migración de muchos milagreños ha afectado al desarrollo económico que actualmente presenta nuestra ciudad.

8.- ¿La migración ha sido una opción dolorosa para aquellos milagreños que no encuentran empleo en nuestra ciudad?

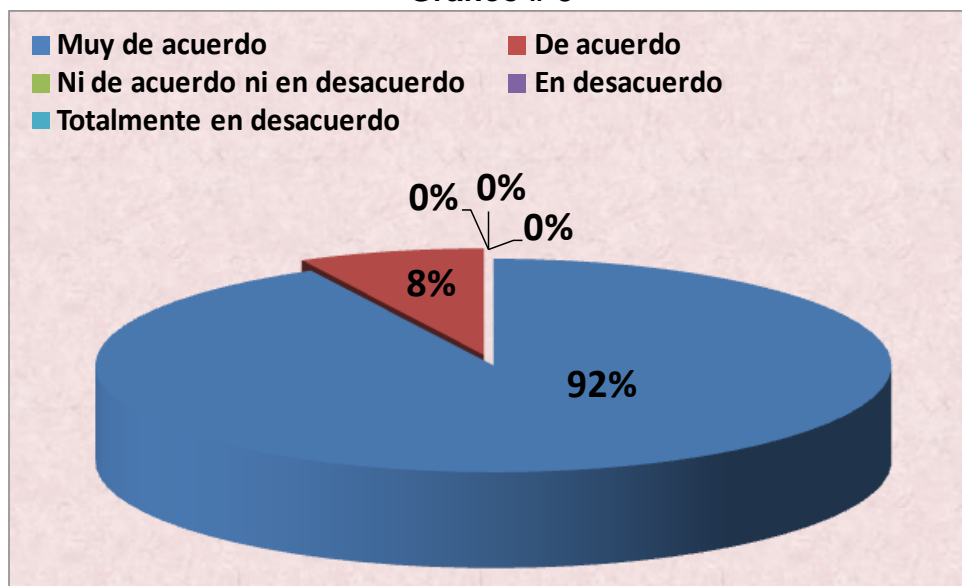
Cuadro # 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<i>Muy de acuerdo</i>	353	92%
<i>De acuerdo</i>	29	8%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	0	0%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Datos obtenidos del proceso de la encuesta realizada

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Grafico # 8



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Lectura interpretativa: El 92% de los encuestados están muy de acuerdos, el 8% están de acuerdo que la migración ha sido una opción dolorosa para aquellos milagreños que no encuentran empleo en nuestra ciudad.

9.- ¿Las autoridades locales, actualmente se preocupan y prestan apoyo para desarrollar emprendimientos?

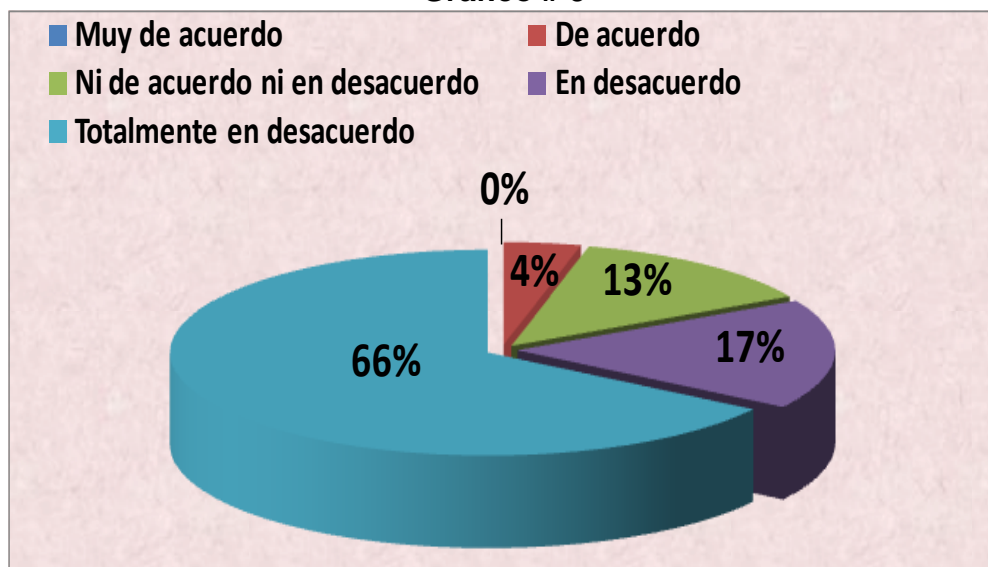
Cuadro # 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<i>Muy de acuerdo</i>	0	0%
<i>De acuerdo</i>	15	4%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	50	13%
<i>En desacuerdo</i>	66	17%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	251	66%
TOTAL	382	100%

Fuente: Datos obtenidos del proceso de la encuesta realizada

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Grafico # 9



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Lectura interpretativa: El 66% de los encuestados están muy de acuerdo, el 17% en desacuerdo, el 13% no tiene conocimiento, el 4% están de acuerdo que las autoridades locales, actualmente se preocupan y prestan apoyo para desarrollar emprendimientos.

10.- ¿Existen programas de las autoridades locales para promover la presentación de proyectos de emprendimiento en nuestra ciudad?

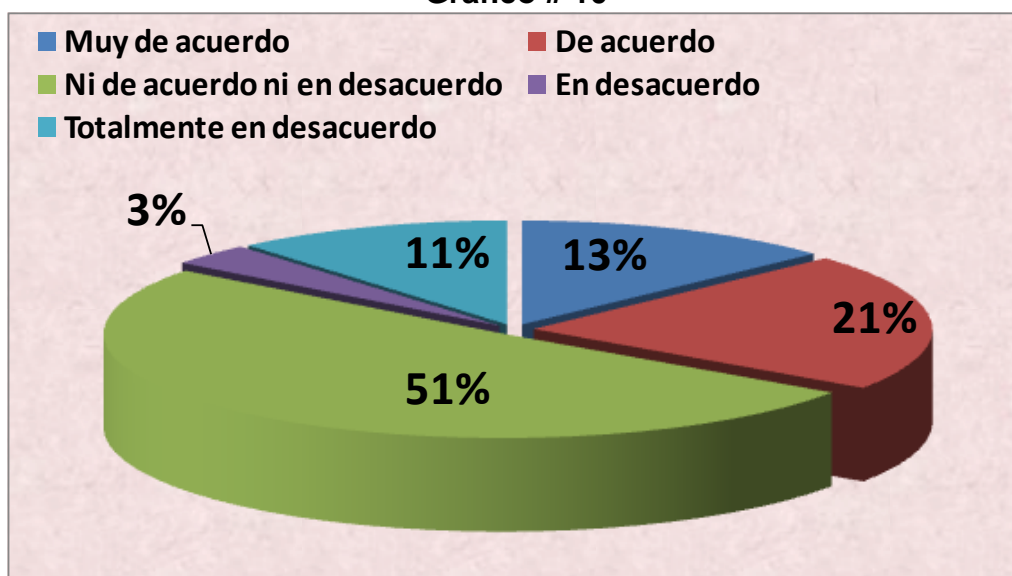
Cuadro# 12

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<i>Muy de acuerdo</i>	50	13%
<i>De acuerdo</i>	82	21%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	194	51%
<i>En desacuerdo</i>	13	3%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	43	11%
TOTAL	382	100%

Fuente: Datos obtenidos del proceso de la encuesta realizada

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Gráfico # 10



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Lectura interpretativa: El 51% no tienen conocimiento, el 21% de acuerdo, el 13% está muy de acuerdo, el 11% está totalmente en desacuerdo, el 3% está en desacuerdo que existen programas de las autoridades locales para promover la presentación de proyectos de emprendimiento en nuestra ciudad.

11.- ¿Las microempresas que existen en la ciudad (Milagro), son el resultado del apoyo y asesoría que brinda el gobierno local?

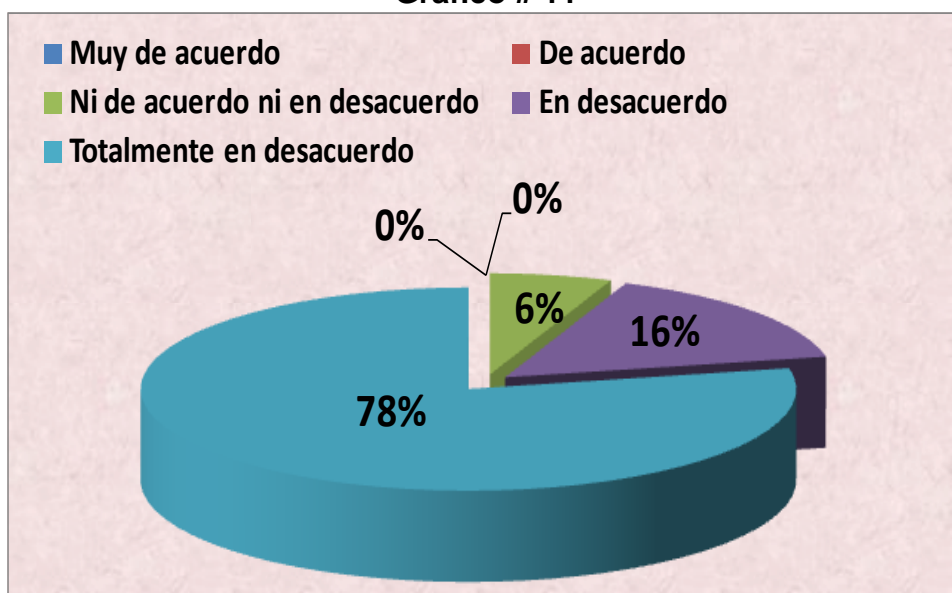
Cuadro# 13

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<i>Muy de acuerdo</i>	0	0%
<i>De acuerdo</i>	0	0%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	23	6%
<i>En desacuerdo</i>	60	16%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	299	78%
TOTAL	382	100%

Fuente: Datos obtenidos del proceso de la encuesta realizada

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Grafico # 11



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Lectura interpretativa: El 78% de los encuestados están totalmente en desacuerdo, el 16% están en desacuerdo, el 6% no tiene conocimiento que las microempresas que existen en la ciudad (Milagro), son el resultado del apoyo y asesoría que brinda el gobierno local.

12.- ¿Las microempresas milagreña son el resultado de los deseos de progreso de la gente de este Cantón, sin haber recibido apoyo de autoridades locales?

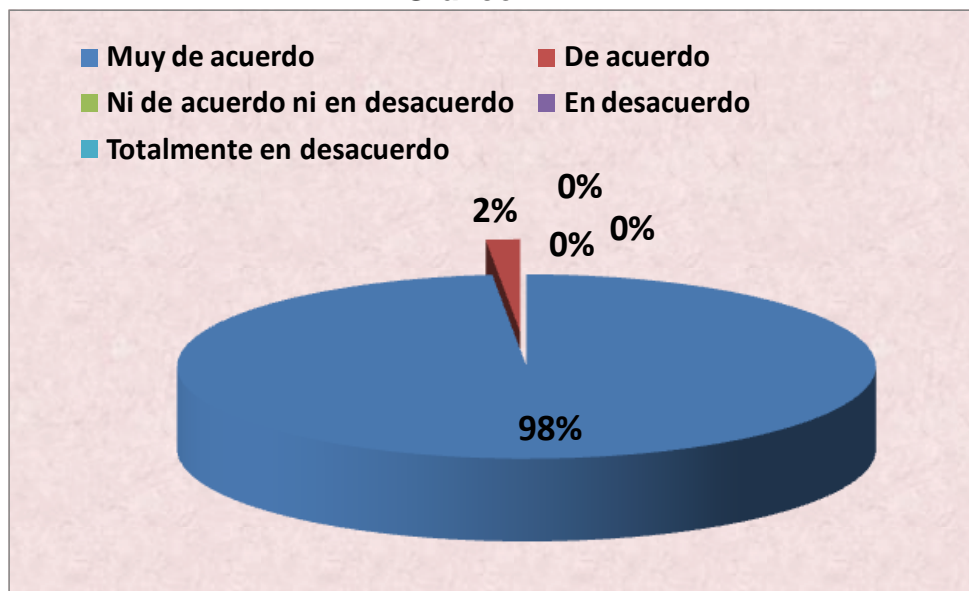
Cuadro# 14

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<i>Muy de acuerdo</i>	376	98%
<i>De acuerdo</i>	6	2%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	0	0%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Datos obtenidos del proceso de la encuesta realizada

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Gráfico # 12



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Lectura interpretativa: El 98% de los encuestados están muy de acuerdo, el 2% está de acuerdo que las microempresas milagreña son el resultado de los deseos de progreso de la gente de este Cantón, sin haber recibido apoyo de autoridades locales.

13.- ¿La creación de nuevos negocios en nuestra ciudad, permitirá mejorar la economía de algunos milagreños?

