



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DE CUERO DE USO PERSONAL EN
EL CANTÓN DE COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA”**

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTORES: OSCAR MAURICIO FIGUEROA ROSAS

CHRISTIAN ANDRÉS RUIZ ANDRADE

DIRECTOR: ECON. LUIS ARTURO CERVANTES FERNADEZ

IBARRA, AGOSTO 2018

AUTORÍA

Nosotros, **Oscar Mauricio Figueroa Rosas con cedula de identidad Nro 040189311-0 y Christian Andrés Ruiz Andrade** , con cédula de ciudadanía Nro.100401504-4, declaro bajo juramento que el presente trabajo aquí desarrollado es de mi autoría: **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DE CUERO DE USO PERSONAL EN EL CANTÓN DE COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Oscar Mauricio Figueroa R.

C.I 040189311-0



Christian Andrés Ruiz A.

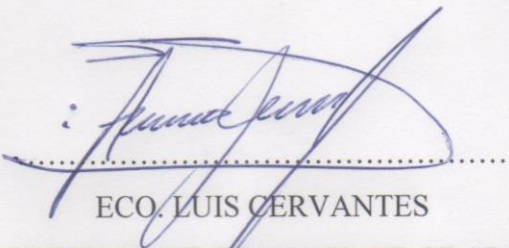
C.I 100401504-4

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En calidad de Director del Trabajo de Grado, Presentados por los **Señores Oscar Mauricio Figueroa Rosas y Christian Andrés Ruiz Andrade**, para optar por el título de **Ingeniería Comercial** cuyo tema es “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DE CUERO DE USO PERSONAL EN EL CANTÓN DE COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA.”

Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación y evaluación pública por parte del tribunal examinador que se designe.

Firma



ECO. LUIS CERVANTES
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

1. IDENTIFICACION DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO	
Cédula de Identidad	040189311-0 100401504-4
Apellidos y Nombres	Figueroa Rosas Oscar Mauricio Ruiz Andrade Christian Andrés
Dirección	Barrio El Olivo, Panamericana Norte, Ibarra Barrio El Coco, Calle Segundo Luis Moreno y Bolívar, Cotacachi.
E-mail	Oscarm_1991@hotmail.com christianppindomi@gmail.com
Teléfono móvil	0980111525 0983410546
DATOS DE LA OBRA	
Título	“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DE CUERO DE USO PERSONAL EN EL CANTÓN DE COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA”
Autores	Figueroa Rosas Oscar Mauricio Ruiz Andrade Christian Andrés
Fecha aammdd	2018/08/03

SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
Programa	<input checked="" type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Postgrado
Título por el que opta	Ingeniero Comercial
Asesor/Director	Eco. Luis Cervantes

2. CONSTANCIA

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

En la ciudad de Ibarra, a los 03 días del mes de agosto de 2018.

AUTORES



Oscar Mauricio Figueroa R.
C.I 040189311-0



Christian Andrés Ruiz A.
C.I 100401504-4

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio titulado, “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DE CUERO DE USO PERSONAL EN EL CANTÓN DE COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA”, tiene como objetivo fabricar productos artesanales de cuero de calidad. La investigación parte del diagnóstico situacional que ha permitido conocer las condiciones del entorno en las que se crearía la microempresa. El estudio de mercado, se identificó la demanda insatisfecha a la que nos podemos dirigir. En el estudio técnico, se determinó la localización, el tamaño y la inversión del proyecto, determinando la conveniencia de que este se ubique en uno de los sectores de mayor actividad turística dentro de la Ciudad de Cotacachi. Al realizar el estudio financiero se pudo comprobar la viabilidad, sustentabilidad y rentabilidad del proyecto. Para el análisis organizacional, se ha tomado en cuenta los aspectos administrativos y jurídicos respectivos. Concluyendo con el análisis de los impactos que se pudo observar son positivos, para los propietarios de la empresa artesanal de cuero, la población y la zona de influencia del proyecto.

SUMMARY

The present study called "CREATION OF A MICROENTERPRISE FOR THE DEVELOPMENT AND COMMERCIALIZATION OF LEATHER ARTICLES FOR PERSONAL USE OF THE CANTON COTACACHI, PROVINCE OF IMBABURA". It has as objective make handcrafted products of quality leather. The investigation starts from the situational diagnostic that has allowed us to know the environmental conditions in which the microenterprise would be created. The market study identified the unsatisfied demand to which we can address. In the technical study, there decided the location, the size and the investment of the project, determining the suitability of which this one is located in one of the sectors with more tourist activity inside Cotacachi's City. Through the financial study was possible to verify the viability, sustentabilidad and profitability of the project. For the organizational analysis have been taken as reference the aspects administrative and legal respectively. Concluding with the analysis of the impacts where it was possible to observe, are positive for the owners of the leather craft company, the population and the area of influence of the project.

DEDICATORIA

El esfuerzo y la perseverancia han permitido alcanzar esta meta en nuestras vidas.

Queremos dedicar con mucho cariño este logro, a nuestras familias por su constante apoyo,
por sus palabras de aliento, y sus ánimos hacia nosotros.

Dedicamos este trabajo a las catedráticas de la facultad que fueron una parte fundamental en
este periodo de tiempo, para alcanzar nuestros objetivos.

Christian Ruiz

Mauricio Figueroa.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por permitirnos culminar una carrera profesional, de igual manera a nuestros padres que nos han apoyado y guiado en cada paso inculcándonos valores que de una u otra forma nos han fortalecido en el transcurso de nuestras vidas.

A la Universidad Técnica del Norte especialmente a los docentes de la Carrera de Ingeniería Comercial, los cuales han brindado valiosos conocimientos que nos han permitido formarnos profesionalmente.

De manera especial al director de trabajo de grado, el Econ. Luis Cervantes por brindarnos sus conocimientos y apoyo para culminar el presente trabajo

Christian Ruiz

Mauricio Figueroa.

ÍNDICE GENERAL

AUTORÍA.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	iii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	iv
RESUMEN EJECUTIVO	vi
SUMMARY	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xvii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xx
DESCRIPCION DEL PROYECTO	xxii
INTRODUCCIÓN	xxiv
JUSTIFICACIÓN	xxvi
OBJETIVOS	xxvii
Objetivo general.....	xxvii
Objetivos específicos:	xxvii
CAPÍTULO I	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	28
Objetivos del diagnostico.....	28
Objetivo general del diagnóstico	28
Objetivos específicos del diagnóstico	28
Matriz de relación diagnóstica	30
ánalisis de la información	31
Aspectos económicos.....	31
Aspectos sociales	34
Aspecto demográfico	36
Aspectos legales.....	37
Aspectos tecnológicos.....	39
Aspectos Políticos.....	39
Análisis de la oportunidad de inversión.....	40
CAPÍTULO II.....	42
MARCO TEÓRICO.....	42

Artesanía	42
Clasificación de la artesanía.....	42
Concepto industrialización del cuero	43
Empresa.....	43
Clasificación de las Empresas.....	43
Sociedad de responsabilidad limitada.....	44
Empresa como sistema.....	44
Estructura de la empresa	45
Estudio de mercado	45
Mercado	45
Determinación del tamaño mínimo de la muestra	46
Demanda	46
Oferta	46
Demanda insatisfecha	47
Precio	47
Canales de distribución.....	47
Estructura organizacional.....	48
Componentes de mercado	48
Estudio técnico.....	48
Localización del proyecto	48
Macro localización.....	49
Micro localización	49
Tamaño del proyecto.....	50
Distribución de la planta	50
Ingeniería del proyecto	51
Inversión	51
Inversión fija	51
Inversión diferida	52
Capital de trabajo	52
Estados financieros	53
Objetivos.....	53
Tipos de estados financieros	53
Indicadores financieros	54
Valor Presente Neto	54

Tasa interna de retorno (TIR)	55
Costo oportunidad.....	55
Punto de Equilibrio	56
Estructura administrativa	56
Misión	56
Visión.....	56
Objetivos.....	57
Políticas.....	57
Estructura Organizacional.....	57
Manual de funciones	58
Elementos de la administración	58
Planeación:.....	58
Organización	58
Dirección.....	59
Control.	59
Impacto	59
CAPÍTULO III.....	61
ESTUDIO DE MERCADO	61
Presentación	61
Objetivos del estudio de mercado	61
Objetivo general.....	61
Objetivos específicos.	61
Variables de estudio.....	62
Indicadores:.....	62
Identificación de los productos	65
Segmentación de mercado.	65
Mercado meta.....	66
Distribución de la población	67
Determinación del tamaño de la muestra.....	67
División de la muestra por nacionalidades de los turistas	68
Evaluación de la información	68
Análisis de la demanda	87
Proyección de la demanda	88
Identificación de la competencia	89

Proyección de la oferta.....	90
Análisis de la demanda insatisfecha	91
Análisis de los precios de la competencia.....	91
Estrategias de comercialización.....	93
Estrategias del producto.....	93
Estrategias de precio	94
Estrategias de promoción.....	94
Estrategia de plaza o distribución	94
CAPÍTULO IV.....	96
ESTUDIO TÉCNICO	96
Objetivo general.....	96
Localización.....	96
Macro localización.....	96
Micro localización	97
Tamaño del proyecto.....	98
Demanda	99
Disponibilidad de materia prima.....	99
Disponibilidad de mano de obra	101
Maquinaria	101
Máquina de coser recta	101
Máquina de coser de codo.....	102
Máquina desbastadora.....	102
Inversión o financiamiento	103
Capacidad de la planta	103
Demanda a satisfacer	104
Distribución de la planta	106
Proceso productivo.....	107
Recepción de la materia prima.....	107
Clasificación de materia prima	108
Corte la materia prima	108
Desbastado de la materia prima	108
Pegado y virado de bordes	109
Costuras.....	109
Forros y cierres	110

Costura final.....	110
Últimos terminados.....	111
Diagrama de bloques.....	112
Flujograma de procesos de producción.....	113
Proceso de comercialización.....	114
Diagrama de bloque	115
Determinación de la inversión	115
Inversión de activo fijo	115
Inversión diferida	117
Costos de producción.....	118
Materia prima directa.....	118
Mano de obra	119
Costos indirectos de fabricación	120
Servicios básicos área de producción.	121
Gastos en ventas y publicidad.....	122
Gastos administrativos	123
Cálculo de capital de trabajo.....	126
Financiamiento del proyecto.....	127
CAPÍTULO V.....	129
ESTUDIO FINANCIERO	129
Objetivo general.....	129
Presupuesto de ingresos	129
Determinación del precio de venta	130
Presupuesto de egresos	131
Materia prima directa.....	132
Mano de obra.	133
Costos indirectos de fabricación.	135
Otros CIF	137
Gastos administrativos.....	137
Mano de obra administrativa	137
Costos indirectos en el área administrativa.....	139
Gastos depreciación y amortización	141
Gastos financieros.....	144
Pago de interés y capital	144

Estados financieros	146
Estado de situación inicial	146
Estado de resultados.....	147
Flujo de caja.....	148
Evaluación financiera.....	148
Costo de oportunidad y tasa de rendimiento media	148
Valor actual neto (VAN).....	149
Tasa interna de retorno.....	150
Relación costo beneficio	151
Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	151
Punto de equilibrio.....	152
CAPÍTULO VI.....	155
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	155
Objetivos	155
Objetivo General.....	155
Específicos	155
Tipo de microempresa.....	155
Conformación de la microempresa	156
Requisitos para obtener el RUC.....	156
Requisitos para obtener la patente municipal	156
Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	157
Razón Social	157
Logotipo de la microempresa.....	157
COTACUERO	158
Misión	158
Visión.....	158
Objetivos empresariales	158
Valores Empresariales	158
Políticas del taller.....	159
Organización	160
Estructura Organizacional.....	160
CAPÍTULO VII	164
IMPACTOS	164
Objetivo general.....	164

Evaluación de impactos	164
Impacto económico	165
Impacto social	166
Impacto ambiental.....	167
Tabla general de impactos	168
CONCLUSIONES	170
RECOMENDACIONES.....	172
BIBLIOGRAFÍA	173
LINKOGRAFÍA	177
ANEXOS	178
ANEXO 1.....	179
ANEXO 2.....	183

ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz de Relación Diagnóstica.....	30
2. Número de turistas que visitan el Cantón Cotacachi	34
3. Educación.....	35
4. Grupos Étnicos.....	36
5. Población Económicamente Activa (PEA).....	37
6. Matriz AOOR.....	40
7. Matriz del Estudio De Mercado	64
8. Distribución de la Población.....	66
9. Distribución de la Población.....	67
10. Distribución Muestra	68
11. Edad de los encuestados.....	69
12. Género.....	70
13. Nacionalidad	71
14. Preferencia por los artículos elaborados en cuero?.....	72
15. Valoración de los artículos.....	73
16. Frecuencia de adquisición de los artículos.....	74
17. Adquisición de artículos	75
18. Preferencias de precios	76
19. Estimación de precios cinturones.....	77
20. Estimación de precios billeteras.....	78
21. Estimación de precios bolsos	79
22. Estimación de precios carteras.....	80
23. Preferencias de pago	81
24. Preferencias para adquirir los productos.....	82
25. Identificación de marca.....	83
26. Preferencia por artículos con marca.....	84
27. Conocimiento de ciudades que comercializan productos similares.....	85
28. Medios de comunicación	86
29. Cálculo de la demanda	87
30. Proyección de la demanda	89
31. Cantidades ofertadas	89
32. Proyección de la oferta.....	90

33. Demanda insatisfecha	91
34. Análisis de los precios de la competencia.....	92
35. Matriz de micro localización	98
36. Demanda insatisfecha	99
37. Principales proveedores piezas de cuero.....	100
38. Capacidad de mano de obra para la fabricación de artículos de cuero	103
39. Proyección anual de artículos de cuero.....	104
40. Demanda a captar por producto.	104
41. Distribución de la planta	106
42. Equipos y maquinaria	116
43. Herramientas	116
44. Muebles y enseres	117
45. Equipo de cómputo	117
46. Resumen de activos corrientes.....	117
47. Permisos de funcionamiento.....	118
48. Materia prima directa.....	118
49. Valor de mano de obra.....	119
50. Proyección de Mano de Obra Directa.....	119
51. Materia prima directa.....	120
52. Servicios básicos.....	122
53. Mantenimiento maquinaria	122
54. Gastos de Venta y Publicidad	122
55. Sueldo Área administrativa.....	123
56. Remuneración Gerente General.....	124
57. Servicios básicos área administrativa	125
58. Suministros de oficina.....	125
59. Suministros de aseo.....	126
60. Cálculo de capital de trabajo.....	126
61. Total inversión	127
62. Presupuesto de Ingresos.....	130
63. Precio de venta Chaquetas	131
64. Precio de venta de artículos	131
65. Proyección de materia prima	132
66. Proyecciones de sueldos y salarios	134

67. Proyección Materiales indirectos	135
68. Proyección de servicios básicos.....	137
69. Proyección de mantenimiento de maquinaria	137
70. Proyección de sueldos y salarios del Gerente	138
71. De proyecciones de CIF administrativo.....	139
72. Suministros de oficina.....	139
73. Útiles de aseo	141
74. Depreciación de Área Administrativa.....	142
75. Depreciación Área Operativa.....	142
76. Amortización Activos Diferidos	143
77. Amortización de la deuda	144
78. Estado de situación inicial	146
79. Estado de resultados.....	147
80. Flujo de caja.....	148
81. Costo de oportunidad	149
82. Cálculo del valor actual neto.....	150
83. Tasa interna de retorno.....	151
84. Periodo de recuperación de la inversión	152
85. Determinación de costos Fijos y Variables.....	153
86. Punto de equilibrio	154
87. Manual de funciones del Gerente	162
88. Manual de funciones operarios	163
89. Evaluación de impactos	164
90. Impacto económico	165
91. Impacto social	166
92. Impacto ambiental.....	167
93. Tabla general de impactos	168

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Edad de los encuestados	69
Figura 2 Género	70
Figura 3 Nacionalidad.....	71
Figura 4 Preferencia por los artículos elaborados en cuero	72
Figura 5 Valoración de los artículos	73
Figura 6 Frecuencia de adquisición de los artículos	74
Figura 7 Adquisición de artículos	75
Figura 8 Estimación de precios chaquetas	76
Figura 9 Estimación de precios cinturones	77
Figura 10 Estimación de precios billeteras	78
Figura 11 Estimación de precios bolsos.....	79
Figura 12 Estimación de precios carteras	80
Figura 13 Preferencias de pago.....	81
Figura 14 Preferencias para adquirir los productos	82
Figura 15 Identificación de marca	83
Figura 16 Preferencia por artículos con marca	84
Figura 17 Conocimiento de ciudades que comercializan productos similares	85
Figura 18 Medios de comunicación.....	86
Figura 19 Macrolocalización de la Ciudad de Cotacachi	97
Figura 20 Máquina de coser recta.....	101
Figura 21 Máquina de coser de codo	102
Figura 22 Máquina desbastadora	102
Figura 23 Descripción grafica de la planta	107
Figura 24 Recepción de la materia prima	107
Figura 25 Clasificación de materia prima	108
Figura 26 Corte la materia prima	108
Figura 27 Desbastado de la materia prima	109
Figura 28 Pegado y virado de bordes	109
Figura 29 Costuras	110
Figura 30 Forros y cierres	110
Figura 31 Costura final	111
Figura 32 Últimos terminados	111

Figura 33 Diagrama de bloque.....	112
Figura 34 Flujograma de procesos de producción	113
Figura 35 Flujograma de procesos de comercialización.....	114
Figura 36 Diagrama de bloque.....	115
Figura 37 Logotipo COTACUERO	157
Figura 38 Estructura Organizacional	161

DESCRIPCION DEL PROYECTO

Este proyecto se desarrolló en la Ciudad de Cotacachi, Cantón del mismo nombre, ubicado en la Provincia de Imbabura con la finalidad de beneficiar al sector de la manufactura de cuero y conocer su experiencia.

El objetivo es crear una microempresa artesanal, que brinde productos obtenidos de la manufactura del cuero, de calidad y diseño a los clientes, a través de la implantación de procesos administrativos y operativos bien definidos.

Se plantea operar la empresa a través de métodos de control de calidad y cuidado en cuanto al proceso productivo para llegar a ser los referentes de calidad y cantidad propuesto.

Capítulo I: Se evaluaron los aspectos positivos o negativos que se identifiquen para la creación de la microempresa, por medio del desarrollo del diagnóstico situacional.

Capítulo II: Se detallaron una serie de fundamentos teóricos y científicos relacionados con el proyecto, los mismos que servirán como herramientas de información para la elaboración del presente trabajo, detallándose, así como principales fuentes de información: libros, folletos, documentos, textos, obras, base legal, internet, etc. Estos permiten ratificar los conocimientos para generar nuevas ideas, que den soporte en la estructura del proyecto.

Capítulo III: Se aplicó un estudio de mercado, con las diferentes técnicas de investigación: encuesta, entrevista y observación directa se muestra los resultados del levantamiento de la información.

Capítulo IV En el estudio técnico se delimitó el lugar donde se desarrolló el proyecto, los recursos tanto materiales como humanos que se necesitan para los trabajos de la empresa.