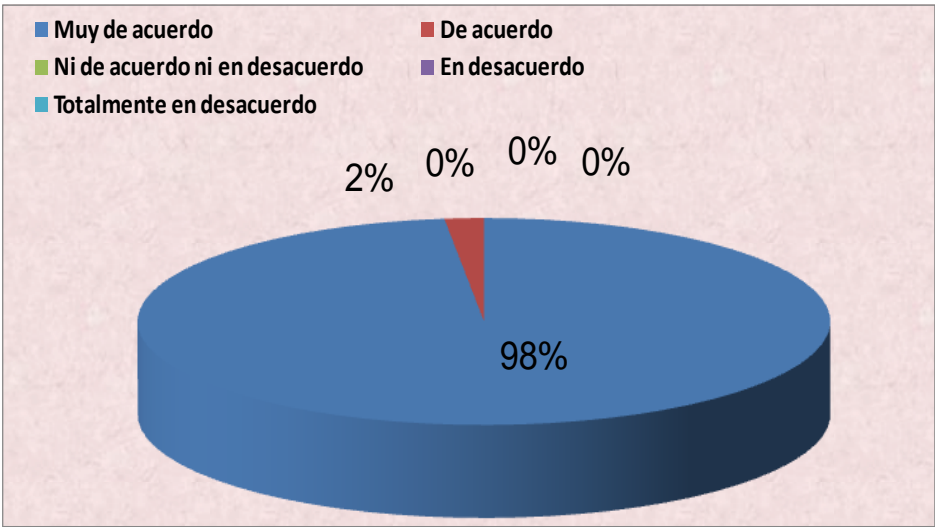
Cuadro # 15

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<i>Muy de acuerdo</i>	375	98%
<i>De acuerdo</i>	7	2%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	0	0%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Datos obtenidos del proceso de la encuesta realizada

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Grafico # 13



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Lectura interpretativa: El 98% de los encuestados están muy de acuerdo, el 2% están de acuerdo que la creación de nuevos negocios en nuestra ciudad, permitirá mejorar la economía de algunos milagreños.

14.- ¿Si en la ciudad se crearan más microempresas, esto ayudaría al problema de desempleo?

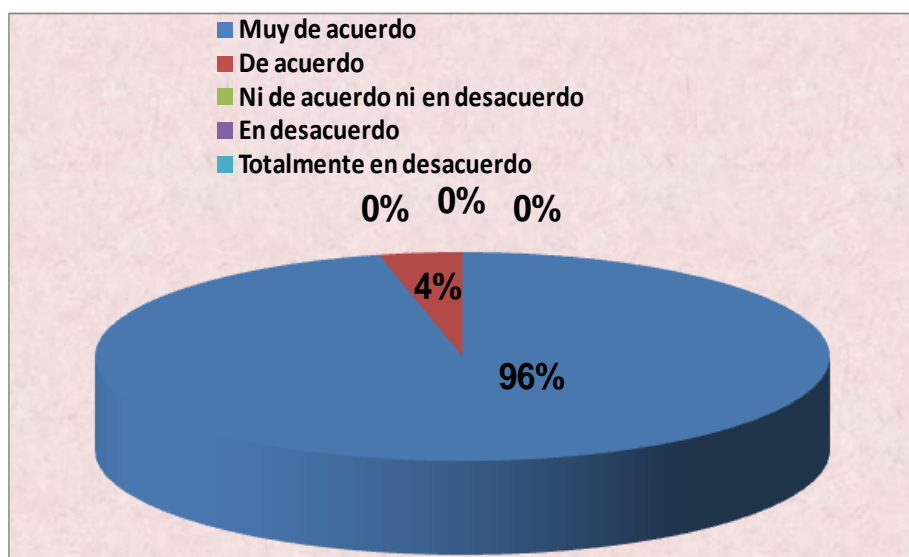
Cuadro # 16

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<i>Muy de acuerdo</i>	368	96%
<i>De acuerdo</i>	14	4%
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	0	0%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Datos obtenidos del proceso de la encuesta realizada

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Grafico # 14



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Lectura interpretativa: El 96% de los encuestados están muy de acuerdo, el 4% están de acuerdo que si en la ciudad se crearan más microempresas, esto ayudaría al problema de desempleo.

4.3 RESULTADOS

Los resultados de la encuesta permitieron conocer que actualmente el empleo es una fuente de ingreso económico, sin embargo, depende que sus habitantes posean empleos, así lo indicaron 280 personas de los 382 encuestados.

Milagro a pesar de ser un sector ampliamente comercial los encuestados manifestaron que la baja inversión (91%) está afectando su desarrollo, por ello, es importante que se presente nuevas oportunidades de empleo, para que de esta manera exista un desarrollo socioeconómico dentro de la ciudad.

La mayoría de los habitantes de Milagro (78%) ven afectada su economía como resultado de no existir una mayor inversión en el desarrollo de la ciudad, es por eso que la gran mayoría de los milagreños (99%) han tenido que migrar para encontrar fuentes de empleo y de progreso en su calidad de vida. Es importante considerar que la economía en nuestra ciudad influye en el progreso de sus habitantes.

El desarrollo económico que actualmente existe en nuestra ciudad se ha visto afectado por la migración de muchos milagreños que representan un 74%, lo cual es un porcentaje alarmante ya que no aporta con la economía de nuestra ciudad. A más de eso emigrar a otras ciudades o países representa una opción dolorosa (92%), dicha decisión es tomada porque no encuentran empleo en nuestra ciudad.

La mayoría de los encuestados (66%) coinciden que en la actualidad las autoridades locales no se preocupan y tampoco prestan apoyo para desarrollar ideas innovadoras a beneficio propio o de la ciudadanía. El 51% de la población milagreña manifestaron no estar bien informados de que existan programas de las autoridades locales para promover la presentación proyectos de emprendimientos en nuestra ciudad. Es de suma importancia que en nuestro cantón se promuevan proyectos de emprendimiento para mejorar la calidad de vida en nuestros habitantes y mejorar la economía de nuestra ciudad.

La ciudadanía milagreña en un 78% manifiesta que las microempresas que existen en la ciudad de Milagro no cuentan con el apoyo y asesoría del gobierno local, esto genera

que los pobladores se superen por si solos, ya que la mayoría de las microempresas milagreñas son el resultado del esfuerzo constante. Esto ha permitido durante los últimos años mantener la economía de Milagro a pesar del poco apoyo de las autoridades locales.

La mayoría de los encuestados en un 98%, manifestaron que la creación de nuevos negocios permitirá mejorar la economía de los milagreños. Es importante establecer microempresas en el cantón para de esta manera combatir el problema del desempleo ya que la mayoría de los habitantes (96%) están de acuerdo con este mecanismo.

4.4 VERIFICACIÓN DE LAS HIPOTESIS

Cuadro 17

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
Las fuentes de trabajo incide en el desarrollo socio económico del Cantón Milagro.	Definitivamente las fuentes de trabajo son oportunidades de las cuales hay que aprovecharlas, puesto que se mejoraría el estilo de vida de las personas y a su vez se contribuye al desarrollo del sector en el que habitan (pregunta 1).
Hipótesis particular N.- 1 • La escasa inversión, afecta el desarrollo económico del cantón.	Efectivamente la escasa inversión, afecta el desarrollo económico del cantón, debido a que no se brinda productos innovadores que llamen la atención de las personas, teniendo entonces la necesidad de emigrar a otros sectores en busca de lo que requieren (pregunta 3 y 4)
Hipótesis particular N.- 2 • La migración de los nuevos profesionales incide en el progreso socioeconómico del Cantón	La migración de los nuevos profesionales se origina por la falta de empleo, viéndose ellos en la necesidad de explorar otras plazas fuera del cantón (Pregunta 6 y 7).
Hipótesis particular N.- 3 • El apoyo en proyectos de emprendimiento por parte de las autoridades locales, incide en la creación de microempresas en el cantón Milagro.	Se pudo evidenciar que no existen programas de las autoridades locales para promover la presentación de proyectos de emprendimiento en nuestra ciudad, motivo por el cual se hace cada día más presente la competencia de otras plazas de mercado como del producto extranjero (pregunta 10 y 12).
Hipótesis particular N.- 4 • La creación de un nuevo negocio influye en la economía del Cantón Milagro	La creación de un nuevo negocio permitirá un alto movimiento en el sector comercial del cantón Milagro, puesto que se ofertara empleo y productos novedosos acorde a las expectativas de los clientes más exigentes.

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.1 TEMA

“Creación de una microempresa artesanal que elabore y comercialice artesanías en madera en el cantón Milagro”

5.3 FUNDAMENTACIÓN

Que son las artesanías

“Las artesanías son las manifestaciones artísticas o lenguajes populares de las etnias indígenas en Ecuador. Las artes indígenas son apreciadas de buena manera ya que dentro de este arte hay artesanías como: tejidos, cerámica, joyería y otras aplicaciones que en el Ecuador se puede encontrar.

Tejidos Textiles

Se creen que hace aproximadamente 4 o 5 mil años se inventó una máquina hecha de madera para telar y que aun en día es utilizada por indígenas dedicados a la producción de tejidos el nombre de este telar de palos se llama awana y macana. En el domino inca se realizaba censos para demostrar su poderío y se contaban primero a los habitantes seguido de los animales domésticos es decir llamas y alpacas, y se dice que en tercer lugar se contaba los tejidos antes de los metales preciosos y piedras las cerámicas y los alimentos. La producción de telares en esa época era una maravilla que incluso cuando los españoles llegaron y pudieron ver estos telares se quedaron atónitos

por su bella manual. Lamentablemente hoy en día no existe muchos vestigios de esos telares por que el clima no ha permitido conservarlos como si sucedió en Perú donde hay textiles prehispánicos.

Con la llegada de los españoles vinieron nuevas técnicas y modos de tejer como son: el telar de pedal torno de hilar, cardadores manuales la lana de oveja y la seda. Hoy en día en Otavalo se utiliza este modo de tejer y se producen ponchos en su mayoría. Pero en Saraguro aún se puede apreciar la técnica antigua del telar de palos donde se elabora cobijas sacos o costales de grano la mayor parte de los cosa son tejidos con este telar de palo o tejidos manuales. La ciudades de Cuenca hay una técnica muy tradicional que es la ikat, esta técnica es de tinción que de tejido, es decir que los hilos se atan y tiñen antes de tejer la pieza. Hay vestigios de esta técnica prehispánica llamada ikat, hoy día se realizan con esta técnica paños, chales de algodón teñidos de índigo y con elaboradas orlas de macramé hechos en pueblo llamado Gualaceo y en sus alrededores.

Sombreros

La confección de sombreros de paja toquilla es originaria de este país mágico llamado Ecuador, específicamente en Montecristi que es la capital del sombrero de paja toquilla. La paja toquilla es una fibra de palma con la que están confeccionados los sombreros se los ha confeccionado por más de un siglo es decir más de 150 años. La pregunta más frecuente del ¿Por qué se llama sombrero de Panamá si es hecho en Montecristi? Se dice que unos buscadores de oro en el siglo XVII que se encontraban acá en Ecuador compraron unos ejemplares y cuando llegaron a otro lugar se les había olvidado el lugar de origen del sombrero.

Se dice que los niños y las mujeres son los especialistas para hacer este sombrero porque los dedos pequeños son más hábiles y ágiles. Además lo interesante es que se debe hace en la noche o en días nublados ya que la luz directa del sol puede quebrar las fibras y porque las manos sudorosas no fabrica tejidos compactos. Con exactitud no se sabe desde cuando se teje sombreros de paja en Ecuador, pero no se duda que era

anterior a la venida de los españoles. Los conquistadores quedaron maravillados por los acabados que llevaban los indígenas de la provincia de Manabí y los adaptaron a su uso personal.

Telas tricotadas

Desde la época colonial las mujeres han estado empleando esta técnica. Pero desde 1960 gracias a un proyecto sacó a flote esta técnica haciendo su promoción hacia otros lugares y países. En las ciudades de Cuenca y otras ciudades norteñas como Mira, Atuntaqui San Gabriel aún conserva estas técnicas de tejido y que hoy en día son muy reconocidas a nivel nacional e internacional.

En la ciudad Quito se trabaja con artesanas del punto en la producción de diseños únicos algunos de los cuales se realizan con algodón. Los mejores diseños suelen venderse en la ciudad de Quito muchos se los llevan al extranjero para ser vendidos en lugares como Europa o América del Norte.

Bordados

Los bordados son técnicas tradicionales de las etnias de Ecuador, es muy fácil observa a las mujeres de Otavalo y sus alrededores mujeres bordando blusas y faldas, así también en la ciudad de Cuenca se realiza los bordados, en la vestimenta típica de las mujeres los bordados finos en las faldas pueden llegar a costar más de 100 dólares americanos.

Joyería

Existe vestigios que las antiguas etnias de Ecuador ya empleaban metales para la elaboración de utensilios decorativos personales de oro, plata, níquel y latones dice que eran maestros para el trabajo en metal. En la parte sur de Ecuador específicamente en Chordeleg el trabajo en metal es cotizado a nivel mundial por sus acabados y diseños únicos.

Las hábiles manos de los artesanos ecuatorianos ha sido reconocido a nivel mundial por sus diversos productos que salen de su creatividad. Sus máximos representantes

mundiales son los otavaleños, grandes comerciantes y difusores de su cultura ancestral.”⁹

Madera

“El término artesanía se refiere al trabajo realizado de forma manual por una persona en el que cada pieza es distinta a las demás, diferenciándolo del trabajo en serie o industrial. A la persona que se dedica a esta actividad se le denomina “artesano”.

Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo costo, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad. Otra dificultad para los artesanos es la forma de comercializar sus productos, ya que es una característica de la artesanía, que se realiza en talleres individuales o de pocas personas, con poca capacidad para llegar al mercado.”¹⁰

Importancia de las artesanías.

“La artesanía representa un sector de actividad con la capacidad de generar empleos para segmentos de la población sin posibilidades de estudios o tradicionalmente excluidos de los mercados formales de trabajo, sin requerir enormes inversiones. Ofrece además posibilidades significativas de desarrollo y formación en particular de los jóvenes y las mujeres, aprovechándose para tal efecto condiciones preexistentes como conocimientos, recursos o materias primas al alcance de la mano y bajos costos de la producción.”¹¹

Microempresa artesanal

“Las primeras microempresas en el Ecuador fueron de tipo artesanal formadas por ex empleados que trabajaban en fábricas textiles, de cuero, madera, metales y por estudiantes de centros artesanales.

La microempresa artesanal se identificó por: poco capital, mucha mano de obra, baja producción, falta de crédito en el sistema financiero, ahorro mínimo, sin gestión empresarial, sin utilización de tecnología.

⁹ (ECUADOMAGIC, 2008)

¹⁰ (M., 2010)

¹¹ (Luz, 2004)

La crisis económica de los años 80 fue el principal motivo para la creación de actividades artesanales familiares como carpintería, mecánica, panadería, peluquería, confección, tiendas de abastos, bazar, papelerías, salones de comida.

La microempresa es la organización económica administrada por personas emprendedoras que aplican autogestión y se adaptan al medio en que se desenvuelven.

El proceso de desarrollo de la microempresa ha sido acelerado, así que las microempresas de ayer son muy diferentes a las de hoy tanto cualitativa como cuantitativamente, es decir que ya son tecnificadas, dirigidas por profesionales que aplican conocimientos de gestión empresarial.

A la microempresa la podemos clasificar en los siguientes niveles:

- Microempresa de subsistencia.
- Microempresa de crecimiento.
- Microempresa cercana a pequeña industria.

En años anteriores a la microempresa se la identificaba con la informalidad y a ésta con la ilegalidad, pero el 50% de las microempresas existentes sí cumplen con el pago de impuestos, el otro 50% al igual que las grandes empresas e industrias lo evaden. El nuevo código tributario que establece la obligación de tener R.U.C. ha formalizado buena parte del sector empresarial.”¹²

“Análisis FODA

FODA (en inglés SWOT), es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que le permitirá trabajar con toda la información que posea sobre su negocio, útil para examinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Este tipo de análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares de su negocio y el entorno en el cual éste compete. El análisis FODA tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado por todos los niveles de la corporación y en diferentes unidades de análisis tales como producto, mercado,

¹² (KAGUAMBA, 2005)

producto-mercado, línea de productos, corporación, empresa, división, unidad estratégica de negocios, etc.). Muchas de las conclusiones obtenidas como resultado del análisis FODA, podrán serle de gran utilidad en el análisis del mercado y en las estrategias de mercadeo que diseñe y que califiquen para ser incorporadas en el plan de negocios.

El análisis FODA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito de su negocio. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.”¹³

Porter

El modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta de gestión que permite realizar un análisis externo de una empresa, a través del análisis de la industria o sector a la que pertenece.

Esta herramienta considera la existencia de cinco fuerzas dentro de una industria:

- Rivalidad entre competidores
- Amenaza de la entrada de nuevos competidores
- Amenaza del ingreso de productos sustitutos
- Poder de negociación de los proveedores
- Poder de negociación de los consumidores

El clasificar estas fuerzas de esta forma permite lograr un mejor análisis del entorno de la empresa o de la industria a la que pertenece y, de ese modo, en base a dicho análisis, poder diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas.

Áreas de conocimiento del emprendimiento

¹³ (DEGUATE.COM, 2012)

Teniendo en cuenta la relación persona, empresa y entorno, las características de los estudios del emprendimiento se refieren a empresarios de otras culturas, que nada tienen que ver con el entorno colombiano y latinoamericano de aquí se desprende que la concepción colombiana y latinoamericana del emprendimiento sea diferente de la de otras latitudes, donde las concepción esculturales y económicas influyen mucho el fenómeno emprendedor.

Antes de iniciar un negocio, el emprendedor debe preguntarse: ¿cuál será el beneficio para el cliente?, ¿qué problemas debemos resolver?, ¿cómo vamos a satisfacer a nuestros clientes? El líder debe saber con claridad qué necesidad va a complacer y de qué forma lo va a conseguir. Para ello, debe centrarse principalmente en el beneficio que le brindará al cliente.

Factores de éxito de un negocio

La idea.

Los recursos para llevar a cabo la idea.

El empresario que promueve y hace realidad la idea.

La creación de nuevas empresas, el análisis de modelos de negocios, la financiación de proyectos, la innovación, la tecnología, el análisis comercial y las cualidades de liderazgo son las áreas predominantes en estos programas que, en los últimos años, están ganándose el interés de los empresarios.

En términos generales, la innovación, la ética y la sostenibilidad son los valores necesarios para liderar las empresas del siglo XXI. Por ello, los programas especializados en emprendimiento aplican una metodología de formación basada en el desarrollo de una línea de trabajo/investigación, implementando el proyecto desde las distintas disciplinas.

Generación de empleo

Las cifras que van apareciendo con relación al problema de la generación de empleo son cada vez más preocupantes. Una publicación reciente (23 de julio del 2012) del

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) muestra que en el último año 2012 el índice de empleo decreció en un 2% en promedio con relación al año anterior.

Este dato se añade a otros publicados recientemente (14 de julio 2012) por la prensa, y ratificados a nivel oficial, según los cuales el desempleo abierto alcanza al 14% y el subempleo al 50%. Esto quiere decir que cerca de dos millones de ecuatorianos o carecen de trabajo o lo hacen en condiciones muy precarias.

Monopolio

Es una estructura de mercado en donde Una sola empresa produce un bien o servicio. No hay sustitutos cercanos para el bien.

La empresa está protegida de la competencia por una barrera que impide la entrada de nuevas empresas.

Competencia perfecta

La competencia perfecta se caracteriza porque existen muchos compradores y vendedores de un producto que, por su tamaño, no puede influir en su precio; el producto es idéntico y homogéneo; existe movilidad perfecta de los recursos, y los encargados de la economía están bien informados de las condiciones del mercado.

5.3 JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta se justifica en el proceso de encuesta, puesto que los encuestados indicaron que este sector cuenta con un alto índice de desempleo y lo más factible es la creación de nuevas fuentes de ingreso, por lo tanto se propone la creación de una microempresa artesanal que elabore y comercialice artesanías en Madera en el cantón Milagro.

Indudablemente el mercado artesanal representa una actividad económica para aquellas personas que tienen habilidades y destrezas al elaborar un producto, tales atributos han hecho el medio de subsistencia de muchas personas en este país, puesto que la necesidad de crecimiento ha permitido la apertura de múltiples negocios, que a

más de generar ingresos para los gestores se crean nuevas fuentes de trabajo para un grupo importante de la sociedad.

Además se destacará la importancia de la elaboración de productos netamente ecuatorianos, con el fin de enaltecer la cultura típica del Ecuador.

En cuestión a los análisis de mercado se realizará las cinco fuerzas de Porter, además se detallará los factores internos y externos de la microempresas, con esto se establecerá la matriz FO-DA-DO-DA, con el fin de establecer estrategias competitivas que potencien la participación de esta nueva alternativa de negocio en este cantón.

Por último se proyectará una evaluación financiera en la cual se demostrara la rentabilidad de esta propuesta.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General de la Propuesta

Establecer estrategias administrativas, financieras y mercadológicas que aseguren el éxito de una microempresa que elabore y comercialice artesanías en madera, efectuando un análisis del mercado, para satisfacer las necesidades de la comunidad y generar fuentes de empleo en el cantón Milagro.

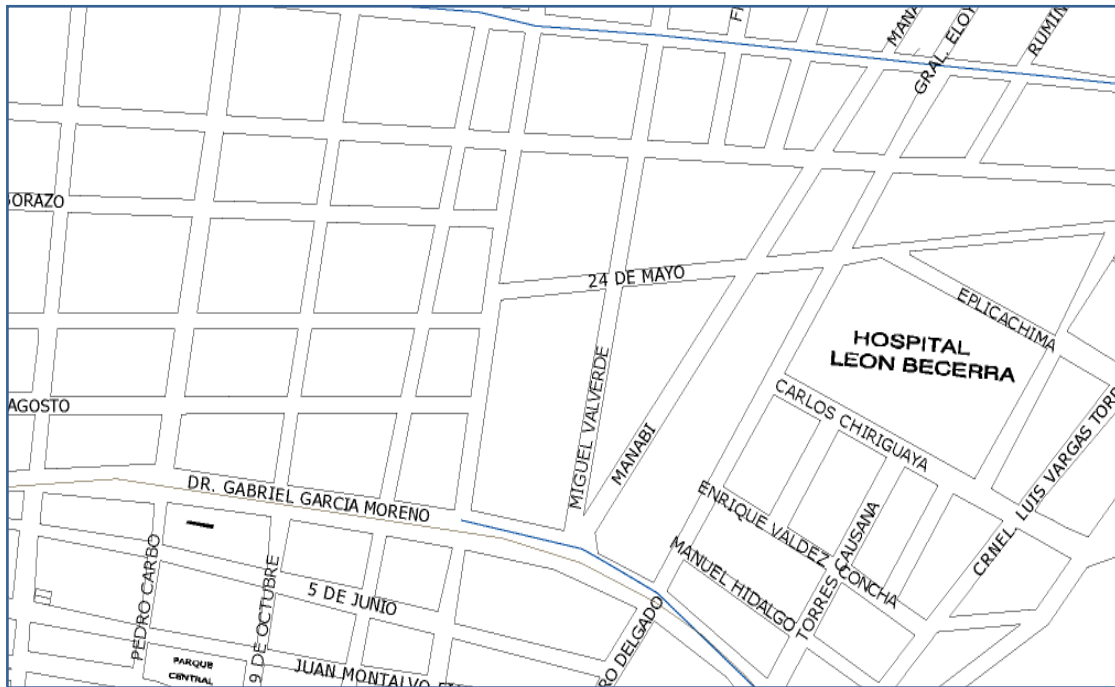
5.4.2. Objetivos Específicos de la propuesta

- Analizar el nivel de aceptación del producto al mercado a través de los análisis FODA y de las 5 fuerzas de Michael Porter.
- Establecer la filosofía corporativa del negocio.
- Establecer estrategias de marketing mix.
- Proyectar los rendimientos económicos del negocio.

5.5 UBICACIÓN

La microempresa de artesanías “MADE ART” estará ubicada en la Provincia del Guayas, Cantón Milagro en las calles García Moreno y Miguel Valverde.

Figura1



Fuente: Ubicación

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Ventajas de la Ubicación

- Es un lugar céntrico y muy acogedor
- Es un lugar transitorio, donde se puede observar el alto movimiento comercial de esta localidad.
- Se encuentra en un punto estratégico por pasar en unas de las avenidas principales e importantes del Cantón.

Desventajas de la Ubicación

- Se encuentra localizada cerca de posibles competidores por ser una zona céntrica y comercial.
- Por ser un lugar céntrico no se puede exponerla mercadería

5.6 FACTIBILIDAD

Factibilidad Administración.

Se establecerán mecanismos administrativos para optimizar las gestiones internas de la empresa, así mismo se crearán manuales de funciones que guíen las labores del talento humano acorde al cargo que ocupen, para ello, se aplicara adecuados procesos de selección y contratación de personal.

Factibilidad Legal

Para el funcionamiento de una microempresa debemos cumplir con los siguientes requisitos legalmente:

- Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Patente Municipal
- Pago de Bomberos
- Permiso Higiénico
- Afiliación a la Cámara de Comercio

Factibilidad presupuestaria

Se establecerá los gastos y costos que se incurrirán para poner en marcha esta empresa de prestación de servicio, los mismos que serán financiados a través de un préstamo bancario.

Factibilidad Técnica

Se usaran los equipos, maquinarias necesarias aptos para la elaboración de las artesanías, se obtendrá tecnología que garantice la calidad del producto, para poder ofrecer a nuestros clientes calidad y variedad.

5.7 DESCRPCIÓN DE LA PROPUESTA

Análisis FODA

FORTALEZAS

- ❖ Disponibilidad de talento humano para la elaboración de artesanías.
- ❖ Variedad de diseños.
- ❖ El producto no requiere de procesos complejos.
- ❖ Contamos con una infraestructura adecuada

DEBILIDADES

- ❖ Ausencia de capacitación.
- ❖ Poca Publicidad.
- ❖ Los trabajadores no se sienten comprometidos por lo que existe poca participación de los artesanos con la empresa.
- ❖ Infraestructura no es propia.

OPORTUNIDADES

- ❖ Existen organizaciones dispuestas a brindar apoyo a la actividad artesanal.
- ❖ Generación de fuentes de empleo a nuevos artesanos que aspiren formar parte de la microempresa.
- ❖ Los artesanos, poseen creatividad para el diseño de las piezas artesanales.
- ❖ Existencia de mercados internacionales, especialmente el europeo quienes gustan de artículos naturales.