Capítulo V: El estudio financiero se realizó cuidadosamente, se analizó todos sus costos de operación reales para implementar el proyecto, además se establece cuan rentables es este proyecto.

Capítulo VI: Con respecto al estudio administrativo, en este capítulo se determinó la organización de la empresa con el establecimiento de la visión, misión y estructura en base a la cual se va a desarrollar.

Capítulo VII: Se analizó los impactos más relevantes que genera el proyecto con su posterior ejecución.

INTRODUCCIÓN

Santa Ana de Cotacachi es un Cantón ubicado a las faldas del volcán del mismo nombre se constituye como el Cantón más extenso de la provincia de Imbabura. En el año 2000 fue declarado «Cantón ecológico», preservando sus zonas verdes y fauna a través de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, es considerada la Capital Musical del Ecuador por la devoción que expresa su pueblo por la música y denominada Castillo de Luz por la combinación de elementos naturales, culturales y sobre todo artesanales lo que le convierte en el Cantón más próspero de la provincia.

La actividad predominante entre los artesanos cotacacheños es la talabartería, el arte de elaborar y fabricar diversos artículos en cuero. La historia de Cotacachi recoge como antecedente de esta actividad productiva que durante la II Guerra mundial decenas de habitantes elaboraban estuches de cuero donde los soldados guardaban el tabaco.

Nadie sabe cómo lo exportaban ni quienes les pagaban por ese trabajo solo se conoce que así empezó esta tradición artesanal del cuero de tal modo que ha convertido al cantón en un referente nacional.

Los conocidos “talabarteros” que desde inicios del siglo XX se dedican a la elaboración de estuches, monturas y arreos para caballos, empiezan a contar con una gran demanda y se ven en la obligación de ofertar mayor a variedad a su producción, con la línea de maletas de cuero, portafolios, billeteras, monederos, carteras, correas y prendas de vestir.

Los materiales que se utilizan son la piel de ganado vacuno curtido, tela, hilo de algodón, cartón y acrílico, también adornos, al inicio se curtía el cuero en el mismo sitio, ahora la materia prima se adquiere en Ambato, Cuenca y Colombia por la cercanía de la frontera con este país.

El Cantón ha logrado ser reconocido por el trabajo en cuero de calidad, por la variedad de productos y sus accesibles precios; tiene varias tiendas en la calle "10 de Agosto", principal vía de acceso a la Ciudad de Cotacachi, además en el eje educativo con la finalidad de industrializar esta artesanía está en funcionamiento el Instituto Tecnológico de la Industria del Cuero (ITIC) que alberga a estudiantes de la región que incursionan en este sector de la economía local.

JUSTIFICACIÓN

La ejecución del presente proyecto se justifica por varios factores, entre ellos la articulación de la teoría y la práctica de nuestra formación académica, que fueron determinantes en la gestación de nuevos proyectos que permitan dinamizar la economía local a través de fuentes de empleo y así contribuir de manera eficiente y eficaz en la solución de los problemas sociales. Además se cuenta con los recursos necesarios para la innovación y mejora en el proceso de fabricación de artículos de cuero, y el acceso a fuentes bibliográficas para establecer las bases teóricas que permitan su desarrollo, a lo que se suma el apoyo de personal experto y colaboración de los involucrados en la investigación.

Desde la perspectiva social la creación de una microempresa artesanal tiene como fin cubrir una parte de la demanda social, coadyuvar en la reducción del desempleo local y generación de rentabilidad para el sector productivo, fomentando así el desarrollo artesanal de la Ciudad de Cotacachi.

Los beneficiarios de la investigación serán los talleres de fabricación, los cuales dispondrán de productos de alta calidad y los habitantes de la ciudad que gozarán de nuevas fuentes de empleo, las cuales mejorarán su calidad de vida.

Desde el punto de vista económico este proyecto dinamiza la economía local debido a que los insumos y materiales necesarios para la producción de manufacturas en cuero representan un ingreso para microempresas proveedoras de dichos materiales, además ayuda a tener una estabilidad económica por el giro del factor económico en la comunidad.

OBJETIVOS

Objetivo general

Creación de una microempresa para la elaboración y comercialización de artículos de cuero de uso personal en la Ciudad de Cotacachi Provincia de Imbabura.

Objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno para determinar aliados, oportunidad, oponente y riesgos.
- Desarrollar el marco teórico conceptual y legal para sustentar la creación del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la oferta, demanda, precio y comercialización.
- Realizar el estudio técnico para el establecimiento de la localización, tamaño del proyecto y la inversión que requiere el proyecto.
- Realizar un estudio económico financiero para determinar la factibilidad del proyecto por medio de indicadores financieros.
- Crear una estructura organizativa del proyecto para la administración eficiente de los recursos humanos materiales y financieros.
- Analizar los principales impactos que generará el proyecto en los aspectos social económico y ambiental.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Objetivos del diagnostico

1.1.1. Objetivo general del diagnóstico

Realizar un diagnóstico situacional del entorno para determinar aliados, oportunidad, oponente y riesgos.

1.1.2. Objetivos específicos del diagnóstico

- Determinar los aspectos económicos del área de influencia para evaluar la situación económica en el que se desarrolla la Ciudad de Cotacachi.
- Conocer las tendencias socioculturales de los habitantes de la ciudad para determinar costumbres, hábitos y tradiciones que poseen.
- Analizar los aspectos demográficos de la Ciudad de Cotacachi para evaluar las condiciones de su población.
- Determinar aspectos legales de la Ciudad de Cotacachi.
- Analizar la disponibilidad de equipos tecnológicos en la Ciudad de Cotacachi.
- Identificar las políticas de Gobierno que influye en el proyecto.

Los indicadores que disponen para el análisis de las variables antes mencionadas son:

- **Variable económica**

Industria

Proveedores

Competencia directa

Talento humano

Turismo

- **Variable socio cultural**

Educación

Cultura

Tradicición

- **Variable demográfica**

Población

Empleo

- **Variable legal**

Permisos de funcionamiento

Ley de compañías

Ley del consumidor

Ley de defensa del artesano

- **Variable tecnológica**

Maquinaria y Equipo

- **Variable Política**

Campaña “Primero Ecuador”

1.1.3. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1

Matriz de Relación Diagnóstica

	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICA
Determinar los aspectos económicos del área de influencia para evaluar la situación económica que se desarrolla en la Ciudad de Cotacachi.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable económica 	<ul style="list-style-type: none"> • Industria • Proveedores • Talento humano • Turismo • Competencia directa 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Documental
Conocer las tendencias socioculturales de los habitantes de la ciudad para determinar costumbres, hábitos y tradiciones que poseen.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable socio cultural 	<ul style="list-style-type: none"> • Educación • Cultura • Tradición 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental
Analizar los aspectos demográficos de la Ciudad de Cotacachi para evaluar las condiciones de su población.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable demográfica 	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Empleo • Subempleo 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental
Determinar aspectos legales que rigen el sector en la Ciudad de Cotacachi.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable legal 	<ul style="list-style-type: none"> • Permisos de funcionamiento • Ley de compañías 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental
Analizar la disponibilidad de equipos tecnológicos en la Ciudad de Cotacachi.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable tecnológica 	<ul style="list-style-type: none"> • Depreciación de maquinaria • Mantenimiento de maquinaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Documental
Identificar las políticas de Gobierno que influye en el proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable Política 	<ul style="list-style-type: none"> • Primero Ecuador 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet

1.2. Análisis de la información

En la Provincia de Imbabura, específicamente en la Ciudad de Cotacachi se efectuó el presente diagnóstico situacional, considerando que es el lugar dónde se proyecta ubicar la empresa productora y comercializadora de artículos de cuero. La importancia del presente diagnóstico radica en la caracterización de diferentes aspectos económico-sociales, políticos y culturales del entorno o área de influencia del proyecto a desarrollar.

1.2.1. Aspectos económicos

En base al plan de Desarrollo Económico Sustentable de Cotacachi el cual se encuentra orientado a dinamizar el desarrollo económico a través del incremento de emprendimientos empresariales, generando capacidades para el desarrollo de las personas y producción de calidad.

Su primordial fuente de ingreso procede de la industria del cuero, misma que en la actualidad ha ido creciendo notablemente con el incremento de varios negocios y productos que se dedican básicamente a la producción y/o comercialización de prendas y artículos de cuero. (Moran Patricia, 2014)

1. Industrialización del cuero en el Cantón Cotacachi

Inicios del siglo XX su población incursionó en actividades de talabartería, a partir de ahí Cotacachi se ha convertido en uno de los principales productores de artículos y artesanías de cuero, siendo así que esta actividad representa el 16,50% de su economía

Según Víctor Calderón, comerciante y productor de cuero, uno de los cantones con más historia en la talabartería es Cotacachi. Allí alrededor de 2 mil personas trabajan en la manufactura del cuero. “Actualmente, por la caída en las ventas más del 80% de artesanos tiene problemas para comercializar los productos”.

Marco Flores recalca que los negocios deben innovar en los modelos cada 2 o 3 meses, dar un giro a los diseños, para que los turistas vean en cada local algo diferente. “Por eso es importante que jóvenes emprendedores realicen esta tarea tradicional de una forma diferente. (Mario, 2016)

2. Proveedores de materia prima

A nivel nacional existen cinco proveedores de materia prima, dos de ellos se encuentran en la Ciudad de Cotacachi, que se dedican a la comercialización de los materiales e insumos; otro proveedor se ubica en la Ciudad de Ambato que visita semanalmente ofreciendo materia prima para los artesanos y por otro lado existen al menos dos comerciantes que traen productos de fábricas del país y que visitan esporádicamente a los productores y artesanos del cuero de Cotacachi.

En la Ciudad de Cotacachi existen dos expendedores de materia prima que en su mayoría comercializan lo que es el cuero engrasado, mientras que los oferentes de Ambato y otros comerciantes ofrecen variedad de materia prima en cuero de res y de oveja. Cabe resaltar que estos últimos dan facilidades de pago a los artesanos y son ellos quienes se trasladan al lugar donde está el cliente por lo que los artesanos no tienen que movilizarse para adquirir el producto y a la vez los proveedores se aseguran de mantener buenas relaciones con sus clientes. (Melo, 2015)

3. Talento humano

Existe una entidad que contribuye a la formación de artesanos calificados que mejoran la calidad de vida con un desarrollo humano equitativo.

El Instituto Superior Tecnológico de la Industria del Cuero Cotacachi, entidad educativa que forma bachilleres y tecnólogos en estas especializaciones de la industria del cuero cuenta con 150 alumnos, los cuales 140 jóvenes, en su mayoría provenientes del sector rural, son parte del bachillerato; mientras que 10 cursan la tecnología superior, desde el primer año de bachillerato la instrucción se enfoca en la rama técnica; los alumnos aprenden los procesos productivos de fabricación de diferentes artículos de cuero.

4. Turismo en la Ciudad de Cotacachi.

El 11 de septiembre del año 2000 el Consejo Municipal de Cotacachi declara mediante ordenanza Municipal a Cotacachi como “Cantón Ecológico”, se ha posicionado en estos últimos años como un cantón turístico por excelencia, esto ha provocado que la promoción de todos los atractivos sea permanente y de alta calidad, impactando en el turismo local e internacional, consolidando la imagen de Cotacachi en las preferencias de quienes buscan consumir moda en cuero, visitar atractivos naturales y culturales de la zona Andina y sub Tropical.

Cotacachi posee una alta biodiversidad, así como por sus grandes atractivos turísticos como son: Reserva Cayapas, Laguna de Cuicocha, Bosque protector los Cedros, Valle de Intag, Museo de las culturas, Volcán Cotacachi, Iglesia Matriz, Lagunas de Piñan entre las más importantes.

Este Cantón también es uno de los más visitados por su feria de producción de cuero que se realiza en el mes de marzo en feriados de Semana Santa, en la cual se abre la vitrina comercial de prendas, accesorios, artesanías de cuero los cuales son demandados por sus visitantes. (Departamnto de Turismo, 2015)

Tabla 2**Número de turistas que visitan el Cantón Cotacachi**

Turistas			
Meses	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total, de Turistas
Enero	12.569	3.183	15.752
Febrero	15.717	2.483	18.200
Marzo	13.763	2.795	16.558
Abril	7.743	1.577	9.320
Agosto	5.000	1.336	6.336
Septiembre	10.251	1.868	12.119
Octubre	10.395	2.232	12.627
Noviembre	11.695	515	12.210
Total	87.133	15.989	103.122

Fuente: Departamento de Turismo de Cotacachi

1.2.2. Aspectos sociales

En los aspectos sociales se pueden resaltar el aporte que se ha logrado con la creación de la Asamblea Cantonal de Cotacachi, la cual ha permitido incluir a todos los sectores de la sociedad con el propósito de mejorar el nivel de vida de su gente, esto a través de la organización de diversas actividades como las ferias artesanales que permiten comercializar directamente del productor al cliente final la variedad de artículos que semanalmente se elaboran. (Moran Patricia, 2014)

1. Educación

Cotacachi ha ido evolucionando en la educación que brinda a sus habitantes, ya que cuenta con varios centros de enseñanza los cuales son catalogados modernos y académicamente prestigiosos, con una amplia infraestructura y tecnología de punta, la cual ha permitido un mayor desarrollo para su población, de ahí que cuenta con

Tabla 3**Educación**

N°	Unidades Educativas	Zona Urbana	Zona Andina	Zona Intag
10	Jardines de infantes	6	1	3
96	Escuelas Públicas, Privadas	5	26	65
9	Colegios	2	1	6
2	Institutos de educación Superior	1		
1	Centro Artesanal	1		

El 100% de los niños acude a las escuelas primarias del área urbana, el 95,7% de adolescentes acuden a los colegios del cantón, así como de otros cantones y el 64,7% de los bachilleres acuden a las universidades.

2. Cultura

“Debido a su extensa población indígena (del 37% según INEC), la Ciudad de Cotacachi es un importante lugar de encuentro, para observar fiestas y tradiciones locales. Una de las mejores épocas para visitarla, es alrededor del solsticio de verano a finales de junio, durante este tiempo hay una serie de diferentes festivales tradicionales tales como: Inti Raymi (Fiesta del Sol) y los San Juanes. Durante el Inti Raymi(9 al 18 de Junio), el chamán se dirige a la laguna de Cuicocha, para realizar un baño para un ritual de limpieza en sus frías aguas, también existe gran afluencia en los días feriados como semana santa, día de difuntos y fiestas de la jora.

La Ciudad de Cotacachi cuenta con una diversidad multiétnica, las cuales sin duda han establecido diferentes tradiciones, vestimentas y costumbres en cada una de sus localidades”. (GAD Municipal Cotacachi, 2017)

3. Tradiciones fiesta de Cotacachi

La festividad se realiza con gran relevancia en Cotacachi, Imbabura, donde anualmente acuden, en septiembre, miles de personas para disfrutar de los eventos artísticos y culturales programados.

Se realizan eventos en homenaje a la jora, la cual es elaborada desde la época preincaica, siendo una bebida sagrada utilizada en actos ceremoniales y festejos de todas las culturas prehispánicas de la zona central andina.

Los indígenas antiguos expresan que la chicha es el puente comunicativo entre los tres mundos que forman la vida del Ande: la naturaleza (sallqa), la comunidad humana (runas) y la comunidad de los padres creadores (wacas o deidades). (GAD Municipal Cotacachi, 2017)

1.2.3. Aspecto demográfico

1. Población.

Cotacachi cuenta con la siguiente división política: 2 parroquias urbanas El Sagrario y San Francisco y 8 rurales como son: Quiroga, Imantag, 6 de Julio de Cuellaje, Apuela, García Moreno, Peñaherrera, Plaza Gutierrez y Vacas Galindo. Cuenta con una población de 40.036 habitantes, de los cuales el 78% vive en zonas rurales y el 22% en la zona urbana. En la zona Andina del cantón, el 59% de la población del cantón de Cotacachi se considera pertenecer al grupo de mestizos, seguido por el 37% del grupo indígena, el 2% representa al grupo de blancos y el 2% al grupo de negros y mulatos.

(Moran Patricia, 2014)

Tabla 4

Grupos Étnicos

GRUPOS ÉTNICOS	Porcentaje
Mestizo	59%
Indígenas	37%
Negros y Mulatos	2%
Blancos	2%
Total	100%

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda. CPV 2010

2. Población Económicamente Activa

La población económicamente activa del cantón se encuentra distribuida de la siguiente manera.

Tabla 5

Población Económicamente Activa (PEA)

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)		
Cantones	Habitantes	%
Cotacachi	5.374	41%
Apuela	674	5%
García Moreno	1.726	13%
Imantag	1.533	12%
Peña Herrera	665	5%
Plaza Gutiérrez	283	2%
Quiroga	1.945	15%
6 de Julio de Cuellage	651	5%
Vacas Galindo	344	3%
Total	13.195	100%

Fuente: www.asamblea.cotacachi.org

1.2.4. Aspectos legales

1. Legal

Constitución de la República del Ecuador

Art. 18 “Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, tarifa, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento”.

Art. 52 “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores”

Art. 336 “El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley”.

Ley de defensa del artesano

Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

Ley Orgánica de régimen tributario interno

En cumplimiento de esta ley el SRI reconoce únicamente a los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano como beneficiarios

Obligaciones Tributarias de los artesanos calificados

Inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y comunicar cualquier cambio al SRI.

Emitir y entregar comprobantes de venta autorizados.

Llevar un registro de ingresos y gastos. Presentar las declaraciones de impuesto que le correspondan y pagarlas.

Presentarse en el SRI cuando se requiera su presencia.

Permios de funcionamiento

Para que las empresas puedan funcionar legalmente debe contar con ciertos permisos que se detallan en la (página 105) como son: patente municipal, permiso del cuerpo de bomberos, permisos de la intendencia de policía, para poder tramitar todos estos permisos es necesario tener como requisito principal el Registro Único del Contribuyente, por tal razón el primer paso es obtener el RUC.

(Flores, 2016)

1.2.5. Aspectos tecnológicos

1. Maquinaria y Equipo

La maquinaria utilizada para la elaboración de dichos artículos se la puede encontrar en la Ciudad de Quito, los cuales ofrecen varios beneficios como mantenimiento de la maquinaria cada seis meses.

- Maquinaria utilizada para la confección de los artículos de cuero

Máquina recta

Máquina de codo

Máquina desbastadora

Esmeril

1.2.6. Aspectos Políticos

Campaña “Primero Ecuador”

El ministerio coordinador de producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) lideran la campaña publicitaria denominada “Primero Ecuador”, que pretende promover y fortalecer la producción nacional dentro de los sectores cárnico, lácteo, cacaoero, calzado textil, entre otros.

El Gobierno Nacional está invirtiendo en capacitación, renovación industrial, generación de normativa para tener un adecuado control de calidad, entrega de insumos, entre

otros, dentro de las industrias nacionales. El Gobierno Nacional, también, garantiza la protección de los derechos de consumidores e impulsa la ecoeficiencia industrial en el país.