AMENAZAS

- ❖ La mano de obra existente puede dedicarse a otra actividad diferente a la artesanal.
- ❖ Incremento de la competencia
- ❖ Importancia del volumen para el proveedor
- ❖ Incremento de la delincuencia

MATRIZ FO-FA-DO-DA

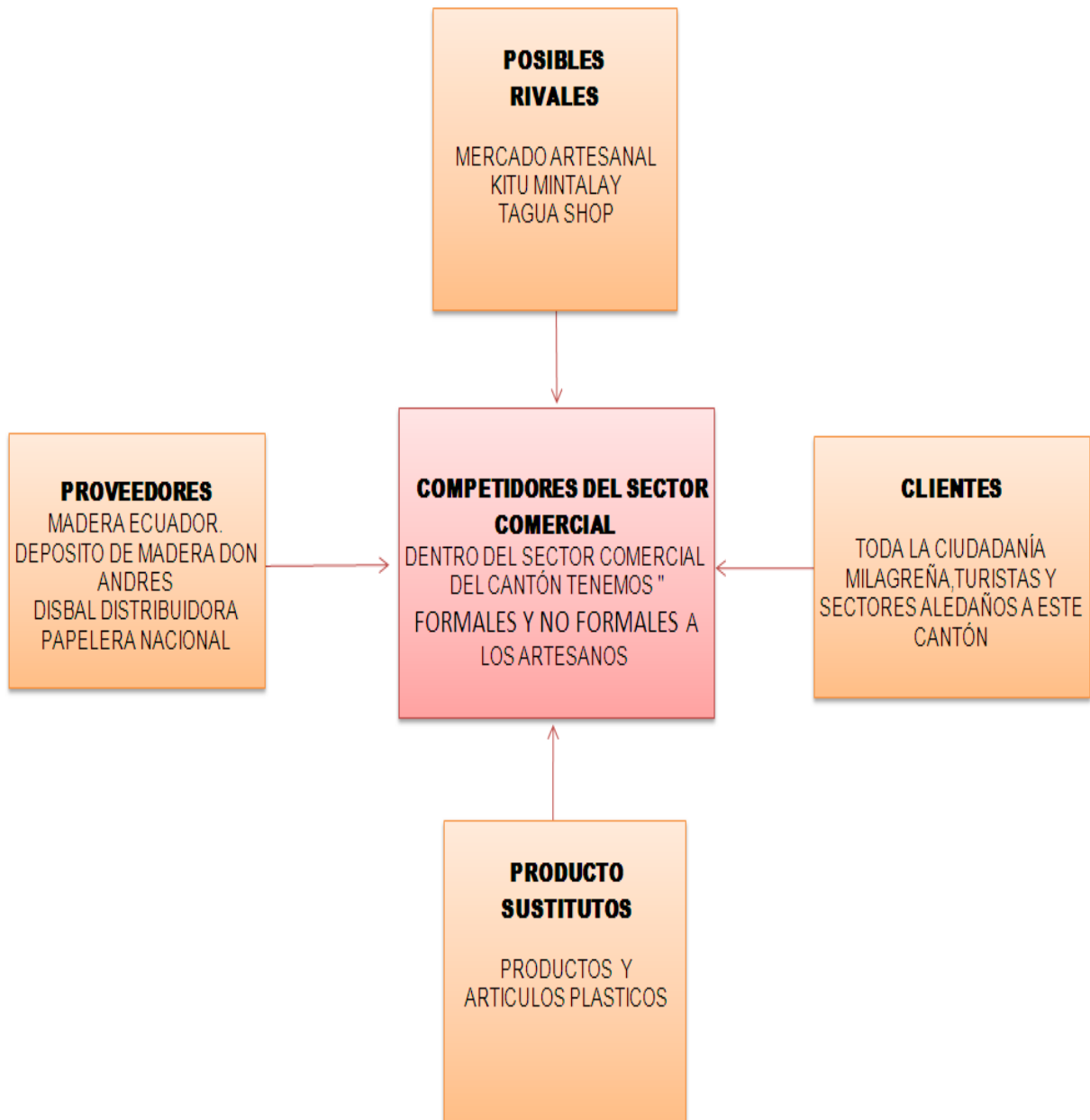
Figura 2

<p>“Creación de una microempresa artesanal que elabore y comercialice artesanías en Madera en el cantón Milagro”</p>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Disponibilidad de talento humano para la elaboración de artesanías.	Ausencia de capacitación.
	Variedad de diseños.	Poca Publicidad.
	El producto no requiere de procesos complejos.	Los trabajadores no se sienten comprometidos por lo que existe poca participación de los artesanos con la empresa.
	Contamos con una infraestructura adecuada	Infraestructura no es propia.
OPORTUNIDADES	FO	DO
Existen organizaciones dispuestas a brindar apoyo a la actividad artesanal.	Realizar adecuados proceso de reclutamiento y selección de personal, con el fin de involucrar talento humano altamente calificado y con experiencia para que realice eficazmente sus labores sean estas administrativas como operativas.	Realizar un cronograma de capacitaciones para el talento humano, con el fin de enriquecer los conocimientos de los trabajadores y así mantener una mejora continua
Generación de fuentes de empleo a nuevos artesanos que aspiren formar parte de la microempresa.		
Los artesanos, poseen creatividad para el diseño de las piezas artesanales.	Ofrecer a la ciudadanía calidad de producto y variedad de diseños artesanales, con el propósito de llegar a cada uno de los clientes, para así afianzarse a lograr un posicionamiento respetable en este sector.	Crear estrategias competitivas como precios, promociones, descuentos, calidad, innovación y variedad de los diferentes productos artesanales que se pondrá a la venta a la ciudadanía Milagreña como de sectores aledaños. A través de esto se podrá competir en este mercado.
Existencia de mercados internacionales, especialmente el europeo quienes gustan de artículos naturales.	Realizar ferias de exposición, para exhibir los productos artesanales a la toda la comunidad con el fin de que conozcan y aprecien los artículos nacionales.	
AMENAZAS	FA	DA
Inestabilidad económica por políticas de gobierno.	Ofrecer los productos artesanales a los diferentes puntos de venta de mayor alcance en este cantón como comusariato, Tía, Tío Sam, bazares, con el firme propósito promocionar nuestros productos en las diferentes localidades de mayor asistencia por la ciudadanía	Emplear herramientas publicitarias como volantes, tarjetas de presentación afichers entre otros elementos que ayuden a difundir estas nueva propuesta en el mercado del cantón Milagro.
Incremento de la competencia local.		
Incremento de la mano de obra artesanal informal.	Mantener al día el pago de los permisos y obligaciones que tendrá la microempresa con el fin de evitar ser clausurada o sancionada por los entes competentes	Motivar al talento humano a través de incentivos, permisos especiales, con el propósito de comprometer al personal a cumplir con los objetivos planteados.
Talento humano de la microempresa se inclina por la competencia.		

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER

Figura 3



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Cuadro 18

F1 BARRERAS DE ENTRADA	BAJO	MEDIO	ALTO
1. PRODUCTO/SERVICIO DIFERENTE		X	
2. ALTOS COSTOS	X		
3. AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES			X
4. PRESTIGIO DE LA COMPETENCIA	X	0	
	2	1	1
AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES	50%	25%	25%

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Después de haber determinado las barreras de entradas se obtuvo un nivel bajo de existencia, las mismas que facilitan el ingreso de nuevos participantes en este sector comercial, motivo por el cual la microempresa deberá buscar un valor agregado al servicio para poder captar la atención de los clientes y así posicionarse en este casco comercial.

Cuadro 19

F2 SERVICIOS SUSTITUTOS	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- PRECIOS ACCESIBLES		X	
2. - PROPENCION A CAMBIAR	X		
3.- EMPRESAS GRANDES QUE SE POSICIONEN EN EL MERCADO		X	
4.- EMPRESAS DE GOBIERNO QUE BRINDEN EL SERVICIO QUE SE OFRECERÁ	X		
	2	1	0
AMENAZA DE SUSTITUCION	50%	50%	0%

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

La amenaza de sustitución del servicio (75%) la cual representa un nivel medio por la aparición de inversionistas o de personas que se dedican a brindar esta clase de productos, lo cual no representa mayor preocupación pues conocemos el mercado y sus necesidades, para poder establecernos como un grupo respetable y capacitado al servicio de la ciudadanía Milagreña.

Cuadro20

F3 DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	BAJO	MEDIO	ALTO
1. COMPETIDORES QUE BRINDEN EL MISMO SERVICIO		X	
2. ESTRATEGIAS COMERCIALES		X	
3. CRECIMIENTO DEL MERCADO			X
4. CALIDAD/PRECIO		X	
	0	3	1
ANALISIS DE RIVALIDAD	0%	75%	25%

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

En lo concerniente a la elaboración de artesanías existe un nivel bajo (75%), por la presencia de la rivalidad, sin embargo, no debemos descuidar a nuestra competencia y así permitirnos visualizar como enfrentar a los posibles rivales para lograr una ventaja competitiva ante la rivalidad.

Cuadro 21

F4 PODER DE LOS COMPRADORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- INCLINACIÓN POR PRODUCTOS/SERVICIOS IGUALES	X		
2.- IMAGEN CORPORATIVA		X	
3.- ESTRATEGIAS PROMOCIONALES			X
4.- MERCADO AMPLIO			X
	1	1	2
PODER DEL CONSUMIDOR	25%	25%	50%

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

En el momento de adquirir el servicio el poder de compra lo tienen los clientes, debido a la poca existencia de estas microempresas, sin embargo, propietarios de esta clase de negocios deberá seguir trabajando e investigando para marcar la diferencia ante la competencia, y así tener una respetable participación en el mercado.

Cuadro 22

F5 NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1.-PRECIOS ELEVADOS	X		
2.- IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA EL PROVEEDOR		X	
3. IMPACTO ECONOMICO	X		
4. COMPROMISOS CON GRANDES EMPRESAS	X		
	3	1	0
PODER DE LOS PROVEEDORES	75%	25%	0%

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Para poder obtener herramientas de trabajo sin ningún problema de adquisición, es importante mantener buenas relaciones con dos o tres proveedores fijos que puedan proveernos cuando se necesite algún requerimiento, logrando un cierto grado de ventaja ante la competencia.

Cuadro 23

MAGNITUD DE LA EMPRESA	RESUMEN DEL ANALISIS DEL SECTOR COMERCIAL, NIVEL DE ATRACTIVIDAD					
	ACTUAL			FUTURO		
	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO
BARRERAS DE ENTRADA	2	1	1	X		
PRODUCTOS SUSTITUTOS	2	1	0			X
DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	0	3	1			X
PODER DE LOS COMPRADORES	1	1	2		X	
NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	3	1	0	X		
EVALUACION GENERAL	8	7	4			X

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Hoy en día la existencia de este tipo de negocios tiene un alto índice de crecimiento debido a la alta demanda de estos productos, por ello la empresa debe optimizar su servicio, ligados siempre a estándares de calidad y compromiso hacia los clientes, augurando el éxito del negocio y un reconocimiento a nivel local.

Filosofía corporativa

Misión

Somos una microempresa que elabora productos artesanales en madera a menor costo con la más alta calidad en la elaboración de diseños innovadores, que cumpla con las expectativas del turista y la población Milagreña

Visión

Ser reconocidos por nuestro buen servicio en la profesionalidad y creatividad del arte, y ser la primera microempresa artesanal en hacer énfasis en una excelente atención teniendo en cuenta a la persona como ser humano y no como cliente.

Objetivos

Objetivo general

El objetivo general de este negocio es brindar excelente atención al cliente, crecer económicamente y generar un impacto en la creación de nuevos diseños y modelos de adornos, estatuillas, recuerdos en madera, siguiendo las tendencias de la creatividad y diseño que cada vez se van sumando en los gustos de los clientes, lo que nos permite cumplir con los servicios ofrecidos.

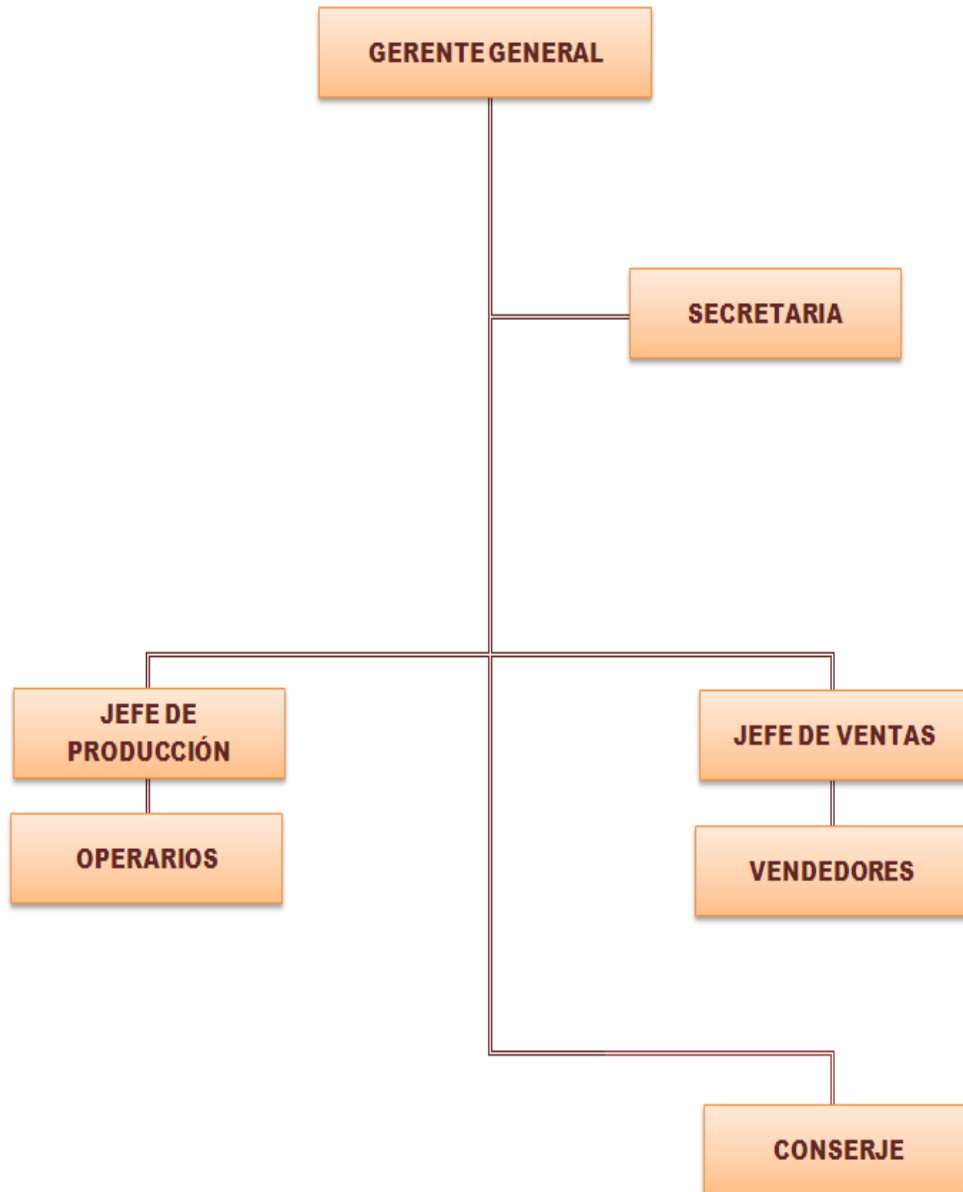
Objetivos específicos

- ❖ Promover la publicidad de nuestro servicio.
- ❖ Aumentar nuestra cartera de cliente.
- ❖ Lograr un impacto en la ciudadanía de nuestro excelente servicio.
- ❖ Brindar a nuestros clientes información de las nuevas tendencias del diseño y creatividad del producto en madera.
- ❖ Dar a conocer a nivel nacional.

Estructura orgánica-funcional

Organigrama estructural

Figura 4



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Cuadro 24

ESTRUCTURA EJECUTIVO
Objetivo. -Sera el encargado de tomar decisiones y políticas generales, además de planificar, orientar, y dirigir las actividades de la misma, aquí se encuentra el Gerente de la empresa.
FUNCIONES DEL GERENTE
Ejerce representación legal de la microempresa.
Vela por la conservación de los bienes de la Microempresa, y por su adecuado aprovechamiento y utilización.
Supervisa y evalúa los planes y programas de acuerdo a las actividades programadas.
Celebra y ejecuta los actos y contratos que fueren necesarios de conformidad, con las leyes y demás disposiciones vigentes.
Crea un grupo de trabajo armónico
Armonizar en todas las decisiones, todos los actos y todos los requerimientos del futuro inmediato y a largo plazo.
Fija objetivos en cada uno de los departamentos.
Motiva y comunica al personal.
REQUISITOS
Título Universitario, Ing. Comercial
Experiencia 2 años.
Conocimientos en Administración y manejo de personal

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Cuadro 25

NIVEL DE APOYO
Objetivo. -Se encargará de realizar las siguientes actividades: contestar teléfonos y tomar mensajes, llevar un registro contable, realizar documentos de compras, ingresos y egresos, aquí se encuentra la: Secretaria-Contadora.
FUNCIONES DE LA SECRETARIA
Elaboración de Oficios.
Registra y controla los pagos de bienes y servicios.
Distribución de documentación
Clasificación y archivo de documentación de la gerencia.
Manejo de caja chica.
Realiza cuadros contables.
Lleva el control de Inventario.
Realizar retenciones y pagos de impuestos.
Manejo de libro bancos
REQUISITOS
Título Secretaria Ejecutiva - Bilingüe.
experiencia 1 año.
Conocimientos y manejo de programas computacionales y contables.

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Cuadro26

NIVEL OPERATIVO
Objetivo. -Se encargara de ejecutar las actividades básicas de la organización, como son: atención al cliente, poseer al arte de vender, supervisar, controlar, producir, aquí se encuentra: la Supervisión de Producción, Obreros.
FUNCIONES DEL SUPERVISOR DE PRODUCCIÓN
Realiza inspecciones periódicas al taller de producción.
Selección de maquinaria a instalarse.
Coordinar el trabajo con el taller.
Control y supervisión del producto terminado.
Administración de operación de la planta.
Mejora el sistema de producción.
Incrementa la calidad del producto.
Reduce costos de producción.
REQUISITOS
Técnico en Producción
Experiencia de 1 año.
Conocimientos y manejo de programas computacionales.

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Cuadro 27

NIVEL OPERATIVO
Objetivo. -Se encargara de ejecutar las actividades básicas de la organización, como son: atención al cliente, poseer al arte de vender, supervisar, controlar, producir.
FUNCIONES DEL VENDEDOR/A
Atender a los clientes, en forma ágil y amable.
Administrar el sistema comercial de facturación, recaudación, cobranzas, nuevos productos.
Captar el mayor número de ventas.
Responsable de las relaciones con los proveedores.
Facilidad de integrarse al trabajo de grupo.
Maneja los desafíos que implica la competencia.
REQUISITOS
Título Universitario, Ing. Marketing.
Experiencia 1 año.
Conocimientos y manejo de programas computacionales.

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Cuadro 28

Nivel Operativo
Objetivo. -Se encargara de ejecutar las actividades básicas de la organización, como son: atención al cliente, poseer al arte de vender, supervisar, controlar, producir.
FUNCIONES DE LOS OPERARIOS
Recepción de la materia prima.
Prepara materiales para ser utilizados posteriormente.
Recepta ordenes de trabajo.
Solicita el material requerido para la elaboración de los productos.
REQUISITOS
Artesano Calificado
Experiencia 1 año
Conocer del oficio
Necesidad de trabajar
Flexibilidad de horario

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

5.7.1 Actividades

Marketing Mix

Estrategias de Producto.- Los productos que se elaborarán y comercializarán serán diseñadas en base a nuestra cultura, en los cuales se resaltarán el origen de nuestro cantón, sus costumbres y tradiciones, con el fin de que la ciudadanía se identifique con nuestras raíces. Cada producto será elaborado con detalles llamativos que impresionen a los clientes, los mismos son muy exigentes a la hora de adquirir este tipo de productos. Por ello, se empleará con materiales de alta calidad que denoten la elegancia y estilo de nuestras artesanías.

Se cubrirá con las distintas necesidades y expectativas de los consumidores, donde se elaborará las artesanías acorde a los requerimientos de los mismos, de esta manera se podrá mantener un alto grado de ventaja ante nuestra competencia, puesto que daremos exclusividad a nuestros más exigentes clientes.

Los productos serán expuestos a la población Milagreña en vitrinas expresamente diseñadas para su exhibición. Así mismo se realizarán ferias de exposición donde la ciudadanía Milagreña pueda apreciar nuestros productos y puedan motivarse a adquirirlos y convertirse en nuestros potenciales clientes.

Nombre de la empresa: MADE ART.

Logotipo:

Figura 5



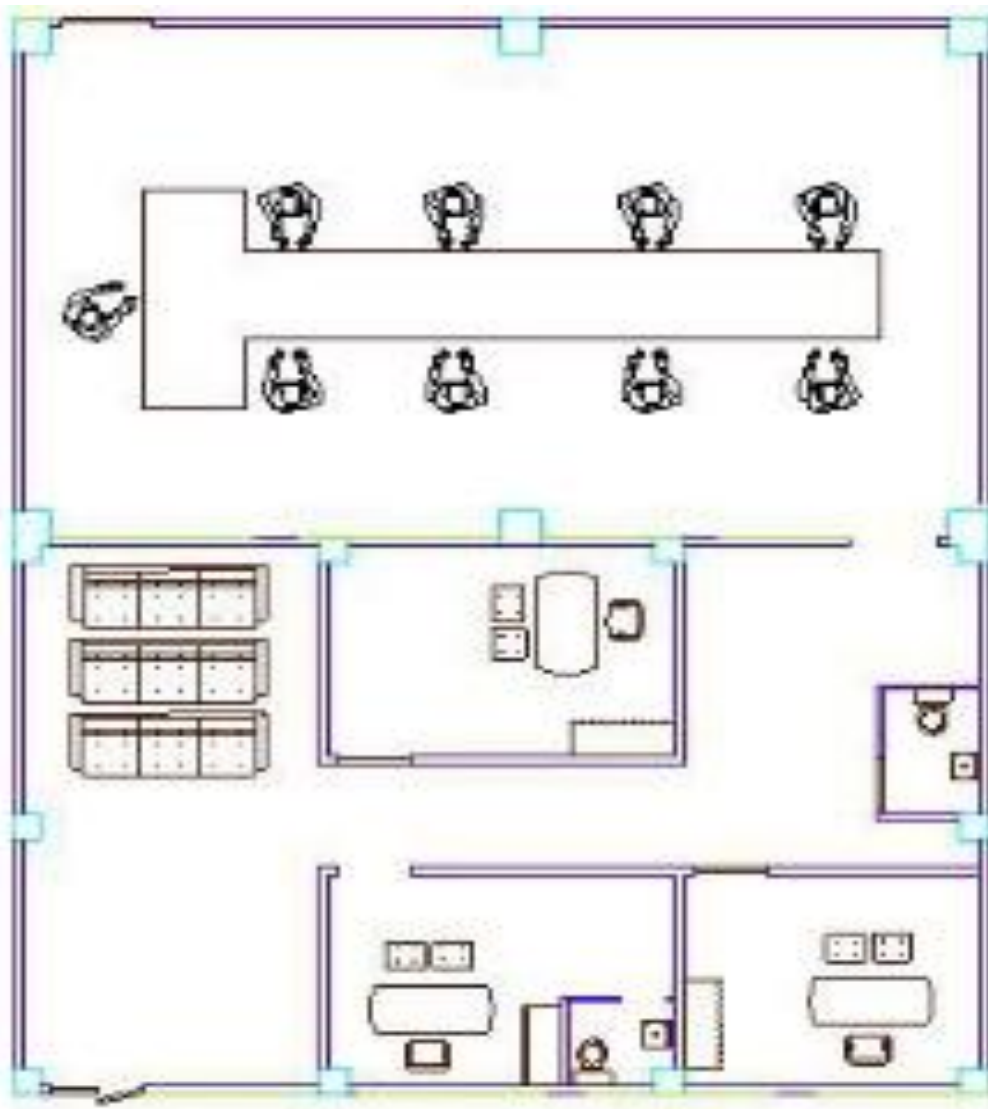
Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Slogan: **ELEGANCIA Y CALIDEZ EN ARTESANIAS**

Plaza.- Los productos que se ofertaran se lo realizaran en el cantón Milagro Provincia del Guayas, así como de sectores aledaños, sector donde se pretende un pronto posicionamiento en este mercado.

DISTRIBUCIÓN INTERNA

Figura 6



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Estrategias de Precio.- Los precios con los que se manejarán serán de acuerdo a su detalle, pedido o tamaño. El sector comercial artesanal de Milagro se maneja con precios no competitivos, por lo tanto la estrategia a emplear es la de **Penetración**, esto significa precios bajos para atraer a la demanda y evitar que prefieran comprar en mercados artesanales que se encuentran ubicados en ciudades cercanas.

Se trabajará con tarjetas de crédito, dando facilidad de pago a los clientes.

Se otorgará el 10% dependiendo de las cantidades adquiridas (descuentos por cantidades).

- Establecer convenios con los proveedores para obtener materia prima de calidad y a precios más bajos, esto permitirá mejorar (reducir) el precio de venta del producto.
- Acceder a un apalancamiento financiero, para poder incrementar el nivel productivo.

Estrategias de Promociones.- Dentro de las promociones se establecerá descuentos del 5% por la compra de una docena de productos independientemente de sus tamaños, también se promocionará descuentos en los días festivos de esta localidad (17 de septiembre) con el descuento del 10%, logrando así captar la atención de los clientes.

Durante los tres primeros meses de apertura de esta propuesta se otorgará el 15% por la compra de productos varios los días miércoles de cada semana.

Estrategias de Publicidad.- Dentro de las publicidades se contará con hojas volantes, dípticos, tarjetas de presentación en las cuales se pondrá el nombre del negocio, la dirección, teléfono, las promociones y variedad de diseños que ofrece a través imágenes de las diferentes artesanías que se ofertarán al mercado.

Anuncio en prensa escrita

A través de este anuncio se podrá dar a conocer la presencia de esta microempresa artesanal en los distintos medios impresos de este cantón.

Figura 7



Artesanías Made Art

Artesanías Made Art

Artesanías Madeart
Elegancia y calidez en Artesanías ...

Abre sus puertas y pone a su disposición nuestro local, donde le atenderemos con mucho gusto, en nuestras instalaciones encontraras variedad de diseños y calidad de artesanías con los mejores acabados y tallados del mercado .
Nos encontramos ubicados en Milagro en las calles Garcia Moreno y Miguel Valverde.

Te Esperamos...

Contactos: 088763132
E-mail: artesaniasmadeart@hotmail.com

Artesanías Made Art

www.milagroclay.com

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Afiches

Los afiches serán distribuidos en lugares estratégicos de esta localidad, de esta forma se familiarizará a la ciudadanía Milagreña con esta nueva alternativa artesanal.

Figura 8



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Volantes

Estas herramientas publicitarias serán distribuidas en diferentes puntos de este cantón, de esta forma se pretende posicionar en este mercado esta propuesta.

Figura 9



Te Ofrecemos

Artesanias Made Art
Elegancia y Calidez en Artesanias ...

**Los mejores Acabados y Tallado en Artesanias
y Bisuterias de Primera calidad
Diseños innovadores
materiales importados y exportados
de Excelente calidad a precios comodos
para ti y los tuyos...
Qué Esperas!... Visitanos en nuestro local
Te atenderemos con gusto y con una buena atencion
TE ESPERAMOS.**

**Dirección: Garcia Moreno y Miguel Valverde
Telefonos: 0387-562541- 0388-572658
Dirección correo Electronico: madeartesanias.com**

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Tarjeta de presentación

Las tarjetas serán entregadas a las personas que asistan a la inauguración del negocio, así mismo se entregaran ciertas cantidades a personas conocidas para que sean distribuidas.

Figura 10



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

5.7.2 Análisis, Recurso financieros.

Para iniciar con esta idea se necesita de los siguientes activos fijos, los mismos que están detallados por cuentas contables con sus respectivos valores.