Tabla 6

Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de materia prima de la Ciudad de Ambato y Cotacachi, los cuales abastecen de cuero con gran variedad de texturas y colores en el sector. • Turistas que visitan la Ciudad de Cotacachi, siendo los principales consumidores de dichos artículos. • Instituto del cuero el cual capacita a futuros artesanos en el proceso de producción de artículos de cuero. 	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres no conformados legalmente existentes en dicho sector, los cuales ofrecen productos similares a menor precio. • Desconocimiento y falta de interés en conocer los beneficios de adquirir artículos artesanales dentro del territorio ecuatoriano. • Incremento de procesos de producción industriales.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Los precios de los artículos están orientados a la población de poder adquisitivo medio-alto. • Aprovechar la tecnología que existe en la actualidad para mejorar la productividad. • Alianzas estratégicas con comercializadores del sector • Créditos por parte de instituciones financieras para emprendimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en las políticas gubernamentales. • La competencia ofrece productos similares a menor costo y sin marca lo que produce un déficit económico a las microempresas. • Desaceleración económica del país en la actualidad.

Fuente: diagnóstico situacional

1.3. Análisis de la oportunidad de inversión

Luego de realizar el presente diagnóstico, así como el análisis de la matriz AOOR, se puede identificar que existen varias oportunidades que se obtendrán con la ejecución de este

proyecto, ya que permitirá aprovechar las alianzas estratégicas con diferentes distribuidores afines con el producto dentro del sector, beneficiando la tecnología disponible para garantizar la calidad y durabilidad del producto, además será accesible para toda clase social nacional o internacional.

Se ha podido evidenciar el crecimiento económico del cantón, así como el incremento del turismo permite contar un gran potencial que adquirirá los diferentes artículos que se producen.

Se ha podido identificar los oponentes que se presentan para la ejecución del proyecto los cuales, al existir empresas que posean maquinaria automatizada que suple a los procesos que se realizan de forma artesanal creando productos similares y de menor costo es el oponente más fuerte para las microempresas.

Cabe destacar que para la ejecución de dicho proyecto se cuenta con materia prima disponible para la elaboración de dichos artículos, los mismos que estarán al alcance de la microempresa en cuanto a ella lo requiera debido a que en la ciudad de Ambato se procesa una gran variedad de materia prima, de igual manera en Colombia existen proveedores de dicha materia prima.

Además, la Ciudad de Cotacachi dispone de personal sumamente capacitado, con amplia experiencia, necesaria para la producción de artículos de cuero.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Artesanía

Para (EUTIMIO, 2005) afirma: *“La artesanía comprende, básicamente, obras y trabajos realizados manualmente y con poca o nula intervención de maquinaria, habitualmente son objetos decorativos o de uso común. Al que se dedica a esta actividad se le denomina artesano.”*

Las artesanías comprenden básicamente en la creación y diseño de productos con la aplicación de las habilidades de cada individuo, eliminando procesos realizados en maquinaria.

2.1.1. Clasificación de la artesanía

- **Artesanía Artística.**

Es la que está destinada a la elaboración de productos decorativos y estos productos son piezas únicas y son de colección.

- **Artesanía Utilitaria.**

Es la que está destinada a la producción de objetos utilitarios como vajillas; etc.

- **Artesanía Artística Utilitaria**

Son los productos que poseen las cualidades artísticas y son utilizados como adornos.

- **Artesanías Tradicionales**

Son los objetos que representan las costumbres y tradiciones de una región determinada. Constituyen expresión material de la cultura de comunidades o etnias.

2.2. Concepto industrialización del cuero

(Ordoñez, 2017) Expresa “Se denomina cuero, del latín “curium” que significa piel curada de los animales, al pellejo curtido de los animales, utilizado para la elaboración de productos, como carteras, calzado, tapizado de sillas y sillones, toldos, canoas, cantimploras, alfombras, tapices, en encuadernación de libros, etcétera.”

El cuero proviene de los animales el cual posee ciertas propiedades de durabilidad y flexibilidad debido a su reutilización como materia prima para la elaboración de diversos artículos como carteras, chompas, zapatos entre otros.

2.3. Empresa

(BRAVO, 2013, pág. 3) Define a la empresa como “Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad”.

La empresa es un ente económico en el cual se combina factores productivos para producir un bien o servicio a la sociedad, con el fin de recibir una retribución económica.

2.3.1. Clasificación de las Empresas

- *Según (Méndez, 2002) Por su tamaño: existen varios elementos que permiten clasificar a las empresas de acuerdo con su tamaño; entre ellos se destacan.*
- *Magnitud de sus recursos económicos principalmente capital y mano de obra.*
- *(Méndez, 2002) Menciona que por su origen: otra clasificación importante es de acuerdo con el origen de la empresa, las cuales pueden ser nacionales, extranjeras o mixtas.*

- *(Méndez, 2002) Por su aportación de capital otro criterio importante en la clasificación de empresas es el que se refiere al origen o aportación del capital, según la cual se encuentran 3 tipos de empresas: privadas, públicas y mixtas.*
- *La empresa privada es una organización económica que representa la base del capitalismo y se forma con aportaciones privadas del capital.*
- *La empresa pública es una organización económica que se forma con la aportación de capitales públicos o estatales debido a la necesidad de intervención del estado en la economía.*

La empresa mixta es aquellas que se forman con la fusión del capital público y privado; la forma de asociación puede ser muy diversa.

Las empresas se clasifican de tres maneras diferentes por su tamaño, origen y aportación de capital.

2.4. Sociedad de responsabilidad limitada

(Flóres, 2010) La sociedad de responsabilidad limitada se puede constituir con un mínimo de 2 socios y un máximo de 25 socios en caso de que el número de socios de una sociedad de responsabilidad limitada se exceda de esta cantidad, deberá ajustar a lo permitido por la ley, en un plazo máximo de dos meses, cambiar el tipo de sociedad.

La sociedad en responsabilidad limitada exige un mínimo de 2 socios y un máximo de 25 para ser constituida

2.4.1. Empresa como sistema

(Zerillin, 2012, pág. 65). Afirma “La empresa está formada por un conjunto de partes interrelacionadas de forma directa o indirecta para conseguir una finalidad, esta finalidad no es más que la obtención de unos outputs mediante un proceso de transformación de unos inputs. Así mismo, es necesario un proceso de retroalimentación para que la empresa se adapte a los cambios que se hayan producido”.

La empresa es un ente que se forma para satisfacer necesidades, de igual manera recibir una retribución a cambio del servicio o producto entregado.

2.4.2. Estructura de la empresa

Para (Sapag, 2006, pág. 28) explica: *“La decisión de desarrollar internamente actividades que pudieran subcontratarse influye directamente en los costos por la mayor cantidad de personal que pudiera necesitarse, la mayor inversión en oficinas y equipamiento y el mayor costo en materiales y otros insumos.”*

La estructura de la empresa es conocer cómo se encuentra diseñada para que cada uno de los integrantes de dicha empresa conozca el rol que va a desempeñar dentro de la misma.

2.4.3. Estudio de mercado

(Baca U. G., 2006) *Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.*

El estudio de mercado es el análisis de la oferta y la demanda de un producto o servicio el cual permite verificar la aceptación del producto de igual manera permite analizar los precios de dichos productos.

2.4.4. Mercado

(Costales, 2002) *El mercado se define como el área en el cual convergen las fuerzas de oferta, demanda y precio, no todos los bienes intervienen en el mercado, sino exclusivamente aquellos, que pueden expresarse en términos de valor precio.*

El mercado es un espacio físico o virtual en el cual interviene la oferta y la demanda, es decir intercambio de bienes o servicios. El mercado viene a constituirse el lugar donde interactúan tanto el ofertante como el demandante para comercializar productos y servicios que satisfagan las necesidades de un cierto grupo de clientes.

2.4.5. Determinación del tamaño mínimo de la muestra

(Henández, Abraham, & Alejandro, 2008) Menciona que normalmente los estudios se efectúan con una parte de la población en general. Este segmento de la población recibe el nombre de muestra. La muestra debe ser representativa, ya que de lo contrario las conclusiones que se obtengan de ella, las cuales servirán para analizar el comportamiento de la población general, no serán válidas.

La muestra permite segmentar el mercado para poder conocer los niveles de aceptación de los productos que se van a ofrecer en el mercado.

2.5. Demanda

Según (Henández, Abraham, & Alejandro, 2008) *la demanda de un determinado producto representa las cantidades que se pueden comprar a distintos precios en un tiempo determinado.*

La demanda nos da a conocer el volumen o cantidad de productos o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir de la producción establecida.

2.6. Oferta

(Araujo, 2012) Define a la oferta es el importe de volumen de bienes y servicios que los productores actuales colocan en el mercado para ser vendido, o sea, es la cuantificación de los productos, en unidades y dinero, que actualmente las empresas que constituyen la competencia están vendiendo en el mercado.

La oferta da a conocer la cantidad de productos que se va a ofrecer al mercado.

2.7. Demanda insatisfecha

(MOSCOSO, 2015, pág. 105) Afirma: Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

La demanda insatisfecha busca de satisfacer la necesidad de adquirir un producto o servicio en un determinado lugar específico, llegando a cumplir con todas las expectativas y requerimientos que el consumidor final necesita.

La investigación de mercado implica realizar un estudio para obtener información que facilite la práctica de la mercadotecnia, por ejemplo, conocer quiénes son o quienes pueden ser los posibles clientes potenciales, la demanda, la oferta, demanda insatisfecha, precio, plaza, producto, promoción, etc.

2.8. Precio

(Méndez, 2002)El precio es el coeficiente de cambio de las cosas, expresadas en términos de un valor monetario.

Es el valor monetario que se le da a un producto o servicio prestado.

2.9. Canales de distribución.

(Baca U. G., 2006)Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria.

Un canal de distribución es la forma de cómo el producto llega al consumidor final.

2.10. Estructura organizacional

Según (Sapag, 2006, pág. 30) Explica; *“Uno de los aspectos que menos se tienen en cuenta en el estudio de proyectos es aquel que se refiere a los factores propios de la actividad de su administración: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales.”* Pág. 30

La estructura de la empresa nos da a conocer las tareas y obligaciones que deben cumplir cada una de las partes interesadas o colaborador de la empresa para que se cumpla el funcionamiento normal de la empresa.

2.11. Componentes de mercado

(Córdova, 2011) Dice: *“Los componentes fundamentales que se analizan son: Demanda, Oferta, Producto, Precio, Comercialización o Canales de distribución y la Publicidad o Propaganda”*

La oferta nos da a conocer el volumen o la cantidad de productos en stock que está disponible para los clientes potenciales.

2.12. Estudio técnico

2.12.1. Localización del proyecto

(Córdova, 2011, pág. 222) Expresa: *“Es el análisis de variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes, de hecho, algunas empresas solo la toman una vez en su historia.*

Uno de los aspectos importantes de un proyecto es la definición y selección del lugar más adecuado para ubicar las instalaciones productivas. Antes se procederá evaluar y analizar posibles sitios para instalar un proyecto, es necesario contar con informes técnicos, económicos

y comerciales del mismo, que aportarán elementos de evaluación en la consideración de las zonas de interés.”

Definir la localización de un proyecto es la realización de un profundo análisis del lugar más adecuado y d los factores que interviene en su ejecución sean estos económicos, sociales, tecnológicos entre otros. Debido a que de estos factores depende la rentabilidad que se puede obtener.

2.12.2. Macro localización

(Córdova, 2011, pág. 226) Enseña. “Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, deben indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.”

La macro localización de un proyecto tiene por objetivo analizar los aspectos demográficos de la oferta y la demanda, así como aquellos que influyen de forma nacional en la implementación de un proyecto.

2.12.3. Micro localización

(Córdova, 2011, pág. 226). Expresa. “Abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará.”

Permite analizar la situación que influirá en la ubicación específica del proyecto como la ciudad donde se pretende poner el proyecto en funcionamiento la disponibilidad de materia prima, mano de obra, entre otros que son necesarios para el desarrollo de dicho proyecto.

2.12.4. Tamaño del proyecto

Para (Araujo D. , Proyectos de inversion, 2013, pág. 73) *“El tamaño de un proyecto se puede definir por su capacidad física o real de producciones de bienes o servicios durante el periodo de duración”*.

El tamaño de la empresa es la capacidad física que posee para la producción de unidades de bienes durante un periodo determinado de operación.

Tipos de capacidad

- **Capacidad instalada**, que corresponde al nivel máximo posible de producción o de presentación de servicios.
- **Capacidad instalada permanente**, que corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria equipos e infraestructura disponible puedan generar permanentemente.
- **Capacidad real**, es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y venta, durante un tiempo determinado.

2.12.5. Distribución de la planta

(GERMAN DOMINGEZ, ALMA ROSA DOMINGEZ, 2010, pág. 54) “La distribución de la planta se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicio. Esta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores directos e indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación”.

Se entiende como distribución de la planta al repartimiento ordenada del espacio físico para las áreas o departamentos que conformaran una empresa.

2.12.6. Ingeniería del proyecto

(Araujo D. , 2013, pág. 78) Define. *“La ingeniería del proyecto se define como una propuesta técnica de solución a ciertas necesidades individuales y colectivas, privadas o sociales”*.

La ingeniería de proyectos analiza las necesidades de los requerimientos de recursos necesarios que lleva a cabo un proceso productivo.

2.12.7. Inversión

(Nassir & Reinaldo, 2008) Define a la inversión como: *las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se pueden agrupar en tres tipos: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.*

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizan en el proceso de transformación.

La inversión en activos intangibles es todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos.

Se entiende por inversión al aporte de recursos necesarios para la empresa que pueden ser tangibles o intangibles, que son de vital importancia para llevar a cabo las operaciones empresariales.

2.12.8. Inversión fija

(Araujo D. , 2013, pág. 103), define a la inversión fija como: *“El presupuesto está formado por todos aquellos bienes tangibles que es necesario adquirir inicialmente y durante*

la vida útil del proyecto. Los elementos requeridos por la empresa son: terreno, construcción, maquinaria y equipo, vehículo y muebles y enseres”.

La inversión fija se enfoca en los activos fijos que se adquiere de acuerdo con las necesidades para el funcionamiento de la empresa los cuales poseen una vida útil de mediano y largo plazo.

2.12.9. Inversión diferida

(Baca, 2001, pág. 170) *“Es conocido también como activo intangible representa al conjunto de bienes de propiedad de la empresa necesario para su funcionamiento como”:* patentes de inversión, marcas, diseños, nombres comerciales, contratos de servicios entre otros.

La inversión diferida se constituye por los gastos necesarios para el funcionamiento de las microempresas que se realizan anticipadamente cuya principal característica es que son gastos intangibles

2.12.10. Capital de trabajo

(Nassir & Reinaldo, 2008) *La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios en la forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo.*

El capital de trabajo es el conjunto de activos que se incurren para la ejecución del proyecto.

2.13. Estados financieros

Según (Bravo, 2007) *Se elaboran al finalizar un período contable con el objeto de proporcionar la información sobre la situación económica y financiera de la empresa, esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía.*

El estudio financiero permite analizar si la inversión que queremos hacer va a ser rentable o no, con lo cual se determinará financieramente si es o no conveniente invertir.

2.13.1. Objetivos

(Bravo, Mercedez, 2008, págs. 60-61). Expresa: *“El objetivo básico de la presentación de los informes o estados financieros es proporcionar información que sea útil para tomar decisiones de inversión”.*

La información financiera permite la toma de decisiones más adecuada con la información útil y oportuna.

2.13.2. Tipos de estados financieros

1. Balance general

(Bravo, Mercedez, 2008, pág. 360). Expresa *“Balance general o estado de situación financiera, es un informe contable que ordena sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en una fecha determinada.”*

El balance general nos permite conocer la estructura financiera de la empresa la cual esta ordenada por cuentas de activos, pasivos y patrimonio.

2. Estado de Resultados

(Bravo, Mercedez, 2008, pág. 363) Dice: “Es un informe contable que presenta en forma ordenada las cuentas de rentas, ingresos, costos fijos, variables y gastos que la empresa tiene durante su funcionamiento, para determinar el resultado económico de una empresa, obtenido durante un período de tiempo dado.”

El estado de resultados permite conocer el estado actual económico de una empresa de acuerdo a la presentación de cuentas de ingresos gastos generados en la operatividad en un cierto periodo de tiempo.

3. Flujo de Efectivo

(Bravo, Mercedez, 2008, pág. 364). Expresa “La información sobre flujos de efectivo suministra a los usuarios las bases para la evaluación de la capacidad que la entidad tiene para generar efectivo y otros medios líquidos equivalentes, así como las necesidades de la entidad para utilización de esos flujos de efectivo.

El flujo de caja representa en una forma esquemática las salidas y entradas de dinero a la empresa, permitiendo aplicar criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financiero.”

El flujo de efectivo permite evaluar las entradas y salidas de efectivo que generan un negocio, lo cual permite establecer su capacidad de generar liquidez para cubrir sus gastos corrientes.

2.14. Indicadores financieros

2.14.1. Valor Presente Neto

Según (Villegas, 2009).”El valor presente neto es un método que permite incluir todas las inversiones propias y flujos de caja netos, considera el valor del dinero en el tiempo, no realiza promedios, es fácil de calcular, no requiere ensayo y error, su análisis incremental es muy fácil

de realizar, es fácil de decidir, puesto que siempre que el $VPN \geq 0$ aceptamos el proyecto, en todos los casos permite tomar decisiones correctas”.

El valor presente neto es una herramienta de análisis financiero que mide los flujos de efectivo de los futuros ingresos y egresos que tendría la empresa. Que determina si luego de descontar la inversión se posee ganancia.

Fórmula

$$VAN = \sum \text{FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS} - \text{INVERCION}$$

2.14.2. Tasa interna de retorno (TIR).

(Orozco, 2013) Menciona que *“la TIR es la máxima tasa de interés a la que un inversionista estaría dispuesto a pedir prestado dinero para financiar la totalidad del proyecto, pagando con los beneficios, la totalidad del capital y de sus intereses, y sin perder un solo centavo”.*

La tasa interna de retorno indica el retorno de una determinada inversión para que se pueda tomar una decisión y ver la aceptabilidad o rechazo.

2.14.3. Costo oportunidad

(A.Ross & Westerfield, 2006) Expresan. *“la empresa puede tener un activo que esté considerando vender, arrendar o emplear en alguna otra parte dentro del negocio. Si dicho activo se usa en un nuevo proyecto, los ingresos potenciales provenientes de usos alternativos se perderán. Técnicamente, estos ingresos perdidos pueden considerarse como costo de oportunidad, porque al emprender el proyecto la empresa abandona otras oportunidades de usar los mismos activos.*

Este costo diferencia las opciones de inversión frente a otras, en síntesis, se puede decir que es el beneficio que se obtiene por escoger una alternativa.

2.14.4. Punto de Equilibrio

(Villegas, 2009, pág. 350) Define. “El volumen de producción que permite que los ingresos efectivos después de impuestos generados por el proyecto; o sea los flujos de caja netos, considerando su condición en el tiempo, sean capaces de recuperar las inversiones propias, pagar si hay la deuda adquirida para la realización del proyecto.”