Cuadro 29

ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
3	ESCRITORIO	120,00	360,00
4	ARCHIVADORES	75,00	300,00
2	MESAS DE TRABAJO	80,00	160,00
5	PERCHAS	75,00	375,00
4	VITRINAS	150,00	600,00
4	BANCOS DE TRABAJO	30,00	120,00
5	SILLAS	35,00	175,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		2.090,00
	EQUIPOS DE OFICINA		
1	AIRE ACONDICIONADO 16 BTU	600,00	600,00
3	TELEFONO CON LINEA INCLUIDA	100,00	300,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		900,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
2	COMPUTADOR	900,00	1.800,00
2	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	89,03	178,06
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		1.978,06
	MAQUINARIAS Y EQUIPOS		
1	CEPILLADORA	5.000,00	5.000,00
1	SIERRA CIRCULAR	1.800,00	1.800,00
1	CANTIADORA	1.500,00	1.500,00
1	SIERRA CINTA	1.200,00	1.200,00
1	CALADORAS	300,00	300,00
1	TUPIN	300,00	300,00
1	TORNO PARA MADERA	500,00	500,00
1	HERRAMIENTAS DE TRABAJO	300,00	300,00
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS	10.900,00	10.900,00
	TERRENOS		
1	TERRENO	5000,00	5000,00
	TOTAL TERRENOS		5000,00
	EDIFICIO		
1	EDIFICIO	10000,00	10000,00
	TOTAL DE EDIFICIO		10000,00
	VEHICULO		
1	FURGON	8000,00	8000,00
	TOTAL DE VEHICULO		8000,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		38.868,06

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Los activos fijos son depreciables como observa en el cuadro, los cálculos están efectuados de forma mensual y anual.

Cuadro 30

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	2.090,00	10%	17,42	209,00
EQUIPO DE COMPUTACION	1.978,06	33%	54,40	652,76
EQUIPO DE OFICINA	900,00	10%	7,50	90,00
VEHIVULO	8.000,00	20%	133,33	1.600,00
EDIFICIOS	10.000,00	5%	41,67	500,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	10.900,00	10%	90,83	1.090,00
TOTAL	33.868,06		345,15	4.141,76

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Los sueldos y salarios estarán representados con los beneficios sociales estipulados por la ley, de esta forma se cumplirá con esta obligación patronal. Cabe mencionar que a partir del año 2 se ha estimado un incremento del 3%

Cuadro 31

NÓMINA AÑO 1								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - solca	FDO.RESE V.	REM.	R-ANUAL
GERENTE	500,00	41,67	22,00	20,83	60,75		645,25	7.743,00
GEFE DE PRODUCCION Y DISEÑO	400,00	33,33	22,00	16,67	48,60		520,60	6.247,20
SECRETARIA	300,00	25,00	22,00	12,50	36,45		395,95	4.751,40
VENDEDOR	350,00	29,17	22,00	14,58	42,53		458,28	5.499,30
OPERARIO	600,00	50,00	22,00	25,00	72,90		769,90	9.238,80
CONSERJE	292,00	24,33	20,00	12,17	35,48		383,98	4.607,74
TOTAL	2.442,00						3.173,95	38.087,44

NÓMINA AÑO 2								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	aportes IESS - solca	FDO.RESE V.	REM	R-ANUAL
GERENTE	515,00	42,92	22,00	21,46	62,57	42,90	706,85	8.482,16
GEFE DE PRODUCCION Y DISEÑO	412,00	34,33	22,00	17,17	50,06	34,32	569,88	6.838,53
SECRETARIA	309,00	25,75	22,00	12,88	37,54	25,74	432,91	5.194,90
VENDEDOR	360,50	30,04	22,00	15,02	43,80	30,03	501,39	6.016,71
OPERARIO	618,00	51,50	22,00	25,75	75,09	51,48	843,82	10.125,80
CONSERJE	300,76	25,06	20,00	12,53	36,54	25,05	419,95	5.039,41
TOTAL	2.214,50						3.474,79	41.697,51

NÓMINA AÑO 3								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - solca	FDO.RESE V.	REM	R-ANUAL
GERENTE	530,45	44,20	22,00	22,10	64,45	44,19	727,39	8.728,71
GEFE DE PRODUCCION Y DISEÑO	424,36	35,36	22,00	17,68	51,56	35,35	586,31	7.035,77
SECRETARIA	318,27	26,52	22,00	13,26	38,67	26,51	445,24	5.342,83
VENDEDOR	371,32	30,94	22,00	15,47	45,11	30,93	515,77	6.189,30
OPERARIO	636,54	53,05	22,00	26,52	77,34	53,02	868,47	10.421,65
CONSERJE	309,78	25,82	22,00	12,91	37,64	25,80	433,95	5.207,39
TOTAL	2.280,94						3.577,14	42.925,64

NÓMINA AÑO 5								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM	R-ANUAL
GERENTE	562,75	46,90	22,00	23,45	68,37	46,88	770,35	9.244,21
GEFE DE PRODUCCION Y DISEÑO	450,20	37,52	22,00	18,76	54,70	37,50	620,68	7.448,17
SECRETARIA	337,65	28,14	22,00	14,07	41,02	28,13	471,01	5.652,13
VENDEDOR	393,93	32,83	22,00	16,41	47,86	32,81	545,85	6.550,15
OPERARIO	675,31	56,28	22,00	28,14	82,05	56,25	920,02	11.040,25
CONSERJE	328,65	27,39	22,00	13,69	39,93	27,38	459,04	5.508,44
TOTAL	2.419,84						3.786,95	45.443,34

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Los gastos se componen de sueldos y salarios, servicios básicos, telecomunicaciones entre otros representativos de los cuales la empresa tendrá que cubrir, durante sus actividad comercial en el mercado. Cabe mencionar que a partir del año 2 se ha estimado un incremento del 3%

Cuadro 32

DETALLE DE GASTOS							
GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	GERENTE	645,25	7.743,00	8.482,16	8.728,71	8.982,65	9.244,21
	GEFE DE PRODUCCION Y DISEÑO	520,60	6.247,20	6.838,53	7.035,77	7.238,92	7.448,17
	OPERARIO	769,90	9.238,80	10.125,80	10.421,65	10.726,38	11.040,25
	CONSERJE	383,98	4.607,74	5.039,41	5.207,39	5.355,69	5.508,44
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		2.319,73	27.836,74	30.485,90	31.393,52	32.303,64	33.241,07
GASTOS DE GENERALES		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	12,00	144,00	148,32	152,77	157,35	162,07
	ARRIENDO	400,00	4.800,00	4.944,00	5.092,32	5.245,09	5.402,44
	ENERGIA ELECTRICA	60,00	720,00	741,60	763,85	786,76	810,37
	TELEFONO	40,00	480,00	494,40	509,23	524,51	540,24
	SUMINISTRO	25,00	300,00	309,00	318,27	327,82	337,65
	MATERIALES DE LIMPIEZA	30,00	120,00	123,60	127,31	131,13	135,06
	DEP. MUEBLES Y ENSERES	17,42	209,00	209,00	209,00	209,00	209,00
	DEP. DE EQUIPO DE COMP.	54,40	652,76	652,76	652,76	-	-
	DEP. DE EQUIPO DE OFIC.	7,50	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
	DEPRECIACION DE EDIFICIO	41,67	500,04	500,04	500,04	500,04	500,04
	DEP. VEHICULO	133,33	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
	DEP. DE MAQ. Y EQUIPOS	90,83	1.090,00	1.090,00	1.090,00	1.090,00	1.090,00
TOTAL GASTOS GENERALES		912,15	10.705,80	10.902,72	11.105,55	10.661,70	10.876,88
COSTO INDIRECTO		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	UTILES DE ASEO	100,00	220,00	226,60	233,40	240,40	247,61
	UNIFORMES DE TRABAJO	90,00	270,00	278,10	286,44	295,04	303,89
	ENERGIA UTILIZADA EN LA PRODUCCION	70,00	2270,00	2.338,10	2.408,24	2.480,49	2.554,90
	MANTENIMIENTO DE EQUIPO	45,00	945,00	973,35	1.002,55	1.032,63	1.063,61
TOTAL COSTO INDIRECTO		305,00	3705,00	3816,15	3930,63	4048,55	4170,01
GASTO DE VENTAS		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD	800,00	6.300,00	6.489,00	6.683,67	6.884,18	7.090,71
TOTAL		800,00	6.300,00	6.489,00	6.683,67	6.884,18	7.090,71
TOTAL DE GASTOS Y COSTOS INDIRECTOS		4.336,88	48.547,54	51.693,77	53.113,37	53.898,08	55.378,67

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

En este cuadro se evidencia los costos de los productos que estarán directamente involucrados en la producción de las artesanías de madera. Cabe mencionar que a partir del año 2 se ha estimado un incremento del 3%.

Cuadro 33

COSTO DE DIRECTO								
CANT.	DETALLE	PRECIO	ENER	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	MATERIA PRIMA	600,00	600,00	3600,00	3708,00	3819,24	3933,82	4051,83
10	PINTURA	25,00	250,00	3000,00	3090,00	3182,70	3278,18	3376,53
20	BARNIZ	20,00	20,00	240,00	247,20	254,62	262,25	270,12
1	GOMA	25,00	25,00	300,00	309,00	318,27	327,82	337,65
50	LIJAS DE MADERA	5,00	250,00	3000,00	3090,00	3182,70	3278,18	3376,53
	TOTAL		1.145,00	10.140,00	10.444,20	10.757,53	11.080,25	11.412,66

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

En relación a los ingresos se detallan el cobro de los productos por portes a precios accesibles, se ha estimado un incremento del 5,23% a partir del año 2 en adelante.

Cuadro 34

PRESUPUESTO DE INGRESOS									
INGRESOS POR VENTA	CANT	PRECIO	ENERO	FEB	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ARTESANIAS PEQUEÑAS	100	5	500,00	500,00	6000,00	6180,00	6365,40	6556,36	6753,05
ARTESANIAS MEDIANAS	100	15	1500,00	1500,00	18000,00	18540,00	19096,20	19669,09	20259,16
ARTESANIAS GRANDES	100	40	4000,00	4000,00	48000,00	49440,00	50923,20	52450,90	54024,42
ARTESANIAS VARIAS	50	70	3500,00	3500,00	3500,00	3605,00	3713,15	3824,54	3939,28
TOTAL DE INGRESOS		130	9.500,00	9.500,00	75.500,00	77.765,00	80.097,95	82.500,89	84.975,92

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Se ha considerado como inversión los activos fijos y los costos indirectos (sueldos y gastos, servicios básicos etc.) y directos (materia prima)

Cuadro 35

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	2.090,00
EQUIPOS DE OFICINA	900,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.978,06
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	10.900,00
TERRENOS	5.000,00
VEHICULO	8.000,00
EDIFICACIÓN	10.000,00
GASTOS	3686,73
COSTO INDIRECTO	305,00
COSTO DIRECTO	1145
TOTAL DE LA INVERSION	44.004,79

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

El proyecto estará financiado en un 80% con un préstamo bancario del Banco del Pichincha.

Cuadro 36

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		44.004,79
Financiado	80%	35.203,83
Aporte Propio	20%	8.800,96
		44.004,79

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	14%	0,14
		0,14

PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	35.203,83	4.928,54

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Por medio de la tabla de amortización se puede observar los pagos que tendrá que devengar la comercializadora de artesanías anualmente por el pago del préstamo.

Cuadro 37

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				35.203,83
1	7.040,77	4.928,54	11.969,30	28.163,06
2	7.040,77	3.942,83	10.983,60	21.122,30
3	7.040,77	2.957,12	9.997,89	14.081,53
4	7.040,77	1.971,41	9.012,18	7.040,77
5	7.040,77	985,71	8.026,47	-
	35.203,83	14.785,61	49.989,44	

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

A través de este estado financiero se podrá conocer la utilidad y perdida del negocio, pero como se observa esta idea demuestra desde el primer mes de iniciado sus actividades comerciales habrá utilidad.

Cuadro 38

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO								
		ENE.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
	VENTAS	9.500,00	75.500,00	77.765,00	80.097,95	82.500,89	84.975,92	400.839,75
(-)	COSTO DIRECTO	1.145,00	10.140,00	10.444,20	10.757,53	11.080,25	11.412,66	53.834,64
	UTILIDAD BRUTA	8.355,00	65.360,00	67.320,80	69.340,42	71.420,64	73.563,26	347.005,12
	COSTOS INDIRECTOS	305,00	3.705,00	3.816,15	3.930,63	4.048,55	4.170,01	19.670,35
	UTILIDAD OPERACIONAL	8.050,00	61.655,00	63.504,65	65.409,79	67.372,08	69.393,25	327.334,77
	GASTOS ADMINISTRATIVOS	4.031,88	44.842,54	47.877,62	49.182,73	49.849,52	51.208,66	242.961,07
(-)	GASTOS FINANCIEROS	410,71	4.928,54	3.942,83	2.957,12	1.971,41	985,71	14.785,61
	UTILIDAD ANTES PART. IMP	3.607,41	11.883,93	11.684,20	13.269,93	15.551,15	17.198,88	69.588,09
	PARTICIPACION EMPLEADOS	148,55	1.782,59	1.752,63	1.990,49	2.332,67	2.579,83	10.438,21
	UTILIDAD ANTES DE IMPTO	3.458,86	10.101,34	9.931,57	11.279,44	13.218,47	14.619,05	59.149,88
	IMPUESTO RENTA	210,44	2.525,33	2.482,89	2.819,86	3.304,62	3.654,76	14.787,47
	UTILIDAD NETA	3.248,42	7.576,00	7.448,68	8.459,58	9.913,86	10.964,29	44.362,41

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

El flujo de caja permite verificar las entradas y salidas de dinero para de esta manera realizar toma de decisiones en base a este rubro.

Cuadro 39

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	75.500,00	77.765,00	80.097,95	82.500,89	84.975,92	400.839,75
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		75.500,00	77.765,00	80.097,95	82.500,89	84.975,92	400.839,75
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	44.004,79	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	25.517,01	30.485,90	31.393,52	32.303,64	33.241,07	152.941,14
GASTO DE VENTAS	-	5.500,00	6.489,00	6.683,67	6.884,18	7.090,71	32.647,56
GASTOS GENERALES	-	5.997,00	6.760,92	6.963,75	7.172,66	7.387,84	34.282,17
COSTO INDIRECTO		3.400,00	3.816,15	3.930,63	4.048,55	4.170,01	19.365,35
COSTO DIRECTO	-	8.995,00	10.444,20	10.757,53	11.080,25	11.412,66	52.689,64
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	1.782,59	1.752,63	1.990,49	2.332,67	2.579,83
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	2.525,33	2.482,89	2.819,86	3.304,62	3.654,76
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	44.004,79	49.409,01	62.304,09	63.964,62	66.299,64	68.939,58	298.160,44
FLUJO OPERATIVO	-44.004,79	26.090,99	15.460,91	16.133,33	16.201,25	16.036,34	89.922,82
INGRESOS NO OPERATIVOS							
PRESTAMO BANCARIO	35.203,83						
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	35.203,83	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	7.040,77	7.040,77	7.040,77	7.040,77	7.040,77	35.203,83
PAGO DE INTERESES	-	4.928,54	3.942,83	2.957,12	1.971,41	985,71	14.785,61
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	11.969,30	10.983,60	9.997,89	9.012,18	8.026,47	49.989,44
FLUJO NETO NO OPERATIVO	35.203,83	-11.969,30	-10.983,60	-9.997,89	-9.012,18	-8.026,47	-49.989,44
FLUJO NETO	-8.800,96	14.121,69	4.477,31	6.135,44	7.189,07	8.009,86	39.933,38
FLUJO ACUMULADO	-	14.121,69	18.599,00	24.734,45	31.923,51	39.933,38	

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Como se aprecia existe un cuadro de las cuentas, demostrando que el negocio tendrá un buen comportamiento financiero desde el primer año de iniciada comercializadora de artesanías.

Cuadro 40

BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	14.121,69	18.599,00	24.734,45	31.923,51	39.933,38
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	14.121,69	18.599,00	24.734,45	31.923,51	39.933,38
ACTIVOS FIJOS	38.868,06	38.868,06	38.868,06	38.868,06	38.868,06
DEPRECIAC. ACUMULADA	4.141,80	8.283,60	12.425,40	15.914,44	19.403,48
TOTAL DE ACTIVO FIJO	34.726,26	30.584,46	26.442,66	22.953,62	19.464,58
TOTAL DE ACTIVOS	48.847,95	49.183,46	51.177,11	54.877,14	59.397,96
PASIVO					
CORRIENTE					
PRESTAMO	28.163,06	21.122,30	14.081,53	7.040,77	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	1.782,59	1.752,63	1.990,49	2.332,67	2.579,83
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	2.525,33	2.482,89	2.819,86	3.304,62	3.654,76
TOTAL PASIVO	32.470,99	25.357,82	18.891,88	12.678,06	6.234,59
PATRIMONIO					
APOORTE CAPITAL	8.800,96	8.800,96	8.800,96	8.800,96	8.800,96
UTILIDAD DEL EJERCICIO	7.576,00	7.448,68	8.459,58	9.913,86	10.964,29
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	7.576,00	15.024,68	23.484,27	33.398,12
TOTAL PATRIMONIO	16.376,96	23.825,64	32.285,22	42.199,08	53.163,37
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	48.847,95	49.183,46	51.177,11	54.877,14	59.397,96

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Los índices financieros señalan un VAN positivo, lo cual quiere decir que el negocio podrá cumplir con todas sus obligaciones, tanto internas (pago sueldos) como externas (pago proveedores, SRI, IESS, pago préstamo). El TIR es de 33% demostrando que el negocio es rentable, puesto que se tiene una tasa de descuento del 16%.

Cuadro 41

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-44.004,79	26.090,99	15.460,91	16.133,33	16.201,25	16.036,34

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	16%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	89.922,82
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	44.004,79
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	40,87%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		60.901,06
VAN	POSITIVO	16.896,28
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	3,60
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12%	260,44
TASA INTERNA DE RETORNO		33%

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

Las razones financieras demuestran que las gestiones realizadas financieramente dan como resultado un índice de rentabilidad.

RAZONES	
UTILIDAD NETA	44.362,41
VALOR DEL CREDITO	35.203,83
VENTAS	400.839,75
COSTO DE VENTA	73.504,99
TOTAL DEL ACTIVO	19.464,58

INDICE INVERSION TOTAL	MAYOR A 1	1,26
MONTO DE INVERSION	MAYOR A 1	11,39
MARGEN NETO DE UTILIDAD (UTILIDAD VENTA)	MAYOR A 1%	5,45
MARGEN BRUTO DE UTILIDADES	MAYOR A 1	3,78

Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

5.7.3 Impacto.

El aplicar el análisis de Porter permitió conocer con mayor efectividad el mercado en el cual incursionará esta microempresa, obteniendo así una ventaja competitiva ante la rivalidad

.

El efectuar el Análisis FODA, el cual permitió crear la matriz FO-FA-DO-DA, en la misma que se podrá poner en práctica sus estrategias, logrando posicionar las artesanías en esta localidad.

El sector laboral se verá beneficiado puesto que al incrementarse la producción artesanal, se crearán nuevas plazas de trabajo, en especial para los artesanos.

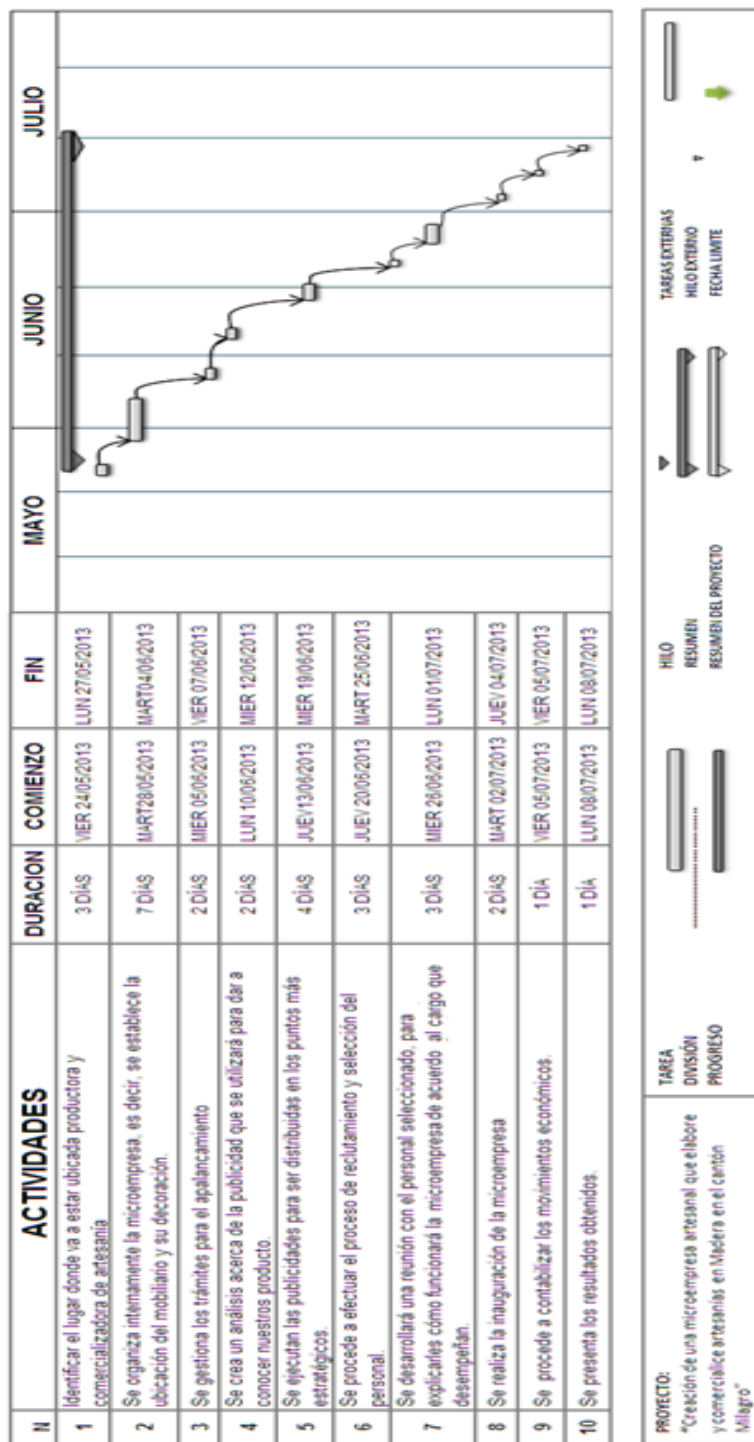
Utilizar estrategias de Marketing, con el fin de crear en la sociedad una comunicación visual a través de novedosas y llamativas herramientas publicitarias, incitando a la población a consumir lo nacional, con la finalidad de liderar el mercado de las artesanías.

Se protegerá la producción local a través de la identificación del artesano Milagreño, empleando un logotipo donde las artesanías de esta localidad se diferencien de la competencia externa.

Se obtendrán altos niveles de rentabilidad, que les permitirán ampliar sus negocios y proyectarse en un futuro a otras plazas de mercado.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 27



Elaborado por: Nancy Quintuña y Cindy Rodríguez

5.7.5 Lineamiento de la propuesta

Dentro del lineamiento se establecerá lo que se conseguirá con esta propuesta.

- Como primer lineamiento aplicado esta el planteamiento del problema donde se estableció las causas y efectos, de esta manera se formuló preguntas en base a los problemas encontrados, las cuales se formaron en hipótesis.
- Se realizó una encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Milagro, donde se pudo conocer que existe un alto nivel de aceptación con respecto a la comercialización de las artesanías de madera.
- Se analizó el mercado a través de las cinco fuerzas de Michael Porter, esta es una herramienta necesaria para identificar el mercado meta la cual se dirigirá esta propuesta, así mismo a la competencia directa e indirecta y por último a los proveedores y sustitutos, con el fin de establecer estrategias competitivas.
- Entre los lineamientos internos se aplicó el FODA, en donde se estableció los factores internos y externos de la propuesta.
- En la parte publicitaria se practicó el funcionamiento del Marketing Mix, en el cual se determinó las estrategias de promoción y materiales publicitarios, para dar a conocer en un corto tiempo esta propuesta en el sector comercial del cantón Milagro.
- Para determinar la factibilidad económica se realizó una proyección financiera basada en valores actuales de los activos y gastos en los cuales incurrirá esta empresa artesanal.

CONCLUSIONES

1.- El nivel de inversión en este cantón es bajo, lo cual ha limitado a la ciudadanía a contar diferentes oportunidades de abastecimiento de un producto o servicio así como la economía en el cantón, por ello, que este mercado cuenta con muchas necesidades.

2.- Debido a la falta de inversión en este cantón muchos Milagreños se ha visto en la necesidad de emigrar a otras ciudades o países para así mejorar su estilo de vida y así crear divisas de trabajo en esta localidad.

3.- El gobierno actual no se preocupa por apoyar emprendimientos en este sector, por ello, este sector comercial de este cantón se ve disminuido a comparación con otros cantones, donde se ha visto un incremento de la economía en base a nuevas oportunidades de negocio.

4.- Las artesanías don productos novedosos y de arduo trabajo de elaboración, que requieren de materia prima de calidad, para así lograr un producto diferenciado.

RECOMENDACIONES

- 1.- Realizar encuestas periódicas a la ciudadanía con el fin de identificar las necesidades de las personas en el mercado, de esta manera se podrá mejorar los productos o servicios que se oferten en esta plaza comercial.

- 2.- Proponer la apertura de esta microempresa artesanal con el fin de crear nuevas fuentes de trabajo, de esta forma se incrementará la economía de este cantón y por ende se contribuirá a mejorar la calidad de vida de los Milagreños.

- 3.- Ante la ausencia de nuevas oportunidades de trabajo, la microempresa propuesta debe ser expuesta a conocimiento de la ciudadanía a través de herramientas publicitarias las cuales deben ser colocadas en lugares estratégicos, así mismo se debe realizar las entregas de volantes afiches entre otros en zonas concurridas de esta localidad.

- 4.- Establecer alianzas con dos o tres proveedores serios, que le provea a la microempresa de la materia prima en todo momento, de esta forma podrá cumplir con la demanda y pedidos de los productos.

2 Bibliografía

DEGUATE.COM. (2 de Octubre de 2012). *ANÁLISIS FODA*. Recuperado el 15 de Octubre de 2012, de ANÁLISIS FODA: <http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk17.htm>

DOCUMENTACIÓN COOPERACIÓN. (4 de Febrero de 2012). *SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DEL ECUADOR*. Recuperado el 13 de Octubre de 2012, de SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DEL ECUADOR: http://www.documentacooperacion.org/index.php?option=com_content&view=article&id=318&Itemid=203

Economía, finanzas, vivienda, empleo. (27 de enero de 2011). Recuperado el 20 de 08 de 2012, de <http://encuentroconlasfinanzas.blogspot.com/2011/01/la-tasa-de-desempleo-mundial-esta-en-el.html>

ECUADOMAGIC. (15 de Abril de 2008). *ARTESANÍAS*. Recuperado el 29 de Agosto de 2012, de ARTESANÍAS: <http://www.ecuadormagic.com/artesantias.html>

Jimenez, A. (12 de Octubre de 2012). *OIT*. Recuperado el 15 de Octubre de 2012, de <http://www.elblogsalmon.com/tag/oit>

kAGUAMBA. (29 de Julio de 2005). *Microsoft Word - CAPITULO II.doc*. Recuperado el 28 de Junio de 2012, de Microsoft Word - CAPITULO II.doc: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/9396/12/17931_2.pdf

Luz, P. M. (8 de Octubre de 2004). *"CULTURA, TURISMO Y ARTESANIA"*. Recuperado el 27 de Agosto de 2012, de "CULTURA, TURISMO Y ARTESANIA": <http://www.yorku.ca/hdrnet/images/uploaded/Cultura,%20Turismo%20Ficha%2017.pdf>

M., C. L. (23 de Marzo de 2010). *ARTESANÍA DE MADERA Y FIBRAS VEGETALES*. Recuperado el 2 de Junio de 2012, de ARTESANÍA DE MADERA Y FIBRAS VEGETALES: <http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/images/stories/fichas/honduras/hn-artesantias-de-madera-y-fibras-vegetales.pdf>

Moreno, M. A. (27 de enero de 2011). *El desempleo mundial está en el nivel más alto de la historia, según la OIT*. Obtenido de <http://www.elblogsalmon.com/mundo-laboral/el-desempleo-esta-en-el-nivel-mas-alto-de-la-historia-segun-la-oit>

NECTILUS. (30 de Noviembre de 2011). *LEY DE REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2012, de LEY DE REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES: <http://www.nectilus.com/colin/?p=524>

Panorama Laboral 2010 . (03 de junio de 2011). Recuperado el 16 de julio de 2012, de http://intranet.oit.org.pe/index.php?option=com_content&task=view&id=1972&Itemid=1155

SCRIBD. (3 de ABRIL de 2011). *DESARROLLO ECONÓMICO*. Recuperado el 15 de Octubre de 2012, de DESARROLLO ECONÓMICO: <http://es.scribd.com/doc/55028057/desarrollo-socioeconomico>

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA:

El objetivo es obtener datos sobre el nivel socioeconómico del Cantón milagro.