Este indicador permite mantener el equilibrio entre los ingresos y egresos de una empresa en un periodo determinado, es decir que la empresa se encuentra en una situación en la que no gana ni pierde.

2.15. Estructura administrativa

2.15.1. Misión

(Prieto J. , 2008, pág. 95), define como: “Es el enunciado preciso del tipo de negocio que nos lleva a identificar las ventajas competitivas del mercado, permite saber qué papel desempeña la empresa, para quien lo hace, porque existe la compañía y como realiza ese papel”.

La misión empresarial responde a la razón de ser de una empresa permitiéndole diferenciarse de otra empresa.

2.15.2. Visión

(Prieto J. , 2008), Define como: “La visión es la imagen de un estado futuro ambicioso y deseable relacionado con el cliente interno y externo y debe ser mejor que el estado actual y que a su vez debe convertirse en un sueño de largo alcance y para lograrlo se requiere pasión, tenacidad, y dinamismo por parte de los integrantes de la empresa.”

La visión es el enfoque al futuro relacionando el trabajo en equipo y del compromiso de cada uno de los colaboradores que les permita alcanzar sus metas y objetivos propuestos.

2.15.3. Objetivos

(Córdoba, 2011, pág. 163), Expresa. *“Un objetivo se refiere a un resultado que se desea o necesita lograr dentro de un periodo de tiempo específico.”*

Los objetivos son los resultados que una empresa pretende alcanzar en un periodo de tiempo, los cuales están orientados a cumplir con la misión, estos deben ser medibles, alcanzables, coherentes.

Es el conjunto de táctica empleadas para el cumplimiento de los objetivos, metas trazadas en un cierto periodo de tiempo

2.15.4. Políticas

(Prieto J. , 2008, pág. 79), menciona que “La política empresarial se define como los objetivos en que se basan las actividades de una organización y tienen claramente el carácter de línea de conducta o de comportamiento para su realización eficaz. Características o limitaciones principales de cómo puede conseguir ese objetivo.”

Son reglamentos que están orientados a las acciones que deben cumplir cada colaborador de la empresa para el cumplimiento de los objetivos y el buen funcionamiento de la empresa.

2.15.5. Estructura Organizacional

(Henández, Abraham, & Alejandro, 2008)La estructura técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles, y actividades de los elementos materiales y humanos de una organización social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes objetivos señalados.

La estructura organizacional nos da a conocer las funciones de cada colaborador y su lugar que ocupa jerárquicamente al momento de desempeñar sus funciones dentro de la empresa.

2.15.6. Manual de funciones

(Willian Gómez, 2012, pág. 2) “Toda empresa sin importar su tamaño, desde la macro empresa multinacional hasta las micro o fami- empresas deben disponer de una herramienta (manual de funciones) que le permita ejercer control y tomar determinaciones sobre el cumplimiento de tareas y las responsabilidades de sus colaboradores”

Es el documento que presenta las actividades y tareas detalladas que debe realizar cada una de las personas que forman parte de la empresa.

2.16. Elementos de la administración

2.16.1. Planeación:

(Anzola Servulo Rojas, 2010, pág. 52). Expresa: “La planeación es la más importante de las funciones administrativas, ya que trata de decidir qué hacer, cómo hacerlo, dónde hacerlo, quién lo va a hacer, y cuándo hacerlo”.

La planeación es el paso más importante que permite establecer los pasos de un cierto proceso que se va a realizar. Los recursos que se requieren, los factores humanos necesarios para poner en marcha un proyecto.

2.16.2. Organización

(Anzola Servulo Rojas, 2010, pág. 52). Expresa: “Comprende la coordinación de los recursos materiales y humanos en busca de un objetivo común, lo cual conlleva la asignación de funciones a cada persona y las relaciones entre cada una de ellas.”

La organización es una coordinación de las actividades y los recursos que se utilizaran en un proyecto los cuales permiten el logro de los objetivos propuestos generando la máxima rentabilidad a la empresa.

2.16.3. Dirección

(Anzola Servulo Rojas, 2010, págs. 52-53). Dice: *“Describe cómo el pequeño empresario debe orientar a sus empleados e influir sobre ellos, de forma que éstos contribuyan al logro de las metas establecidas.”*

La dirección es una guía de funciones y responsabilidades que deben cumplir cada uno de los grupos de interés de la empresa el cual permite el logro de los objetivos.

2.16.4. Control.

(Anzola Servulo Rojas, 2010, págs. 121-122). Expresa: *“Control significa supervisar el trabajo de otros y los resultados obtenidos, para asegurar que alcancen las metas tal como fueron planteadas.”*

Es un proceso fundamental en el manejo de una empresa debido a que de este depende el buen funcionamiento de los procesos que sean ejecutados correctamente en cada uno de los departamentos dentro de dicha empresa.

2.16.5. Impacto

(Epstein Marc, 2009, pág. 54) *“Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto genera en diferentes áreas o ámbitos”.*

Los impactos se encuentran presentes en cada realización de los proyectos en cada ejecución de los proyectos sean estos positivos o negativos.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

El estudio de mercado se realizó por medio de una investigación de campo, para poder establecer las variables como la demanda, oferta, precio adecuados para un correcto posicionamiento de mercado. Después de este análisis se formula estrategias de mercadeo y comercialización de acuerdo con las necesidades manifestadas por los consumidores nacionales y extranjeros que visitan la ciudad.

Cotacachi fue elegida para la comercialización de los productos elaborados en cuero debido a su cercanía con la empresa productora de dichos artículos y por ser una de las ciudades turística de la Provincia de Imbabura.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. Objetivo general.

Realizar un estudio de mercado que permita determinar la oferta, demanda, precio y comercialización.

3.2.2. Objetivos específicos.

- Describir el producto para dar a conocer sus características al consumidor.
- Identificar los principales artículos de cuero y la cantidad demanda por los consumidores.
- Analizar la oferta de artículos de cuero para satisfacer a la población elegida con productos de calidad.

- Determinar el rango de precios de los artículos de cuero existentes en el mercado.
- Fijar estrategias adecuadas de comercialización, definiendo canales de distribución convenientes que permitan dar a conocer el producto.

3.3. Variables de estudio

Para poder desarrollar con más claridad cada uno de los aspectos vitales del estudio se ha considerado plantear las siguientes variables:

- a) Producto
- b) Demanda
- c) Oferta
- d) Precio
- e) Estrategias de Comercialización

3.4. Indicadores:

a) Producto

- Identificación del producto
- Características del producto

b) Demanda:

- Número de turistas que adquieren nuestros productos
- Cantidad que adquiere el producto
- Frecuencia de consumo

c) Oferta

- Cantidad de oferta
- Frecuencia de venta
- Cantidad de producción

d) Precio

- Precio de venta

e) Estrategias de Comercialización

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Tabla 7

Matriz del Estudio De Mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
Describir el producto para dar a conocer sus características al consumidor.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identificación del producto ➤ Características del producto 	Entrevista informal	Primaria (director de artesanos de la Ciudad de Cotacachi MGs: Jairo Gómez)
Identificar los principales artículos de cuero y la cantidad demanda por los consumidores.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Número de turistas ➤ Cantidad que adquiere el producto ➤ Frecuencia de consumo 	Entrevista Encuesta	Primaria (mercado meta) Departamento de Turistas Ciudad de Cotacachi
Analizar la oferta de artículos de cuero para satisfacer a la población elegida con productos de calidad.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cantidad de oferta ➤ Frecuencia de venta ➤ Cantidad de producción 	Entrevista informal	Locales de venta del centro de la Ciudad de Cotacachi
Determinar el rango de precios de los artículos de cuero existentes en el mercado.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Precio de venta 	Entrevista informal	Primaria (locales de venta)
Fijar estrategias adecuadas de comercialización, definiendo canales de distribución convenientes que permitan dar a conocer el producto.	Estrategias de Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Producto ➤ Precio ➤ Plaza ➤ Promoción 	Investigación documental	Bibliográfica

3.5. Identificación de los productos

Las artesanías elaboradas en cuero requieren de una gran destreza y una sorprendente creatividad para su elaboración. Los artículos que se elaboran en gran variedad y de calidad son: billeteras, carteras, cinturones, bolsos entre otros que se comercializan en los almacenes de la ciudad y en el exterior.

Para la fabricación de artículos de cuero de uso personal las pieles pueden cortarse y estirarse por corte y recosido. Esto implica realizar una serie de cortes en diagonal o en forma de V muy juntos, tras lo cual la piel se estira para alargarla o ensancharla según sea necesario. Seguidamente se recose Este tipo de operación requiere gran destreza y experiencia. Luego se humedece a fondo y se coloca y fija sobre una tabla según un patrón marcado con tiza, se deja secar y se cose. La aplicación del forro y otras operaciones de acabado completan la prenda.

Características del producto

- Su calidad es garantizada
- Su elaboración es 100% realizada en cuero
- Posee un alto grado de duración

3.6. Segmentación de mercado.

Se tomará el número de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la Ciudad de Cotacachi del año 2017 siendo de 103.122 turistas según le Departamento de Turismo del Municipio de Cotacachi

Tabla 8
Distribución de la Población

Distribución de la Población			
Meses	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total de Turistas
Enero	12.569	3.183	15.752
Febrero	15.717	2.483	18.200
Marzo	13.763	2.795	16.558
Abril	7.743	1.577	9.320
Agosto	5.000	1.336	6.336
Septiembre	10.251	1.868	12.119
Octubre	10.395	2.232	12.627
Noviembre	11.695	515	12.210
Total	87.133	15.989	103.122

Fuente: Departamento de Turismo de Cotacachi

3.7. Mercado meta

El mercado meta seleccionado para la comercialización de los diferentes artículos elaborados en cuero, está constituido por turistas nacionales y extranjeros que frecuentan la Ciudad de Cotacachi, según el departamento de turismo, siendo un total de 103.122 en el cual informa que solo el 20% realizan compras en la ciudad anualmente.

3.7.1. Distribución de la población

Tabla 9

Distribución de la Población

Distribución de la Población			
Meses	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total de Turistas
Enero	12.569	3.183	15.752
Febrero	15.717	2.483	18.200
Marzo	13.763	2.795	16.558
Abril	7.743	1.577	9.320
Agosto	5.000	1.336	6.336
Septiembre	10.251	1.868	12.119
Octubre	10.395	2.232	12.627
Noviembre	11.695	515	12.210
Total	87.133	15.989	103.122
20% realizan compras	17.427	3.198	20.625

Fuente: Departamento de Turismo de Cotacachi

3.8. Determinación del tamaño de la muestra

Para obtener la muestra del total de turista que visitan la Ciudad de Cotacachi se aplicó la siguiente formula.

FORMULA

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

Simbología

Z^2 = Nivel de confianza (1,96)

n= tamaño de la muestra ¿?

P= Probabilidad que suceda un evento (0,05)

Q=probabilidad de que no suceda un evento (0,05)

N= tamaño de la población (20.625)

E²= Error de la muestra (0,07)

$$n = \frac{1,96^2 * (0,05)(0,05) * 20.625}{20625 - 1(0,07^2) + 1,96^2 * (0,05)(0,05)}$$

$$n= 194$$

3.8.1. División de la muestra por nacionalidades de los turistas

La distribución de las encuestas se realizará en base al porcentaje de la población representada por los turistas que frecuentan la Ciudad de Cotacachi.

Tabla 10

Distribución Muestra

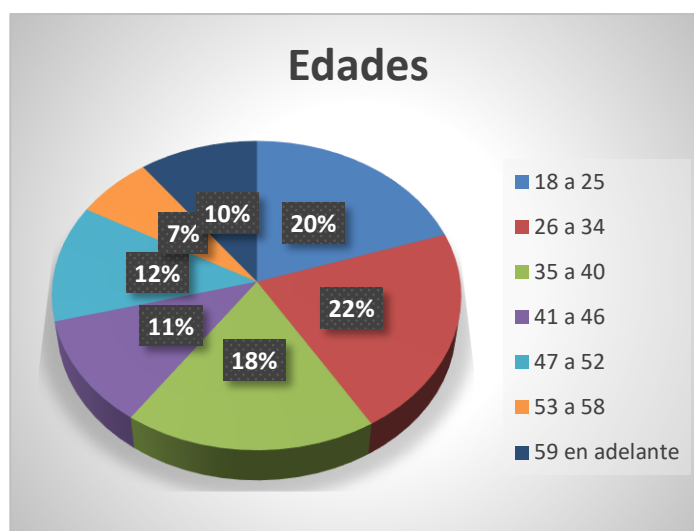
Distribución Muestra	Población	Porcentaje	Numero de encuestas
Turistas Nacionales	17.427	84%	167
Turistas extranjeros	3.198	16%	29
Total	20.625	100%	194

3.9. Evaluación de la información

La valoración de la información se realizó de forma organizada para obtener los datos de las variables e indicadores señalados. La estructura de la encuesta está establecida en base al estudio de las principales variables del estudio de mercado.

Tabla 11**Edad de los encuestados**

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25	39	20%
26 a 34	42	21%
35 a 40	36	18%
41 a 46	22	11%
47 a 52	24	12%
53 a 58	13	7%
59 en adelante	20	10%
Total	196	100%

**Figura 1 Edad de los encuestados**

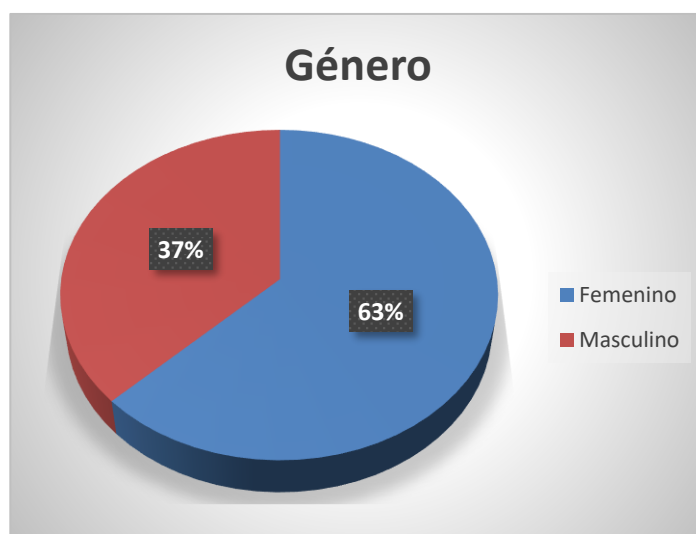
Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Análisis e interpretación

Las encuestas fueron aplicadas de acuerdo a la estratificación de la muestra presentada en la tabla anterior, de tal manera que se logre obtener una visión más amplia de las tendencias de consumo que presentan los turistas que visitan a la Ciudad de Cotacachi de acuerdo a la edad. Según el INEC la población económicamente activa en el Ecuador se encuentra en el rango de 26 a 34 años, la cual es de mayor afluencia a adquirir los artículos.

Tabla 12**Género**

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	123	63%
Masculino	73	37%
Total	196	100%

**Figura 2 Género**

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Análisis e interpretación

De los turistas de nacionalidad ecuatoriana y extranjera encuestada que visita a la Ciudad de Cotacachi, en su mayoría el género femenino, el cual proporciona la información para el estudio realizado es el de mayor dominio dentro de la ciudad.

Tabla 13
Nacionalidad

Nacionalidad	Frecuencia	Porcentaje
Ecuatoriana	167	85%
Extranjera	29	15%
Total	196	100%



Figura 3 Nacionalidad

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Análisis e interpretación

En base a los datos obtenidos se puede constatar que los posibles consumidores de los artículos son de nacionalidad ecuatoriana, este es nuestro mercado más recurrente, sin dejar de lado al extranjero ya que los dos son quienes visitan la Ciudad de Cotacachi.

Tabla 14**Preferencia por los artículos elaborados en cuero?**

Preferencia	Frecuencia	Porcentaje
Si	176	90%
No	20	10%
Total	196	100%

**Figura 4 Preferencia por los artículos elaborados en cuero**

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Análisis e interpretación.

En base a los datos obtenidos de las encuestas se pudo comprobar que, un alto número de turistas ya sea de nacionalidad ecuatoriana o extranjera que visitan la Ciudad de Cotacachi, tienen preferencia por los artículos elaborados en cuero, lo que muestra una gran oportunidad para iniciar un emprendimiento en este sector de la industria talabartera.

1) De la siguiente lista de artículos elaborados en cuero, valore del 1 al 3 los de su preferencia. Siendo 3 la más alta y 1 la más baja

Tabla 15

Valoración de los artículos

Artículos	Frecuencia	Porcentaje
Chaquetas	118	25%
Correas	109	23%
Billeteras	91	19%
Bolsos	87	18%
Carteras	76	16%
Total	481	100%

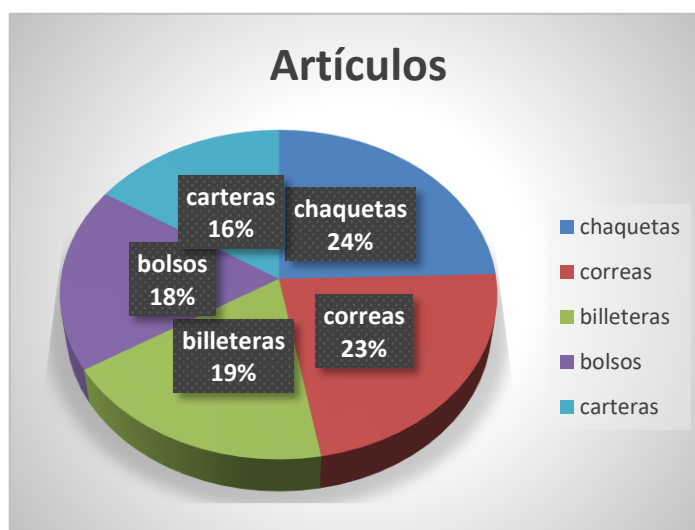


Figura 5 Valoración de los artículos

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Análisis e interpretación.

Los turistas encuestados en la Ciudad de Cotacachi manifiestan, que el artículo de mayor consumo son las chaquetas, correas o cinturones elaborados en cuero, representando entre estos 2 artículos un 47% de los consumidores, por tanto, se determina que en el proyecto se elaborará y se comercializará estas prendas de mayor preferencia para el consumidor, mientras que los bolsos, carteras y billeteras se producirá en menor número, para mantener un stock surtido.

2) ¿Con qué frecuencia usted adquiere artículos de cuero?

Tabla 16

Frecuencia de adquisición de los artículos

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Trimestral	22	11%
Semestral	50	26%
Anual	124	63%
Total	196	100%

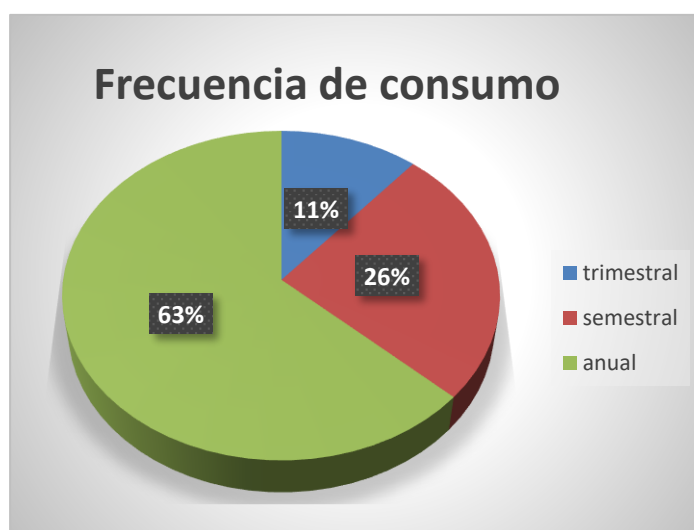


Figura 6 Frecuencia de adquisición de los artículos

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Análisis e interpretación.

En esta pregunta nos ayuda a definir la frecuencia de consumo que muestran los turistas que visitan la Ciudad de Cotacachi, y adquieren los artículos elaborados en cuero, se observa que los encuestados exponen que la mayor frecuencia de consumo es de manera anual, dando a entender que estos artículos tienen una alta rotación

3) ¿Dónde prefiere usted adquirir sus artículos de cuero?

Tabla 17

Adquisición de artículos

Lugares	Frecuencia	Porcentaje
Ferias Artesanales	35	18%
Centros comerciales	63	32%
Almacenes	78	40%
Talleres	20	10%
Talleres	196	100%

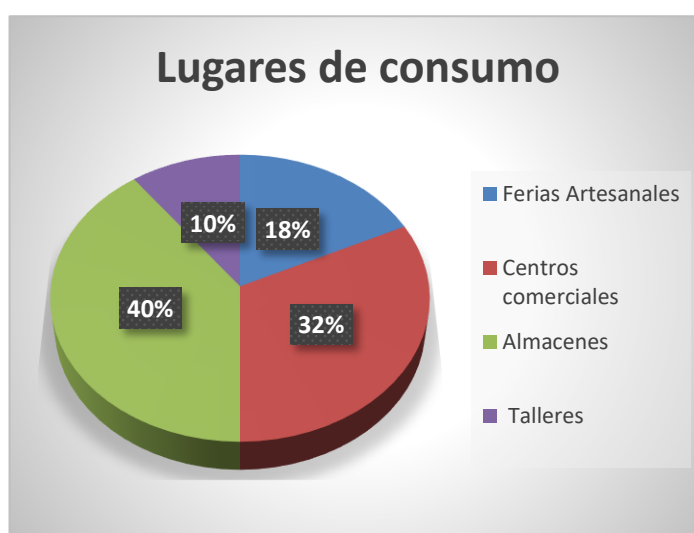


Figura 7 Adquisición de artículos

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Análisis e interpretación.

Según la encuesta realizada a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Ciudad de Cotacachi mencionan que los lugares de mayor preferencia para adquirir este tipo de artículos de cuero son los almacenes y centros comerciales de la ciudad, mientras que en un pequeño porcentaje visitan los talleres y ferias artesanales de la ciudad

- 4) Seleccione 2 aspectos del siguiente rango de precios establecido de cada artículo elaborado en cuero. ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por cada uno?

Tabla 18

Preferencias de precios

Precios	Frecuencia	Porcentaje
50 a 80	24	12%
81 a 150	57	29%
150 en adelante	115	59%
Total	196	100%

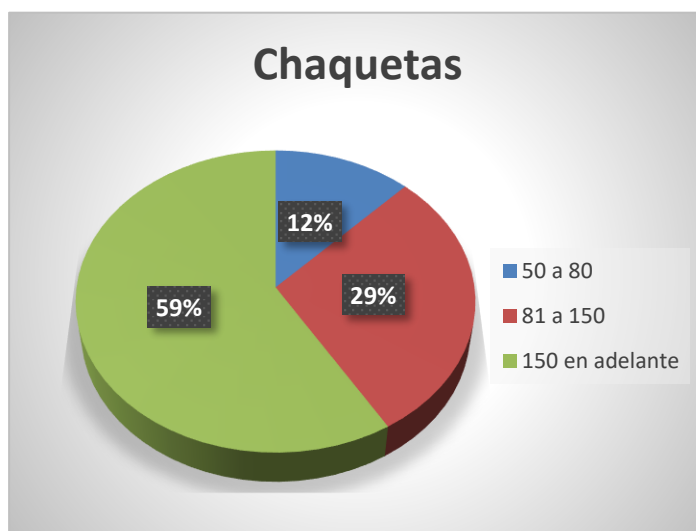
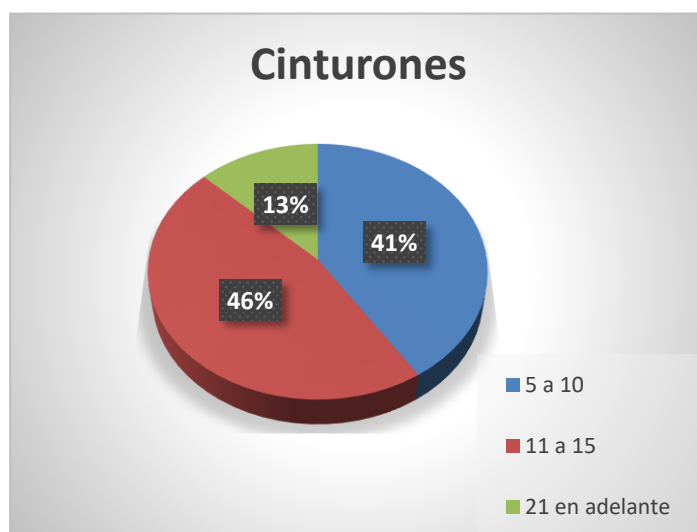


Figura 8 Estimación de precios chaquetas

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Tabla 19**Estimación de precios cinturones**

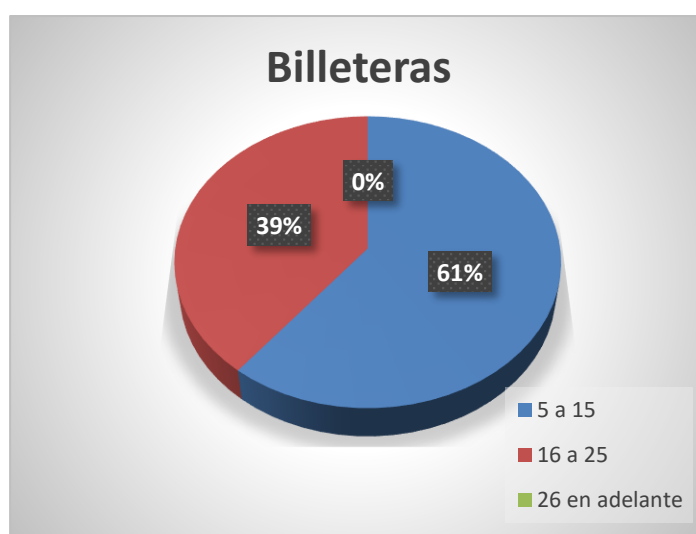
Precios	Frecuencia	Porcentaje
5 a 10	80	41%
11 a 15	91	46%
21 en adelante	25	13%
Total	196	100%

**Figura 9 Estimación de precios cinturones**

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Tabla 20**Estimación de precios billeteras**

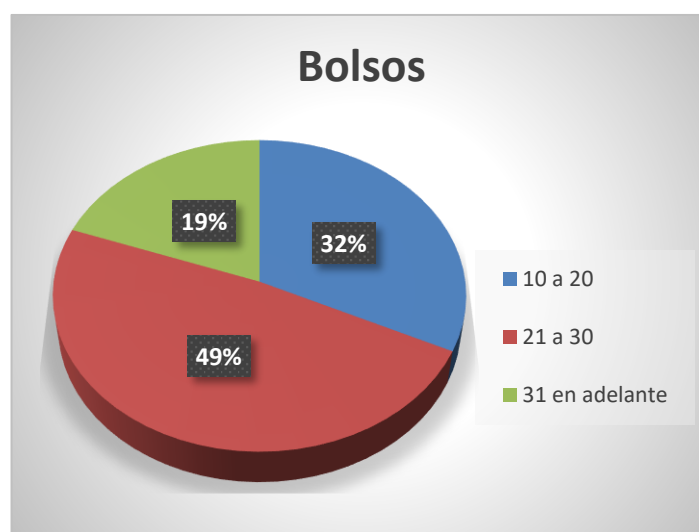
Precios	Frecuencia	Porcentajes
5 a 15	119	61%
16 a 25	77	39%
26 en adelante	0	0%
Total	196	100%

**Figura 10 Estimación de precios billeteras**

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Tabla 21**Estimación de precios bolsos**

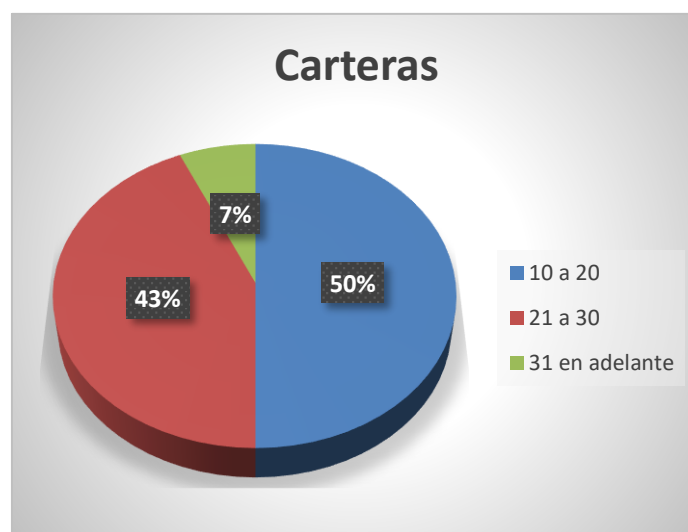
Precios	Frecuencia	Porcentajes
10 a 20	63	32%
21 a 30	95	48%
31 en adelante	38	19%
Total	196	100%

**Figura 11 Estimación de precios bolsos**

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Tabla 22**Estimación de precios carteras**

Precios	Frecuencia	Porcentajes
10 a 20	98	50%
21 a 30	85	43%
31 en adelante	13	7%
Total	196	100%

**Figura 12 Estimación de precios carteras**

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

5) ¿Cómo prefiere realizar usted los pagos?

Tabla 23

Preferencias de pago

Formas de pago	Frecuencia	Porcentajes
Efectivo	127	65%
Tarjeta de crédito	54	27%
Otro	15	8%
Total	196	100%

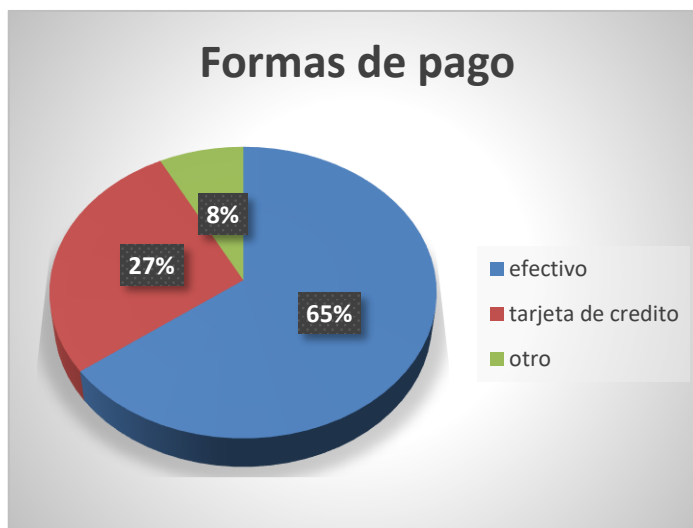


Figura 13 Preferencias de pago

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Análisis e interpretación.

La mayor parte de los turistas encuestados realizan sus pagos en efectivo, un porcentaje considerable prefiere pagar con tarjeta de crédito por mayor seguridad y una minoría de los encuestados prefiere pagar con otros medios como son intercambio o pago con cheque.

6) ¿Marque por lo menos 2 aspectos que usted tomaría en cuenta al momento de adquirir estos productos?

Tabla 24

Preferencias para adquirir los productos

Aspectos	Frecuencia	Porcentajes
Precio	106	27%
Calidad	106	27%
Promoción	47	12%
Marca	36	9%
Colores	49	13%
Modelos	48	12%
Total	196	100%

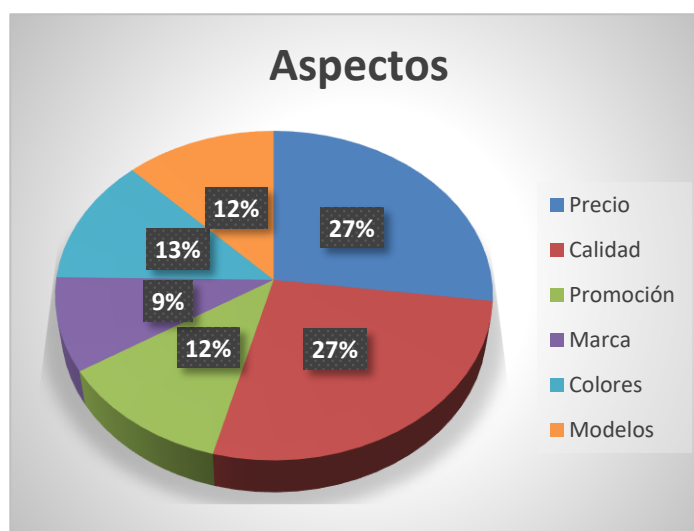


Figura 14 Preferencias para adquirir los productos

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Análisis e interpretación.

Los consumidores afirman que, los principales factores que influyen al momento de la compra de los artículos son el precio y la calidad siendo estos 2 aspectos los de mayor impacto dentro de la compra, de igual manera otro de los aspectos que influyen en la compra son los modelos y las promociones.

7) ¿Conoce usted una marca que identifique los artículos de cuero en la Ciudad de Cotacachi?

Tabla 25

Identificación de marca

Aspectos	Frecuencia	Porcentajes
Si	40	20%
No	156	80%
Total	196	100%



Figura 15 Identificación de marca

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Análisis e interpretación.

De acuerdo con el estudio realizado, la mayor parte de los turistas no tienen conocimiento acerca de las marcas que poseen los artículos de cuero que se elaboran en la ciudad de Cotacachi.

8) ¿Usted preferiría adquirir artículos de cuero que tengan una marca?

Tabla 26

Preferencia por artículos con marca

Marca	Frecuencia	Porcentajes
Si	114	58%
No	82	42%
Total	196	100%



Figura 16 Preferencia por artículos con marca

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Análisis e interpretación.

De acuerdo con las encuestas realizadas a los turistas, prefieren adquirir un artículo que tenga una marca que genere mayor confianza en la calidad y durabilidad del producto.

9) ¿Conoce de otras ciudades en el Ecuador que comercializan productos similares?

Tabla 27

Conocimiento de ciudades que comercializan productos similares

Aspectos	Frecuencia	Porcentajes
Si	83	42%
No	113	58%
Total	196	100%

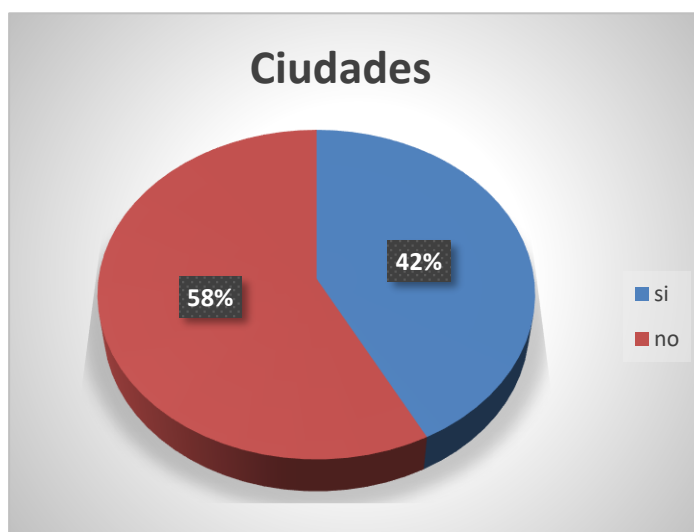


Figura 17 *Conocimiento de ciudades que comercializan productos similares*

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Análisis e interpretación.

Mediante la investigación realizada a los visitantes encuestados, nos dieron a conocer, que la mayoría no conoce otras ciudades dentro del país en las que comercialicen productos similares, mientras que un porcentaje considerable menciona ciudades como Ambato, Cuenca y Quisapincha.

10) ¿De la siguiente lista de medios de comunicación cual es el que usted utiliza con mayor frecuencia? 3 más frecuente, 1 menos frecuente?

Tabla 28

Medios de comunicación

Medios de comunicación	Frecuencia	Porcentajes
Tv nacional	82	16%
Tv por cable	116	23%
Radio	96	19%
Radio en línea	62	12%
Redes sociales	92	18%
Diarios Locales	57	11%
Otros medios digitales (publicidad directa)	7	1%
Total	512	100%



Figura 18 Medios de comunicación

Fuente: Encuestas realizadas a turista de la Ciudad de Cotacachi

Análisis e interpretación.

El tipo de medios de comunicación de mayor preferencia es la tv satelital, radio local y las redes sociales, lo cual nos brinda una pauta para la elaboración de un plan de marketing de la propuesta planteada.

3.10. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda permite conocer los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio. La demanda se encuentra constituida por el número de turistas que visitan la Ciudad de Cotacachi sean estos nacionales o extranjeros. De los cuales la mayor parte tienen preferencia por consumir artículos elaborados en cuero, además existe un mercado efectivo que está dispuesto a consumir este tipo de productos. La investigación realizada permitió determinar el tamaño de turistas que visitan la Ciudad de Cotacachi para el año 2017 es de 103.122 turistas en la que esta establecidas a través de la segmentación de mercado.

Para determinar la demanda actual se toma como base la encuesta aplicada a los visitantes de la Ciudad de Cotacachi en el cual se determinó la cantidad de turistas dispuestos a adquirir este tipo de producto que es el 90%, al ser un gran segmento de mercado se optó por producir un surtido stock de productos en el proyecto

De los datos obtenidos se toma en cuenta la población que consume artículos de cuero.