Se pide objetividad y sinceridad en el momento de responder a cada una de las preguntas, así mismo, estas forman parte de un cuestionario al que se le ha establecido una puntuación que usted debe seleccionar, de acuerdo a su punto de vista.

Escala: 5 Muy de acuerdo; 4 De acuerdo; 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo (indecisión);

2 En desacuerdo; 1 Totalmente en desacuerdo.

ÍTEMS	ESCALA				
	1	2	3	4	5
1. El empleo o trabajo significa una fuente de ingreso económico.					
2. El desarrollo socioeconómico de una ciudad depende de que sus habitantes posean empleo.					
3. Milagro posee un nivel de inversión bajo, lo que afecta a su desarrollo como ciudad.					
4. El desarrollo socioeconómico de Milagro se ve afectado por el bajo nivel de inversión que existe.					
5. Los habitantes de Milagro ven afectada su economía como resultado de no existir una mayor inversión en el desarrollo de la ciudad.					
6. Existe un gran número de milagreños que han tenido que migrar para encontrar fuentes de empleo y de progreso en su calidad de vida.					
7. La migración de muchos milagreños ha afectado al desarrollo económico que actualmente presenta nuestra ciudad.					
8. La migración ha sido una opción dolorosa para aquellos milagreños que no encuentran empleo en nuestra ciudad.					
9. Las autoridades locales, actualmente se preocupan y prestan apoyo para desarrollar emprendimientos.					
10. Existen programas de las autoridades locales para promover la presentación de proyectos de emprendimiento en nuestra ciudad.					
11. Las microempresas que existen en la ciudad (Milagro), son el resultado del apoyo y asesoría que brinda el gobierno local.					
12. Las microempresas milagreñas son el resultado de los deseos de progreso de la gente de este Cantón, sin haber recibido apoyo de autoridades locales.					
13. La creación de nuevos negocios en nuestra ciudad, permitirá mejorar la economía de algunos milagreños.					
14. Si en la ciudad se crearan más microempresas, esto ayudaría al problema de desempleo.					

ANEXO 2

FOTOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LA CIUDADANÍA MILAGREÑA







ANEXO 3

PERMISOS MUNICIPALES



Solicitud para Registro de Patente
Personas Naturales

Especie Valorada \$ 1.00

Nº 019259

★ ★ ★ ★ ★
GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
SAN FRANCISCO DE MILAGRO

ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

SOLICITUD No. _____

PRIMERA VEZ RENOVIACIÓN

DÍA	MES	AÑO
-----	-----	-----

DATOS DEL CONTRIBUYENTE				No. CÉDULA DE CIUDADANÍA
APELLIDOS		NOMBRES		R.U.C.
PATERNAL	MATERNAL	1er. NOMBRE	2do. NOMBRE	
_____	_____	_____	_____	_____

DATOS DEL SOLICITANTE			
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	TELÉFONO (S)	FAX	CASILLA
ESTA OBLIGADO LEGALMENTE A LLEVAR CONTABILIDAD	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN MILAGRO		CAPITAL PROPIO (ACTUALIZADO)
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	MES	DÍA	AÑO
			\$ _____

CLASIFICACIÓN DOMICILIARIA PARA PERSONAS NATURALES QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTÓN MILAGRO

CLASE A.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE B.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE C.	NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTÓN Y CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>

ACTIVIDAD	PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA
COMERCIAL <input type="checkbox"/> INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> FINANCIERA <input type="checkbox"/> ARTESANAL <input type="checkbox"/> ESPECIFIQUE _____ ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL _____	No. DE RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN _____ FECHA DE EMISIÓN DE RESOLUCIÓN _____

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA	
ESTA AFILIADO A ALGUNA CÁMARA DE PRODUCCIÓN? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> AGRICULTURA <input type="checkbox"/> CONSTRUCCIÓN <input type="checkbox"/> INDUSTRIA <input type="checkbox"/> COMERCIO <input type="checkbox"/> PEQUEÑA INDUSTRIA <input type="checkbox"/> ARTESANÍA <input type="checkbox"/>	CANTIDAD DE TRABAJADORES 1 - 20 <input type="checkbox"/> 201 - 501 <input type="checkbox"/> 21 - 50 <input type="checkbox"/> MAS DE 501 <input type="checkbox"/> 51 - 200 <input type="checkbox"/>

NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN)	
DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRUCTAMENTE A LA VERDAD DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES. SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL _____	LIQUIDADO POR: _____ RELIQUIDADO POR: _____

OBSERVACIÓN.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ EN LOS SIGUIENTES CASOS:
 1. PARA LAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS POR LA LEY A LLEVAR CONTABILIDAD.
 2. CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ O RENOVIACIÓN.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACIÓN.

COMANDO EN JEFE
SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
SAN FRANCISCO DE MILAGRO

COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES: ABR DIA: 27 AÑO: 2011 CAJA No.: 14 No.: 000293451

CONTRIBUYENTE: ILUSTRE M. MILAGRO MENDOZA SAQUISILI MARIA ROSARIO
 Direccion: CALLE MIGUEL VALVERDE ENTRE INGLATERRA Y PEDRO VE

CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL: 01-05-29-27-0-0-0-0
 CODIGO TRANSACC.: URB

PAGO DE PREDIOS URBANO Y ADICIONALES 2011
 TITULO DE CREDITO No. O 62934

Avaluo Prop. Urb. \$ 79.687,18

CUERPO DE BOMBEROS 11.95

	VALOR RECIBIDO
EFFECTIVO	\$ *****11.95
CHEQUES	\$ *****0.00
N/C y/o TRANSFER	\$ *****0.00
TOTAL RECIBIDO	\$ *****11.95

0248822

MUNICIPALIDAD DE MILAGRO
 TESORERIA
 27 ABR 2011
 11:40:20
 SELLO Y FIRMA DEL CAJERO
PAGADO

DIRECTOR FINANCIERO: [Firma] TESORERO MUNICIPAL: [Firma] JEFE DE RENTAS: [Firma]

L MUNICIPALIDAD DE MILAGRO
 SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
 SAN FRANCISCO DE MILAGRO

COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES: NOV DIA: 24 AÑO: 2010 CAJA No.: 5 No.: 000011831

CONTRIBUYENTE: HERNANDEZ FRANCO ZOILA ELIZABETH
 Direccion: TORRES CAUSANA Y ENRIQUE VALDEZ

CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL: 0908084999001
 CODIGO TRANSACC.: PAT

PAGO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL Y ADICIONALES 2010
 TITULO DE CREDITO No. P-2321

IMP. PATENTE REG. SANITARIO FORMULARIOS EMISION 37.00
 2.00
 6.00
 1.00

Interes: 2.85 Multa: 11.10 Coactiva: 0.00

	VALOR RECIBIDO
EFFECTIVO	\$ *****59.95
CHEQUES	\$ *****0.00
N/C y/o TRANSFER	\$ *****0.00
TOTAL RECIBIDO	\$ *****59.95

0148460

Municipalidad de Milagro
 TESORERIA
 24 NOV 2010
 12:15:52
 NELORES
 SELLO Y FIRMA DEL CAJERO

DIRECTOR FINANCIERO: [Firma] TESORERO MUNICIPAL: [Firma] JEFE DE RENTAS: [Firma]

Formulario

**Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del Canton
SAN FRANCISCO DE MILAGRO**

Nº DE SOLICITUD			312
MES	DIA	AÑO	
11	14	2011	

LINEA DE FABRICA

DATOS DEL PROPIETARIO Y O RESPONSABLE TECNICO

NOMBRE: MAGDALENA CHAFLA TENESACA Y JULIO ZUÑIGA GARATE	CEDULA DE CIUDADANIA 060150327-9
--	-------------------------------------

INFORMACION DEL PREDIO

CIUDAD MILAGRO	PARROQUIA ERNESTO SEMINARIO	CIUDADELA LOS CAÑAVERALES	CODIGO O CLAVE CATASTRAL 03-02-47-08
MANZANA 47	SOLAR 08	CALLE CALLEJON ENTRE CALLE PRIMERA Y GRAL. ANDRADE	
ANCHO DE VIA PRINCIPAL -----		ANCHO DE ACERA -----	LINEA DE FABRICA DESDE EL EJE -----
ZONA: ZR-3			

NORMAS DE EDIFICACION

MEDIDAS DEL SOLAR SEGUN LEVANTAMIENTO TOPOGRAFICO

NORTE 10.00 m	SUR 10.00 m	ESTE 16.50 m	OESTE 16.50 m	AREA DEL SOLAR 165.00 m ²	ANCHO DE ACERA m
------------------	----------------	-----------------	------------------	---	---------------------

CONDICIONES DE EDIFICACION

FRENTE DEL LOTE 10.00 m	ALTURA MAX. EDIFICACION PB + 1 NIVEL	ALTURA MIN. EDIFICACION -----	DENSIDAD NETA 300 hab/Ha	ESTACIONAMIENTO 1 X VIVIENDA
RETIRO FRONTAL 1 2.50 m Sin Soportal	RETIRO LATERAL 0.1 x la medida del frente	RETIRO LATERAL 0.1 x la medida del frente	RETIRO POSTERIOR 0.1 x la medida del fondo	
COS 0.65 m ²	CUS 1.30 m ²	VOLADO SOBRE LINEA DE LINDERO FRONTAL -----	VOLADO SOBRE LINEA DE CONSTR. FRONTAL 1.00 m	

COMPATIBILIDAD DE USO

USO PERMITIDO VIVIENDA BIFAMILIAR	USO COMPATIBLE CON EDUCACION, COMERCIO DE VECINDARIO SALUD, OFICINAS, CULTURA, DEPORTE.
--	---

CONDICIONES DE ORDENAMIENTO

OBSERVACIONES (SOportal)	CARACTERISTICA DE LA EDIFICACION SEGUN LOS RETIROS EXIGIBLES.	OTROS
ANCHO -----	ALTURA -----	



OBSERVACIONES

*** NO NOS RESPONSABILIZAMOS POR DIFERENCIAS DE AREAS CON RELACION A ESCRITURA**
*** NORMAS DADAS DE ACUERDO AL LEVANTAMIENTO PLANIMETRICO PARTICULAR.**

NOTA: EL PERIODO DE DURACION DE ESTAS NORMAS ES DE UN AÑO

USOS PROHIBIDOS

COMBUSTIBLE TOXICOS O EXPLOSIVOS, GRANDES INDUSTRIAS DE CUALQUIER TIPO.

 INSPECTOR	 DIRECTOR DE LA D.U.A.C.
---	--



GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
SAN FRANCISCO DE MILAGRO
**COMPROBANTE
DE INGRESO A CAJA**

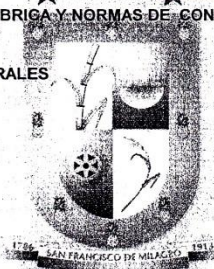
MES	DÍA	AÑO	CAJA No.	No.
NOV	14	2011	5	000010675

CONTRIBUYENTE CHAFLA TENESACA MAGDALENA	CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL	CODIGO TRANSACC. VAR
--	------------------------------------	-------------------------

CERTIFICADOS DEUSOS DE SUELO, LINEA DE FABRICA,

CERTIFICADOS DE LINEA DE FABRICA Y NORMAS DE CONSTRUCCION
CLAVE CATASTRAL: 03-02-47-08

Dirección : CDLA. LOS CAÑAVERALES



	VALOR RECIBIDO
EFFECTIVO	\$. *****4.00
CHEQUES	\$. *****0.00
N/C y/o TRANSFER	\$. *****0.00
TOTAL RECIBIDO	\$. *****4.00



DIRECTOR FINANCIERO	TESORERO MUNICIPAL	JEFE DE RENTAS

0314341
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL
DEL CANTÓN SAN FRANCISCO DE MILAGRO
TESORERIA
14 NOV 2011
10:59:45
NE LORES
SELLO Y FIRMA DEL CAJERO

PAGADO

DIRECCIÓN FINANCIERA - TESORERIA
150.000 COMPROBANTES DE INGRESO A CAJA - INGRESO A CAJA DEL 2011

Módulo: Impresión de Comprobantes de Ingreso a Caja - Impresión: 14/11/2011 10:59:45

CONTRIBUYENTE

ANEXO 4

FOTOS DEL LOCAL