Cálculo de la Demanda

Tabla 29

Cálculo de la demanda

Población	Muestra	Artículo	Consumidores	% Compra	Total, compras	Frecuencia de compra	Demanda
20.625	194	Chaquetas	118	0,6082	12.545	1 año	12.545
	194	Cinturones	109	0,5619	11.588	1 año	11.588
	194	Billeteras	91	0,4691	9.675	1 año	9.675
	194	Bolsos	87	0,4485	9.249	1 año	9.249
	194	Carteras	16	0,0825	1.701	1 año	1.701

Fuente: Investigación directa

Fórmulas para el cálculo de la demanda

% Compra = (número de consumidores/ muestra)

Total compras = (% compras * población)

Demanda = (total de compras* frecuencia)

3.10.1. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda de los diferentes artículos de cuero se utiliza la tasa de crecimiento turística la cual es el 0.50% de turistas que visitan el centro de la Ciudad, según datos otorgados por el departamento de turismo del Cantón Cotacachi

Fórmula para proyectar la demanda.

$$D_f = D_a * (1 + i)^n$$

D_f = demanda futura

D_a = demanda actual

i = tasa de crecimiento

n = año proyectado

Tabla 30**Proyección de la demanda**

Año	Demanda de chaquetas	Demanda de cinturones	Demanda de billeteras	Demanda de bolsos	Demanda de carteras
2017	12.545	11.588	9.675	9.249	1.701
2018	12.608	11.646	9.723	9.295	1.710
2019	12.734	11.763	9.821	9.388	1.727
2020	12.926	11.940	9.969	9.530	1.753
2021	13.187	12.181	10.170	9.722	1.788
2022	13.520	12.488	10.427	9.967	1.833

Fuente: Investigación directa

3.11. Identificación de la competencia

En la Ciudad de Cotacachi existe alrededor de 80 talleres que comercializan los artículos elaborados en cuero a los distintos almacenes y centros comerciales de la Ciudad

Una vez identificado los principales competidores y los lugares que más frecuentan los consumidores se proceden a realizar la entrevista a los artesanos de los talleres de la Ciudad. La información obtenida se la recopiló de entrevistas a dos productores de dichos artículos en talleres en donde se verifica que se está distribuyendo aproximadamente la siguiente cantidad de productos

Tabla 31**Cantidades ofertadas**

Artículos	Promedio semanal	Promedio mensual	Promedio anual
Chaquetas	240	960	11.520
Cinturones	200	800	9.600
Billeteras	180	720	8.640
Bolsos	150	600	7.200
Carteras	20	80	960
Total	790	3.160	37.920

Fuente: Investigación directa

3.11.1. Proyección de la oferta

La oferta será proyectada en base al crecimiento de turistas que visitan a la Ciudad de Cotacachi, siendo este crecimiento del 0,50% según datos otorgados por el departamento de turismo del Cantón Cotacachi.

Fórmula para la proyección de la oferta:

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

En donde,

O_n = Oferta Futura

O_o = Oferta Determinada en el estudio de mercado

i = Tasa de Crecimiento Turística (0,50%)

n = Número de años proyectados (5 años)

Tabla 32

Proyección de la oferta

Año	Oferta de chaquetas	Oferta de cinturones	Oferta de billeteras	Oferta de bolsos	Oferta de carteras
2017	11.520	9.600	8.640	7.200	960
2018	11.578	9.648	8.683	7.236	965
2019	11.694	9.745	8.770	7.309	974
2020	11.870	9.892	8.902	7.419	989
2021	12.109	10.091	9.082	7.568	1.009
2022	12.415	10.346	9.311	7.759	1.035

Fuente: Investigación directa

3.12. Análisis de la demanda insatisfecha

Mediante el balanceo de la demanda oferta se puede evidenciar que existe un mercado para la comercialización para los diferentes artículos de cuero.

Tabla 33

Demanda insatisfecha

Artículos	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
Chaquetas	12.545	11.520	1.025
Cinturones	11.588	9.600	1.988
Billeteras	9.675	8.640	1.035
Bolsos	9.249	7.200	2.049
Carteras	1.701	960	741
Total	44.758	37.920	6.838






Fuente: Cuadro N°27 y Cuadro N° 28

De acuerdo con los datos obtenidos podemos observar que existe una demanda insatisfecha considerable de los artículos que el proyecto podría captar, para ello se tomará en cuenta la capacidad que posee la mano de obra.

3.13. Análisis de los precios de la competencia

De acuerdo con la entrevista informal realizado a los productores de las mercancías elaborados en cuero en la Ciudad de Cotacachi. Se puede identificar que los precios de las chaquetas, cinturones, billeteras, bolsos y carteras se encuentran en un promedio de:

Tabla 34**Análisis de los precios de la competencia**

Artículo	Precio en talleres
	100 dólares
Chaqueta	
	10 dólares
Cinturones	
	10 dólares
Billetera	
	26 dólares
Bolso	
	30 dólares
Cartera	

Fuente: Investigación directa

(Precio de la chaqueta de cuero)

El rango del precio de la chaqueta de cuero es de 80 a 120 lo queda un promedio de 105 del precio de la competencia, adicionalmente el 29% de los turistas encuestados están dispuestos a pagar un precio que se encuentra en el rango de 80 a 150 dólares mientras que el 59% pagarían un precio de 150 dólares en adelante.

(Precio de cinturones de cuero)

El rango de precios de este artículo se encuentra entre 7 a 10 dólares establecido por la competencia, de los turistas encuestados el 49% se encuentran en disponibilidad de consumir dicho producto en el rango de precio de 10- 15 dólares.

(Precio de billeteras de cuero)

Los precios establecidos por la competencia se encuentran entre 5 y 10 dólares, de acuerdo con la investigación realizada el 61% la población desea adquirir este tipo de productos en un rango de precio de 5 a 10 dólares.

(Precios de bolsos)

Los precios establecidos por la competencia se encuentran en un rango de 25 a 30 dólares, el cual se encuentra que el 48% de los turistas consumen este producto en este rango.

3.14. Estrategias de comercialización**3.14.1. Estrategias del producto**

La comercialización de los artículos elaborados en cuero como son: chaquetas, cinturones, billeteras, bolsos y carteas se ha propuesto teniendo en cuenta los gustos y preferencias de los consumidores que visitan la Ciudad de Cotacachi, como es la de adquirir productos artesanales con diseños distintos que identifique a lugar de elaboración.

- Para que el producto sea reconocido en diferentes mercados se elaborará una marca con el nombre (COTACUERO)
- El producto será sometido a un control de calidad para verificación de cumplimiento de ciertas normas propuestas por el consumidor.

3.14.2. Estrategias de precio

- Los precios serán accesibles para todo extracto social.
- Se realizará descuentos según el volumen de compra y por temporadas
- Se concederá créditos a puntos de venta que adquieran en gran volumen dichos artículos para su comercialización.
- Se analizará los precios de la competencia para el establecimiento adecuado de los precios de cada artículo que este en alcance de toda la población que visite la Ciudad de Cotacachi

3.14.3. Estrategias de promoción

- Se realizará una publicidad masiva por diferentes medios de comunicación entre ellos cortes comerciales por tv ya que es el medio más utilizado por los turistas. Dando a conocer el lugar y los diseños de los productos.
- Se diseñará una página web de la microempresa la cual contendrá la información necesaria para dar a conocer el producto a personas que la conocen la ciudad.
- Se participará en ferias artesanales que se realizan en la Ciudad para dar a conocer la marca del producto.

3.14.4. Estrategia de plaza o distribución

El canal que se utilizara para la distribución de los productos elaborados en cuero será el directo tomando en cuenta ciertos factores fundamentales que se analizó en el estudio de

mercado la mayor parte de turistas encuestados manifestaron que prefieren adquirir dichos producto en almacenes y centros comerciales de la Ciudad debido a que cuentan una gran variedad de diseños de los productos.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Objetivo general

Realizar el estudio técnico para el establecimiento de la localización, tamaño del proyecto y la inversión que requiere el emprendimiento.

4.2. Localización

La localización del proyecto es parte primordial ya que de esto depende gran parte el éxito o fracaso del proyecto, en esta parte se definirá el lugar idóneo, el cual permita obtener mayor rentabilidad a través de la reducción de costos.

4.2.1. Macro localización

- **Provincia**

El proyecto estará ubicado en la provincia de Imbabura, la cual se encuentra ubicada al Norte del territorio ecuatoriano, limitando con Carchi, al Sur con Pichincha, al Este con Sucumbios y al oeste con Esmeraldas, presenta una población de 398.244 habitantes según datos del INEC, 2010. Cuenta con una superficie de 4.500km² y está conformada por 6 cantones: Ibarra, Antonia Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí, su clima es diverso y la temperatura media anual oscila entre 9,9°C y 22,9°C

(Gobierno Provincial de Imbabura, 2018)

- **Cantón**

La microempresa está ubicada a nivel macro, ubicada en la zona norte de Ecuador a 80 km de la Ciudad de Quito y 25 km de la Ciudad de Ibarra El Cantón Cotacachi se encuentra ubicado en la zona norte de Ecuador, se encuentra conformada por las siguientes parroquias:

Urbanas El Sagrario y San Francisco

Rurales: Quiroga, Imantag, 6 de Julio de Cuellaje, Apuela, García Moreno, Peñaherrera, Plaza Gutiérrez, Vacas Galindo.

El Cantón presenta una altitud de 2.418 msnm, mantiene un clima templado y su temperatura oscila entre 14°C y 18°C, presenta una población de 45.000 habitantes.

(GAD Municipal Cotacachi, 2018)



Figura 19 Macro localización de la Ciudad de Cotacachi

Fuente: Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi

4.2.2. Micro localización

La ubicación más específica de la microempresa es en la parroquia de El sagrario perteneciente al Cantón Cotacachi

Tabla 35**Matriz de micro localización**

Factores	1	2	3	4	5
Materia prima				X	
Mano de obra					X
Transporte					X
Servicios básicos					X
Vías de acceso				X	

Fuente: Investigación directa

Escala

5= máxima (muy alta)

4= alta

3= media

2= baja

1= regular

Basándose en el análisis de los factores para la micro localización de la microempresa de elaboración de artículos de cuero de uso personal estará ubicada en la Ciudad de Cotacachi, en la parroquia el Sagrario, en las calles 9 de octubre y Esmeraldas, el terreno cuenta con una superficie de 264 metros cuadrados, además se analizó los diferentes factores como son mano de obra materia prima a las cuales se tiene disponibilidad, las vías de acceso es parte primordial ya que al tener vías en óptimas condiciones se atrae mayor número de turistas y mejor transporte de materia prima.

4.3. Tamaño del proyecto

Para definir el tamaño del proyecto se consideró analizar las siguientes variables:

- Demanda
- Disponibilidad de materia prima
- Disponibilidad de mano de obra
- Maquinaria
- Inversión o financiamiento
- Servicios básicos

4.3.1. Demanda

En base al estudio de mercado realizado se determinó la existencia de la demanda insatisfecha de los siguientes artículos:

Tabla 36

Demanda insatisfecha

Artículos	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
Chaquetas	12.545	11.520	1.025
Cinturones	11.588	9.600	1.988
Billeteras	9.675	8.640	1.035
Bolsos	9.249	7.200	2.049
Carteras	1.701	960	741
Total	44.758	37.920	6.838

Fuente: Cuadro N°29

4.3.2. Disponibilidad de materia prima

En lo referente a la variable de materia prima se ha determinado que los principales proveedores piezas de cuero son:

Tabla 37

Principales proveedores piezas de cuero

Razón social	Guerrero Delgado Juan Carlos
Nombre comercial	Gamacueros
Localidad	Imbabura- Cotacachi
Num. Telf	062916251-0992739845
Dirección	Bolívar y 10 de Agosto
Razón social	Guillermo Cortéz
Nombre comercial	Almacén Cortez
Localidad	Imbabura-Cotacachi
Num. Telf	062916-083
Dirección	Sucre y García Moreno
Razón social	Álvaro Guerra
Nombre comercial	Distribuidora de cuero Guerra
Localidad	Imbabura-Cotacachi
Num. Telf	0983500075
Dirección	Riofrio y Juan Morales
Nombre comercial	Cueros El-Alce
Localidad	Chimborazo-Guano
Num. Telf	32900279-0985429268
Dirección	José Rodríguez y León Hidalgo
Razón social	Juan Díaz
Nombre comercial	Tenería Diaz
Localidad	Ambato, Tungurahua
Num. Telf	593-3-2420546
	El Pisque entrada a Macasto, Panamericana norte km 6
Razón social	Ángel Cárdenas
Nombre comercial	Pieles "PUMA"
Localidad	Ambato, Tungurahua
Num. Telf	2855-234

Fuente: Investigación directa 2017

4.3.3. Disponibilidad de mano de obra

Dentro de la Ciudad se encuentran artesanos calificados por el Instituto Técnico del Cuero o de la Sociedad de Artesanos de la Ciudad de Cotacachi, que cuentan con una amplia experiencia en cuanto a la elaboración y diseño de dichos artículos elaborados en cuero.

4.3.4. Maquinaria

Para la fabricación de los artículos de cuero es necesario contar con maquinaria adecuada, la cual puede ser adquirida en la Ciudad de Atuntaqui distribuido por MAINCO, situado en la panamericana norte, sector Andrade Marín, además se debe considerar otra ciudad como Ibarra la cual se encuentra a 1 hora de distancia, su corta distancia facilita el traslado de la maquinaria.

4.3.5. Máquina de coser recta

(Flores, Descripción de maquinaria, 2018) *Enuncia que la máquina de coser recta será requerida para armado de las piezas de cuero ya que facilita las costuras rectas, que son necesarias para la confección de los artículos.*



Figura 20 *Máquina de coser recta*

Fuente: Observación directa

4.3.6. Máquina de coser de codo

(Flores, Descripción de maquinaria, 2018) *Enuncia que el funcionamiento de la maquinaria es utilizado en las costuras curvas o de difícil acceso ya que su codo permite alcanzar las costuras mencionadas.*



Figura 21 *Máquina de coser de codo*

Fuente: Observación directa

4.3.7. Máquina desbastadora

(Flores, Descripción de maquinaria, 2018) *Expresa que esta máquina se caracteriza por tener una cuchilla giratoria la cual elimina una fina capa de la materia prima haciendo así que la misma se maneje para la confección de los artículos.*



Figura 22 *Máquina desbastadora*

Fuente: Observación directa

4.3.8. Inversión o financiamiento

BanEcuador financia a pequeñas y medianas empresas con montos desde 5.000 hasta 500.000 dólares, los plazos se rigen de acuerdo con el destino de la inversión, al igual que la tasa de interés se determina de acuerdo con la política de fijación de tasas de interés del Banco. (BanEcuador, 2018)

El financiamiento del proyecto se realizará con recursos propios y financiados por BANECUADOR, entidad financiera que otorga una serie de créditos para emprendedores con una tasa de interés 9,46% a 3 años plazo.

4.4. Capacidad de la planta

Para determinar la capacidad de la planta se analiza principalmente la capacidad que posee la mano de obra para la elaboración de artículos de cuero, este aspecto es importante ya que el trabajo se realiza en su mayoría manualmente.

Tabla 38

Capacidad de mano de obra para la fabricación de artículos de cuero

Artículos	Tiempo requerido	Tiempo empleado		Operarios	Producción diaria	Producción semanal	Producción mensual	Producción anual
		para producción						
Chaquetas	8	8	2	2	10	40	480	
Cinturones	1	4	1	4	20	80	960	
Billeteras	1	4		4	20	80	960	
Bolsos	2	4	1	2	10	40	480	
Carteras	2	4		2	10	40	480	
Total			4	14	70	280	3.360	

Fuente: Investigación directa

Para la fabricación de dichos artículos artesanales se consigue el apoyo de 4 operarios que contribuirán al desarrollo de este proyecto.

Tabla 39
Proyección anual de artículos de cuero

Artículos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Chaquetas	480	494	509	525	540	556
Cinturones	960	989	1.018	1.049	1.080	1.113
Billeteras	960	989	1.018	1.049	1.080	1.113
Bolsos	480	494	509	525	540	556
Carteras	480	494	509	525	540	556
Total, de artículos	3.360	3.461	3.599	3.743	3.893	4.049

Luego de analizar la capacidad anual que posee la mano de obra en la empresa se ha decidido que la demanda a captar se realice de la siguiente manera:

4.5. Demanda a satisfacer

Para establecer la demanda a captar a continuación se presenta la tabla en la cual podemos establecer el porcentaje de la demanda insatisfecha que existe en el mercado.

Tabla 40
Demanda a captar por producto.

Producto	Año	Demanda insatisfecha	Demanda a captar
	0	1.025	8%
	1	1.030	11%
Chaquetas	2	1.040	14%
	3	1.056	17%
	4	1.078	20%
	5	1.105	23%

	0	1.988	17%	341
	1	1.998	20%	403
Cinturones	2	2.018	23%	467
	3	2.048	26%	536
	4	2.090	29%	609
	5	2.142	32%	689
	0	1.035	11%	111
	1	1.040	14%	142
Billeteras	2	1.051	17%	175
	3	1.067	20%	210
	4	1.088	23%	247
	5	1.116	26%	287
	0	2.049	22%	454
	1	2.059	25%	518
Bolsos	2	2.079	28%	585
	3	2.111	31%	658
	4	2.154	34%	736
	5	2.208	37%	820
	0	741	44%	323
	1	745	47%	347
Carteras	2	753	50%	373
	3	764	53%	402
	4	779	56%	433
	5	798	59%	467

Para dar comienzo al proyecto se ha resuelto captar la demanda de la siguiente manera en un porcentaje del 3% del crecimiento anual. Se ha decidido crecer en este porcentaje debido a ser un trabajo artesanal se corre diferentes riesgos como el tiempo de demora en el diseño de los diferentes artículos.

4.6. Distribución de la planta

La distribución de la planta se realizará de acuerdo a las necesidades de instalaciones de la microempresa en los cuales los principales espacios serán: las áreas de almacenamiento de productos semielaborados y área para almacenaje de productos terminados, área de producción y área de embarque y desembarque de materia prima, por otro lado se necesita espacio para las áreas administrativas.

Tabla 41

Distribución de la planta

Distribución de la planta		
Área de producción		
No.	Descripción	Cantidad en m2
1	Área de producción	30
1	Recepción de materia prima	8
1	Bodega de materia prima	10
1	Bodega del producto final	10
2	Baño	6
1	Zona de embarque y desembarque	25
Área administrativa		
1	Oficina de gerencia	16
1	Baño	10
	Total	115

Fuente: investigación directa

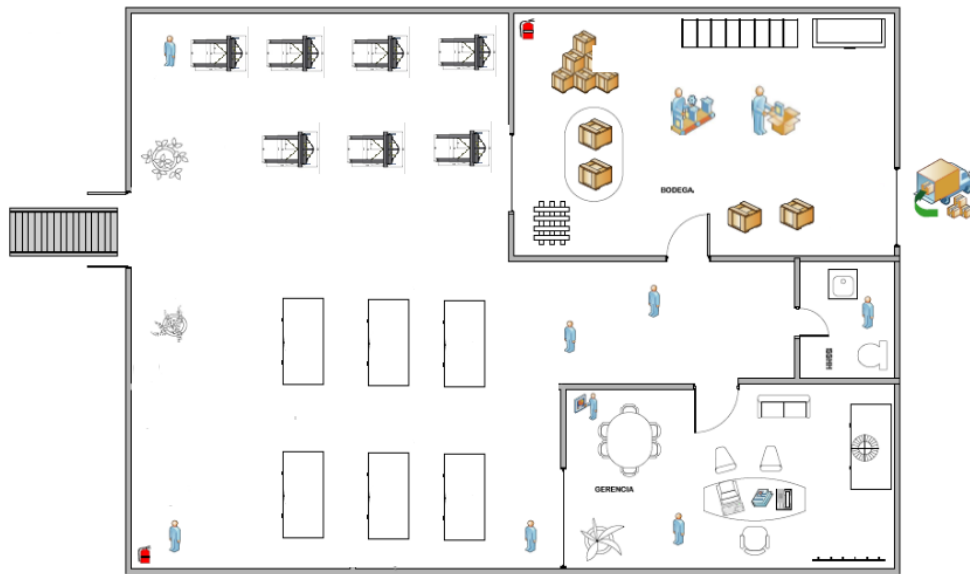


Figura 23 Descripción grafica de la planta

Elaborado por: Arq. Guillermo Estrada

4.7. Proceso productivo

Para la elaboración de los distintos artículos de cuero de uso personal se requiere de las siguientes actividades:

4.7.1. Recepción de la materia prima

En esta etapa en el proceso de elaboración de los artículos de cuero, en este paso se inspecciona meticulosamente cada pieza de cuero.



Figura 24 Recepción de la materia prima

4.7.2. Clasificación de materia prima

En esta parte del proceso se clasifica el cuero y otros materiales de acuerdo a colores texturas y modelos.



Figura 25 Clasificación de materia prima

4.7.3. Corte la materia prima

Los operarios comienzan a cortar el cuero con los modelos específicos que se van a realizar, las piezas grandes son las de mayor preferencia para no tener imperfecciones.



Figura 26 Corte la materia prima

4.7.4. Desbastado de la materia prima

La materia prima cortada es pasada por la máquina desbastadora para eliminar los bordes por donde pasaran las costuras.

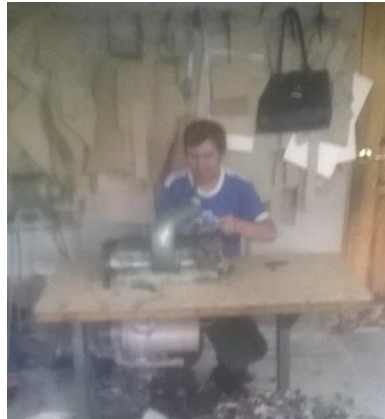


Figura 27 Desbastado de la materia prima

4.7.5. Pegado y virado de bordes

Los bordes de las piezas desbastadas son untados con solución para luego ser martillados y virados por el artesano.

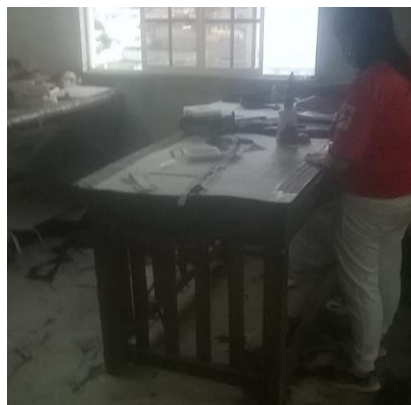


Figura 28 Pegado y virado de bordes

4.7.6. Costuras

El artesano comienza a unir las piezas en la maquina recta cosiendo las diferentes partes del cuerpo de la manufactura.



Figura 29 Costuras

4.7.7. Forros y cierres

El artesano comienza a cortar los forros y pegar con los cierres en el cuerpo del artículo para proceder a coserlos al resto de las piezas.



Figura 30 Forros y cierres

4.7.8. Costura final

Se procede a terminar las costuras inaccesibles para la maquina recta en la máquina de codo para un terminado perfecto.



Figura 31 Costura final

4.7.9. Últimos terminados

El artesano quema los hilos de las costuras y procede a pintar los bordes e inspecciona cuidadosamente la pieza terminada.



Figura 32 Últimos terminados

4.8. Diagrama de bloques

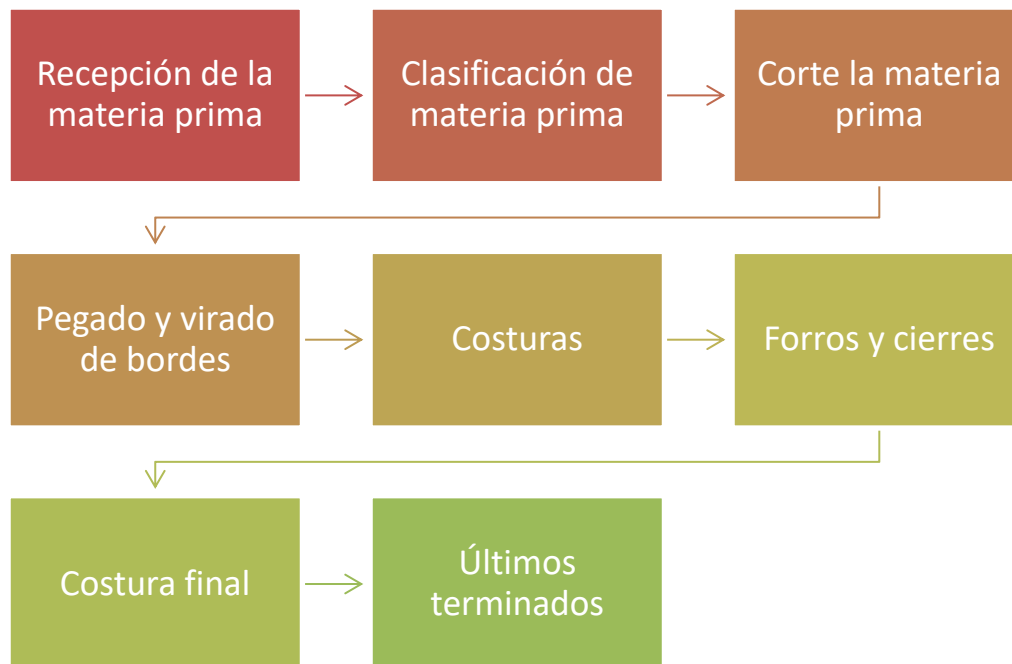


Figura 33 Diagrama de bloque

4.8.1. Flujograma de procesos de producción

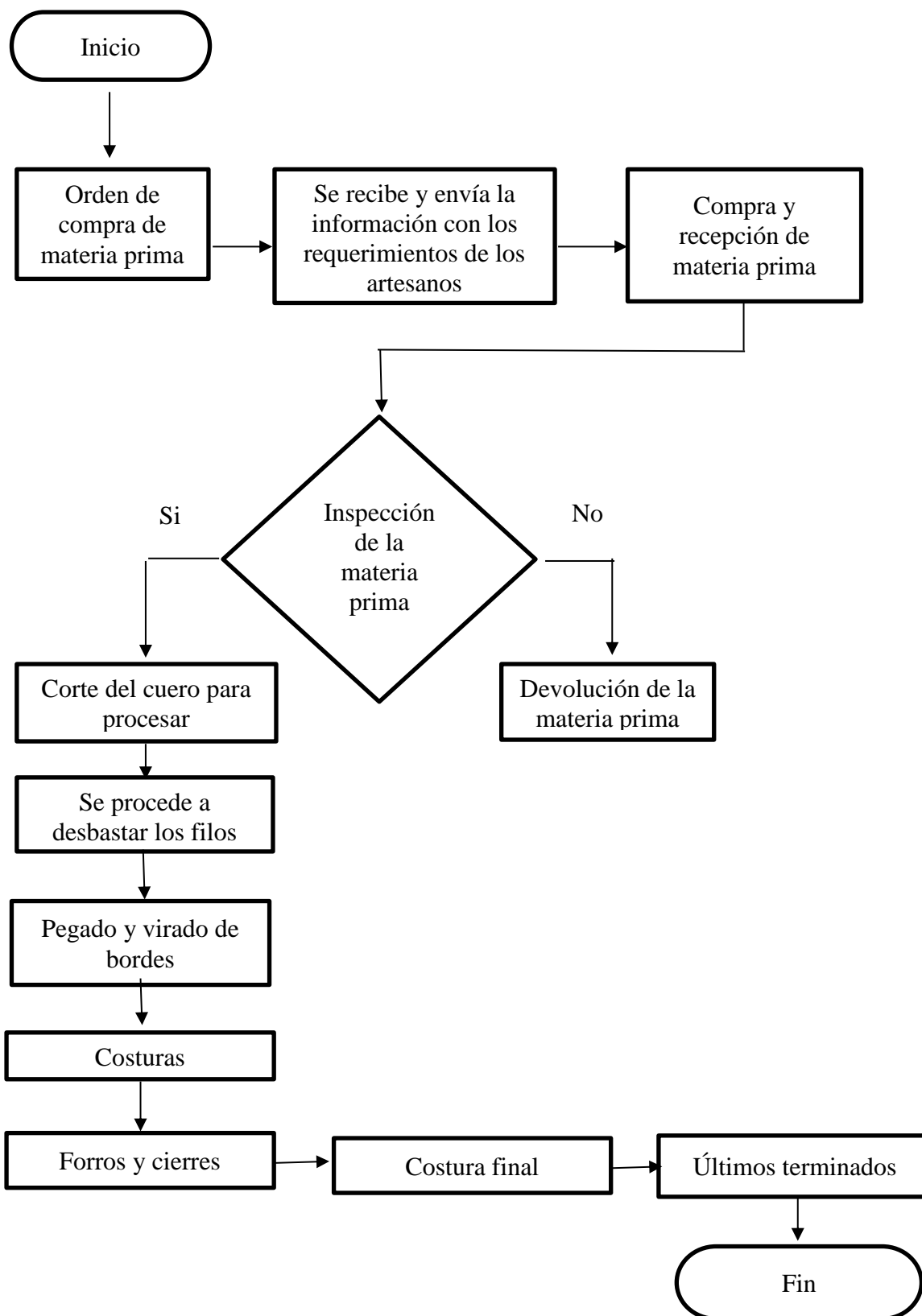


Figura 34 Flujograma de procesos de producción

4.8.2. Proceso de comercialización

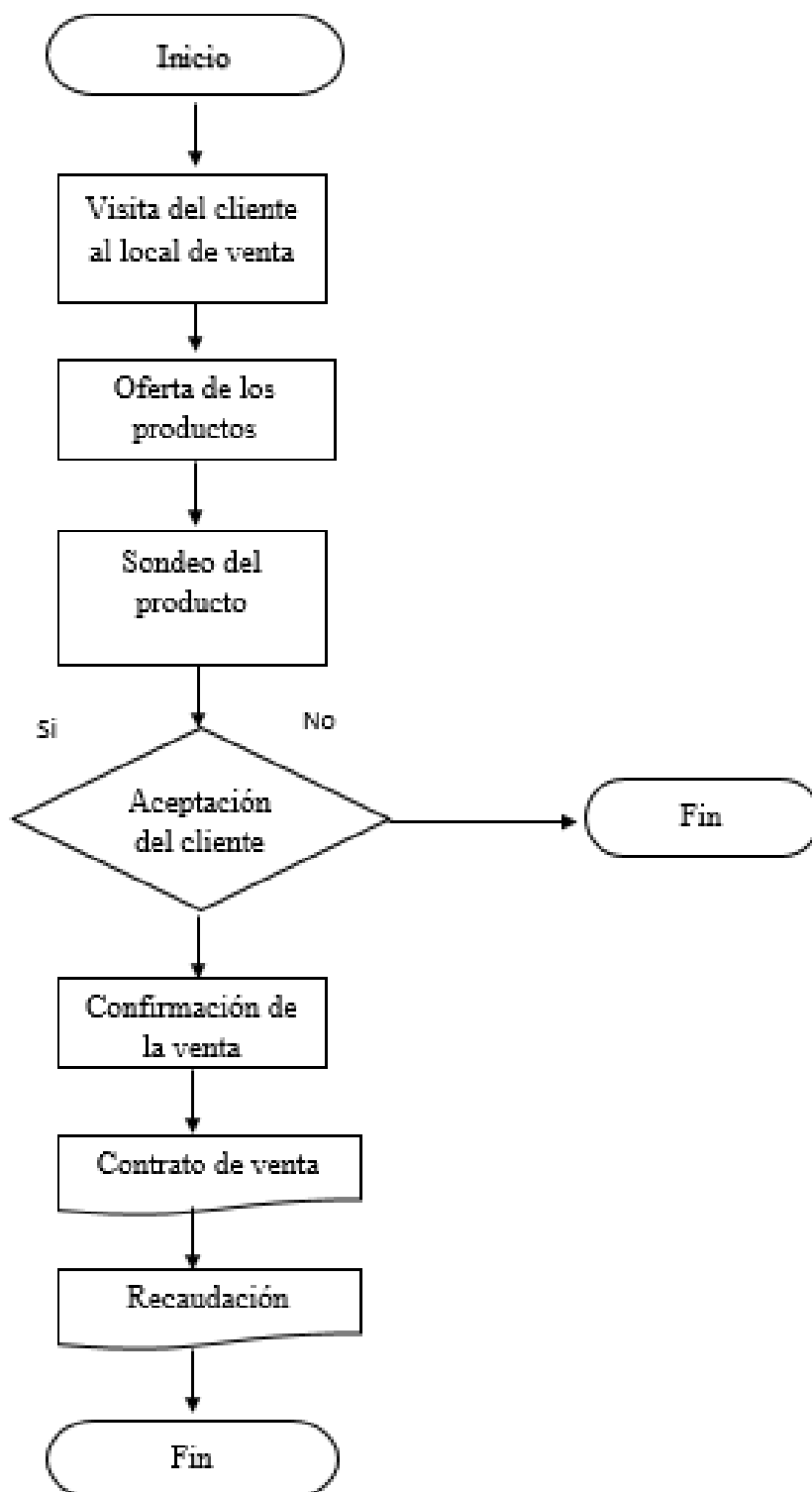


Figura 35 Flujograma de procesos de comercialización

4.8.3. Diagrama de bloque



Figura 36 Diagrama de bloque

4.8.4. Determinación de la inversión

La inversión del proyecto estará constituida por activos corrientes y activos fijos, mientras la microempresa sea autosuficiente o perciba sus primeros ingresos.

4.8.5. Inversión de activo fijo

Para la apertura del proyecto se requiere los siguientes activos fijos.

a. Equipos y maquinaria

La maquinaria necesaria para la producción ha sido cotizada a través de una investigación directa en diversos distribuidores locales.

Tabla 42**Equipos y maquinaria**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Máquina recta	2	800	1.600
Máquina de codo	2	1.200	2.400
Máquina desbastadora	1	1.000	1.000
Esmeril	1	100	100
Total	6	3.100	5.100

Fuente: Investigación 2017

b. Herramientas.

Los precios de estos implementos han sido cotizados en ferreterías de la localidad.

Tabla 43**Herramientas**

Herramientas	Cantidad	Valor Unitario	Total
Cuchillas	6	1	6
Desarmadores	4	2	8
Martillo	4	6	24
Plancha Metálica	4	15	60
Tijeras	4	5	20
Ojaladores	5	2	10
Pinzas	3	5	15
Alicates	3	4	12
Total		40	155

Fuente: Investigación directa

c. Muebles y enseres.

Los muebles y enseres detallados a continuación serán utilizados en el área administrativa, los precios no varían a nivel local y nacional.

Tabla 44**Muebles y enseres**

Detalles	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Estación De Trabajo	1	200	200
Silla Móvil	1	70	70
Sillas Forradas	5	15	75
Archivador Aéreo	1	60	60
Total			405

Fuente: Investigación directa

d. Equipo de cómputo.

Los equipos necesarios para el funcionamiento del proyecto son los siguientes:

Tabla 45**Equipo de cómputo**

Detalle	Valor Unitario	Valor Total
Laptop	700	700
Impresora	120	120
Total		820

Fuente: Almacén Point

Tabla 46**Resumen de activos corrientes**

Detalle	Valor
Maquinaria	5.100,00
Herramientas	155,00
Muebles y Enseres	405,00
Equipo De Computo	820,00
Total	6.480,00

Fuente: Investigación, 2017

4.8.6. Inversión diferida

La inversión diferida hace referencia a los gastos de constitución que se incurrirán para el funcionamiento de la microempresa como son:

Tabla 47**Permisos de funcionamiento**

Descripción	Valor
Patente municipal	60
Tramites en el SRI	21
Certificado de artesano calificado (miro)	500
Total de gastos	581

Fuente: Investigación, 2017

4.9. Costos de producción**4.9.1. Materia prima directa**

La materia prima directa que se utiliza en la producción de dichos artículos es especialmente el cuero el cual se contabilizará por pies cuadrados. Estos datos fueron recopilados por medio de una entrevista no estructurada a los artesanos del taller de manufacturas Flores.

Tabla 48**Materia prima directa**

Detalle	Cantidad (Pie²)	Precio Unitario	Total	Unidades	Valor Total
Cuero Chaquetas	40	1,25	50	480,00	24.000,00
Cuero Cinturones	2	1,25	2,5	960,00	2.400,00
Cuero Billeteras	1,5	1,25	1,88	960,00	1.800,00
Cuero Bolsos	10	1,25	12,5	480,00	6.000,00
Cuero Carteras	8	1,25	10	480,00	4.800,00
Total	61,5		76,875	3.360,00	39.000,00

4.9.2. Mano de obra

Para la ejecución del proyecto se cuenta con la colaboración de 4 artesanos los cuales colaboran en el área de producción.

Tabla 49

Valor de mano de obra

Artículos	Valor Mano De Obra
Chaquetas	17
Cinturones	2,5
Billeteras	2,5
Bolsos	4
Carteras	4

Fuente: Investigación directa

Cabe mencionar que el valor de la mano de obra directa para la elaboración de artículos de cuero fue determinado en base a una entrevista no estructurada al propietario de los talleres artesanales de la Ciudad de Cotacachi.

Tabla 50

Proyección de Mano de Obra Directa

Artículos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Chaquetas	494	509	525	540	556
Precio unitario	17,69	18,40	19,15	19,93	20,73
Subtotal	8.745,19	9.372,36	10.044,49	10.764,84	11.536,84
Cinturones	989	1018	1049	1080	1113
Precio unitario	2,60	2,71	2,82	2,93	3,05
Subtotal	2.572,12	2.756,58	2.954,26	3.166,13	3.393,19
Billeteras	989	1018	1049	1080	1113
Precio unitario	2,60	2,71	2,82	2,93	3,05
Subtotal	2.572,12	2.756,58	2.954,26	3.166,13	3.393,19

Bolsos	494	509	525	540	556
Precio unitario	4,16	4,33	4,51	4,69	4,88
Subtotal	2.057,69	2.205,26	2.363,41	2.532,90	2.714,55
Carteras	494	509	525	540	556
Precio unitario	4,16	4,33	4,51	4,69	4,88
Subtotal	2.057,69	2.205,26	2.363,41	2.532,90	2.714,55
Total	18.004,81	19.296,03	20.679,84	22.162,90	23.752,31

Es necesario tomar en cuenta que el costo de mano de obra directa es un costo variable ya que dependerá totalmente de la producción que los artesanos fabriquen, por esta razón se hará contratos por obra.

4.10. Costos indirectos de fabricación

Dentro de los costos indirectos de fabricación se tomará en cuenta la materia prima indirecta, servicios básicos y el mantenimiento de maquinaria.

Tabla 51

Materia prima directa

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cemento	42	43	45	47	49
Precio	3,12	3,25	3,38	3,52	3,66
Subtotal	129,85	140,52	152,06	164,54	178,06
Solución	42	43	45	47	49
Precio	3,12	3,25	3,38	3,52	3,66
Subtotal	129,85	140,52	152,06	164,54	178,06
Cierres	4324	4497	4677	4864	5059
Precio	0,18	0,18	0,19	0,20	0,21
Subtotal	764,91	827,72	895,69	969,25	1048,84
Tela	3326	3459	3597	3741	3891
Precio	0,78	0,81	0,84	0,88	0,91
Subtotal	2595,46	2808,60	3039,25	3288,83	3558,91
Esponja	629	654	681	708	736

Precio	0,83	0,87	0,90	0,94	0,98
Subtotal	523,75	566,76	613,30	663,66	718,16
Llaves	12468	12966	13485	14024	14585
Precio	0,05	0,05	0,06	0,06	0,06
Subtotal	648,62	701,89	759,53	821,90	889,39
Hebillas	4992	5192	5399	5615	5840
Precio	0,08	0,09	0,09	0,09	0,10
Subtotal	415,53	449,66	486,58	526,54	569,78
Argollas	4992	5142	5296	5455	5619
Precio	0,08	0,09	0,09	0,09	0,10
Subtotal	415,53	445,33	477,27	511,50	548,18
Imanes	4655	4841	5035	5236	5446
Precio	0,16	0,16	0,17	0,18	0,18
Subtotal	726,54	786,20	850,76	920,63	996,23
Remaches	998	1038	1080	1123	1168
Precio	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Subtotal	10,39	11,24	12,16	13,16	14,24
Cartón	5	5	6	6	6
Precio	0,88	0,92	0,96	1,00	1,04
Subtotal	4,60	4,98	5,39	5,83	6,31
Hilos	5	5	6	6	6
Precio	2,08	2,17	2,25	2,34	2,44
Subtotal	10,82	11,71	12,67	13,71	14,84
Embalaje	2	2	2	2	2
Precio	3,12	3,25	3,38	3,52	3,66
Subtotal	6,49	7,03	7,60	8,23	8,90
Total	6382,35	6902,15	7464,32	8072,32	8729,90

4.11. Servicios básicos área de producción.

La empresa cuenta con servicios básicos como: energía eléctrica para el funcionamiento de las máquinas de confección, agua potable para la limpieza y aseo del área. Es por ello que se incluye un porcentaje al costo de producción

Tabla 52**Servicios básicos**

Detalle	Unidad	Cantidad			Costo		
		total utilizada	unitario	%	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Energía							
eléctrica	kW/h	334	0,12	80%	267,2	32,06	384,77
Agua							
potable	m3	20	0,48	60%	12	5,76	69,12
Total						37,82	453,89

Tabla 53**Mantenimiento maquinaria**

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Máquina recta		5
Máquina de codo		3
Desbastadora		2
Total		10

4.12. Gastos en ventas y publicidad

En cuanto a los gastos que se incurrirá para las actividades de publicidad para dar a conocer la microempresa se realizará tarjetas de presentación y folletos.

Tabla 54**Gastos de Venta y Publicidad**

Detalle	Mensual	Anual
Tarjetas De Presentación		3
Folletos		25
Total		28

4.13. Gastos administrativos

- **Sueldos del área administrativa**

Para el correcto funcionamiento de la microempresa será necesario contar con un Gerente, el cual estará encargado de controlar y dirigir las actividades de la empresa.

Tabla 55

Sueldo Área administrativa

ÁREA	CARGO	NÚM TRABAJADORES	DE VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Administrativa	Gerente	1	800	12.252,4

Tabla 56**Remuneración Gerente General**

Año	Área	Cargo	Cantidad	Sueldo	13 sueldo	14 sueldo	Vacaciones	Fondos de reserva	aporte IESS	Total mensual	Total anual
1	Administrativa	Gerente	1	800	66,67	32,17	25		97,20	1.021,04	12.252,4
2				832,40	69,37	32,61	25,28	69,34	101,14	1.060,79	12.729,5
3				866,11	72,18	33,06	25,85	72,15	105,23	1.102,43	13.229,2
4				901,19	75,10	33,52	26,73	75,07	109,49	1.146,03	13.752,4
5				937,69	78,14	33,98	27,95	78,11	113,93	1.191,69	14.300,2
Total				975,66	81,31	34,45	27,95	79,19	118,54	1.237,91	14.854,9

- **Servicios básicos del área administrativa**

Se realizó los respectivos cálculos que corresponden en la utilización del área administrativa

Tabla 57

Servicios básicos área administrativa

Detalle	Unidad	Cantidad total utilizada	Costo unitario	Uso de área operativa	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Energía eléctrica	kW/h	334	0,12	20	66,8	8,02	96,19
Agua potable	m3	20	0,48	40	8	3,84	46,08
Internet	Megas	1	18	100	1	18,00	216,00
Teléfono	Minutos	1	25	100	1	25,00	300,00
Total						54,86	658,27

Fuente: investigación directa 2017

- **Suministros de oficina**

Son insumos necesarios para que el área administrativa desempeñe sus funciones adecuadamente.

Tabla 58

Suministros de oficina

Detalles	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Hojas de papel bon	2 resmas	6,5	13
Grapadora	1 unidad	3	3
Perforadora	1 unidad	2	2
Esferos	1 unidad	2	2
Clips	1 caja	1	1
Grapas	1 caja	0,5	0,5
Agenda	1 unidad	5	5
Folder	2 unidades	3	6
Total		23	32,5

Fuente: Investigación directa

- **Suministros de aseo**

Son materiales necesarios para la limpieza de las diferentes estaciones de trabajo dentro del área administrativa y mantener un ambiente de trabajo agradable.

Tabla 59

Suministros de aseo

Detalles	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Desinfectante	1 galón	1,5	2,5
Escobas	2 unidades	2	4
Trapeadores	1 unidad	2	3
Recogedor	2 unidades	2	4
Basureros	2 unidades	3	5
Total			18,5

Fuente: investigación directa

4.14. Cálculo de capital de trabajo

El capital de trabajo es una inversión a corto plazo, estos recursos son necesarios para poder operar adecuadamente.

Tabla 60

Cálculo de capital de trabajo

Capital De Trabajo	Anual	Trimestral
Mod	16.800,00	4.200,00
Materia Prima	39.000,00	9.750,00
Cif	6.471,90	1.617,97
Subtotal	62.271,90	15.567,97
Gastos		
Gastos De Venta	336,00	84,00
Gatos Administrativos		
Sueldo	12.252,44	3.063,11
Servicios Básicos	658,27	164,57
Suministros De Oficina	390,00	97,50
Útiles De Aseo	48,00	12,00
Sub total	13.348,71	3.337,18
Total	75.620,61	18.905,15

Inversión total

La inversión total del proyecto asciende a 25.966,15 el cual estará conformado por el 73% de capital propio y el 28% se financiará por medio de un crédito en la entidad financiera BanEcuador.

Tabla 61

Total inversión

Inversión	Monto
Activos fijos	6480
Activo diferido	581
Capital de trabajo	18905,15
Total	25966,15

4.15. Financiamiento del proyecto

En proyecto será financiado a través de fuentes internas y externas de la siguiente manera: el 73% se financiará con capital propio, mientras que su diferencia se la obtendrá a través de un crédito bancario obtenido por medio de BanEcuador a través de sus créditos para Pymes cuyos prestamos presentan una cantidad de interés más bajas con el 9.76% anual, colocada ya sea para 3 o 5 años según el tamaño y magnitud del proyecto.

Financiamiento

CONCLUSIÓN

El análisis del presente capítulo permitió determinar la localización más específica para el proyecto, así como también los procesos de elaboración de dichos productos y la determinación de los activos fijos que se utilizaran en el transcurso del proyecto, el requerimiento de materia prima y mano de obra, las herramientas necesarias para ejecutar dicho proyecto.

Por medio del cual se pudo establecer la inversión que será de 25.966,15 la cual será financiada de la siguiente manera 73% de capital propio y 27% de entidades financieras.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero, se organizó la información económica que arrojaron los estudios. Partiendo de estos datos, se elaboraron los análisis que permitieron evaluar el proyecto, determinar un monto total de inversión y posibilidades de financiamiento con la institución financiera BanEcuador con el fin de determinar la factibilidad de este.

A su vez, esta información ayudó a definir el tiempo en el que se recuperará la inversión inicial y como serán los flujos de caja durante los siguientes periodos.

5.1. Objetivo general

Realizar un estudio económico financiero para determinar la factibilidad del proyecto por medio de indicadores financieros.

5.2. Presupuesto de ingresos

Los ingresos se han establecido tomando como referencia la capacidad de producción de la mano de obra anual por el precio. Cabe recalcar que la microempresa produce diferentes artículos de cuero.

Tabla 62**Presupuesto de Ingresos**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Chaquetas	494	509	525	540	556
Precio	96,70	100,62	104,69	108,93	113,34
Subtotal	47.808,70	51.237,30	54.911,78	58.849,78	63.070,19
Cinturones	989	1018	1049	1080	1113
Precio	10,85	10,85	10,86	10,86	10,87
Subtotal	10.726,15	11.052,41	11.388,59	11.735,00	12.091,95
Billeteras	989	1018	1049	1080	1113
Precio	10,07	10,07	10,07	10,08	10,08
Subtotal	9.953,34	10.256,09	10.568,05	10.889,50	11.220,73
Bolsos	494	509	525	540	556
Precio	31,02	32,28	33,58	34,94	36,36
Subtotal	15.335,73	16.435,53	17.614,21	18.877,41	20.231,21
Carteras	494	509	525	540	556
Precio	27,77	28,89	30,06	31,28	32,55
Subtotal	13.728,16	14.712,68	15.767,79	16.898,58	18.110,46
Total	97.552,08	103.694,01	110.250,43	117.250,28	124.724,54

5.3. Determinación del precio de venta

Para determinar el precio de venta de los artículos de cuero se toma en cuenta todos los costos y gastos a los cuales se incurrió en el año, el margen de utilidad del precio de venta será de un 30% margen aceptable de ganancia.

Tabla 63**Precio de venta Chaquetas**

Costo de producción	Valor
Materia prima	24.000
Mano de obra	8.160
Cif	1.294,38
Total, de costo	33.454,38
Gastos operativos	
Gastos administrativos	1.802,25
Gastos financieros	113,02
Gasto de venta	67,20
Depreciación y amortización	250,76
Total, de gastos operativos	2.233,24
Total, de costos de operación	35.687,62
Unidades producidas	480
Costo de venta unitario	74,35
Margen de utilidad	25%
Precio de venta unitario	92,94

Tabla 64**Precio de venta de artículos**

Detalle	Precio de venta
Chaquetas	92,94
Cinturón	10,84
Billetera	10,06
Cartera	29,81
Bolsos	26,69

5.4. Presupuesto de egresos

Para la constitución de la empresa es necesario incurrir a un conjunto de egresos que permite el funcionamiento del proyecto como materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, estos serán proyectados para 5 años

5.4.1. Materia prima directa.

Para determinar la adquisición de los diferentes materiales que incurren en la producción de los diferentes artículos de cuero, para los siguientes años se toma en cuenta el 3% de crecimiento anual, mientras que el precio se proyecta con la tasa de inflación del 4,05% proyectada acumulada para el 2017.

Tabla 65

Proyección de materia prima

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuero chaquetas	494	509	525	540	556
Precio	52,03	54,13	56,32	58,61	60,98
Subtotal	25721,16	27565,75	29542,63	31661,28	33931,87
Cuero cinturones	989	1018	1049	1080	1113
Precio	2,60	2,71	2,82	2,93	3,05
Subtotal	2572,12	2756,58	2954,26	3166,13	3393,19
Cuero billeteras	989	1018	1049	1080	1113
Precio	1,95	2,03	2,11	2,20	2,29
Subtotal	1929,09	2067,43	2215,70	2374,60	2544,89
Cuero bolsos	494	509	525	540	556
Precio	13,01	13,53	14,08	14,65	15,24
Subtotal	6430,3	6891,4	7385,7	7915,3	8483,0
Cuero carteras	494	509	525	540	556
Precio	10,4	10,8	11,3	11,7	12,2
Subtotal	5144,23	5513,15	5908,53	6332,26	6786,37
Total	41796,89	44794,35	48006,78	51449,58	55139,29

5.4.2. Mano de obra.

Se realizó la proyección de sueldos de los trabajadores q laboran en la empresa para 5 años con la respectiva tasa de inflación del 4,05% acumulada obtenida por el banco Central del Ecuador

Tabla 66**Proyecciones de sueldos y salarios**

Artículos	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	
Chaquetas		494	509	525	540	556
Precio unitario		17,69	18,40	19,15	19,93	20,73
Subtotal		8.745,19	9.372,36	10.044,49	10.764,84	11.536,84
Cinturones		989	1018	1049	1080	1113
Precio unitario		2,60	2,71	2,82	2,93	3,05
Subtotal		2.572,12	2.756,58	2.954,26	3.166,13	3.393,19
Billeteras		989	1018	1049	1080	1113
Precio unitario		2,60	2,71	2,82	2,93	3,05
Subtotal		2.572,12	2.756,58	2.954,26	3.166,13	3.393,19
Bolsos		494	509	525	540	556
Precio unitario		4,16	4,33	4,51	4,69	4,88
Subtotal		2.057,69	2.205,26	2.363,41	2.532,90	2.714,55
Carteras		494	509	525	540	556
Precio unitario		4,16	4,33	4,51	4,69	4,88
Subtotal		2.057,69	2.205,26	2.363,41	2.532,90	2.714,55
Total		18.004,81	19.296,03	20.679,84	22.162,90	23.752,31

5.4.3. Costos indirectos de fabricación.

La empresa proyectó los costos indirectos de fabricación los cuales están compuestos por materia prima indirecta, materiales, servicios básicos esto se lo realizó de acuerdo al consumo y se basa en el 3% del crecimiento anual mientras que para el precio se toma la tasa de inflación del 4,05% acumulada.

Tabla 67

Proyección Materiales indirectos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cemento	41,60	43,26	44,99	46,79	48,67
Precio	3,12	3,25	3,38	3,52	3,66
Subtotal	129,85	140,52	152,06	164,54	178,06
Solución	41,60	43,26	44,99	46,79	48,67
Precio	3,12	3,25	3,38	3,52	3,66
Subtotal	129,85	140,52	152,06	164,54	178,06
Cierres	4.324,32	4.497,29	4.677,18	4.864,27	5.058,84
Precio	0,18	0,18	0,19	0,20	0,21
Subtotal	764,91	827,72	895,69	969,25	1.048,84
Tela	3.325,92	3.458,96	3.597,32	3.741,21	3.890,86
Precio	0,78	0,81	0,84	0,88	0,91
Subtotal	2.595,46	2.808,60	3.039,25	3.288,83	3.558,91
Esponja	629,20	654,37	680,54	707,76	736,08
Precio	0,83	0,87	0,90	0,94	0,98
Subtotal	523,75	566,76	613,30	663,66	718,16
Llaves	12.467,52	12.966,22	13.484,87	14.024,26	14.585,23
Precio	0,05	0,05	0,06	0,06	0,06
Subtotal	648,62	701,89	759,53	821,90	889,39
Hebillas	4.992,00	5.191,68	5.399,35	5.615,32	5.839,93
Precio	0,08	0,09	0,09	0,09	0,10
Subtotal	415,53	449,66	486,58	526,54	569,78
Argollas	4.992,00	5.141,76	5.296,01	5.454,89	5.618,54

Precio	0,08	0,09	0,09	0,09	0,10
Subtotal	415,53	445,33	477,27	511,50	548,18
Imanes	4.655,04	4.841,24	5.034,89	5.236,29	5.445,74
Precio	0,16	0,16	0,17	0,18	0,18
Subtotal	726,54	786,20	850,76	920,63	996,23
Remaches	998,40	1.038,34	1.079,87	1.123,06	1.167,99
Precio	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Subtotal	10,39	11,24	12,16	13,16	14,24
Cartón	5,20	5,41	5,62	5,85	6,08
Precio	0,88	0,92	0,96	1,00	1,04
Subtotal	4,60	4,98	5,39	5,83	6,31
Hilos	5,20	5,41	5,62	5,85	6,08
Precio	2,08	2,17	2,25	2,34	2,44
Subtotal	10,82	11,71	12,67	13,71	14,84
Embalaje	2,08	2,16	2,25	2,34	2,43
Precio	3,12	3,25	3,38	3,52	3,66
Subtotal	6,49	7,03	7,60	8,23	8,90
Total	6.382,35	6.902,15	7.464,32	8.072,32	8.729,90

Servicios básicos

La empresa proyecta su consumo en fusión a la parte proporcional que le corresponde al área de producción y está basada en el 3% de crecimiento anual mientras que para el precio se tomó la tasa de inflación anual.

Tabla 68**Proyección de servicios básicos**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléctrica					
80%	3.335	3.468	3.607	3.751	3901
Valor	0,12	0,13	0,14	0,14	0,15
Sub total	416,37	450,56	487,56	527,59	570,92
Agua potable 60%	150	156	162	168	175
Valor	0,50	0,52	0,54	0,56	0,59
Sub total	74,8	80,9	87,6	94,8	102,6
Total	491,16	531,50	575,14	622,37	673,48

5.4.4. Otros CIF

Los otros CIF corresponden a la proyección realizada de los gastos varios que se incurren en el mantenimiento de maquinaria que son necesarias para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 69**Proyección de mantenimiento de maquinaria**

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Máquina recta	60	62,43	64,96	67,59	70,33	73,17
Máquina de						
codo	36	37,46	38,98	40,55	42,20	43,90
Desbastadora	24	24,97	25,98	27,04	28,13	29,27
Total	120,0	124,9	129,9	135,2	140,7	146,3

5.5. Gastos administrativos**5.5.1. Mano de obra administrativa**

Se realizó la proyección del sueldo para 5 años al gerente de la empresa tomando en cuenta los beneficios de ley para el trabajador.

Tabla 70**Proyección de sueldos y salarios del Gerente**

Año	Área	Cargo	Cantidad	Sueldo	13 sueldo	14 sueldo	Vacaciones	Fondos de reserva	aporte IESS	Total mensual	Total anual
1	Administrativa	Gerente	1	800	66,67	32,17	25		97,20	1.021,04	12.252,4
2				832,40	69,37	32,61	25,28	69,34	101,14	1.060,79	12.729,5
3				866,11	72,18	33,06	25,85	72,15	105,23	1.102,43	13.229,2
4				901,19	75,10	33,52	26,73	75,07	109,49	1.146,03	13.752,4
5				937,69	78,14	33,98	27,95	78,11	113,93	1.191,69	14.300,2
Total				975,66	81,31	34,45	27,95	79,19	118,54	1.237,91	14.854,9

5.5.2. Costos indirectos en el área administrativa.

Se proyectaron el consumo de servicios básicos del área administrativa, en base del 5% de crecimientos y con una tasa de 4,05% acumulada de inflación en el precio.

Tabla 71

De proyecciones de CIF administrativo

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléctrica					
20%	834	867	902	938	975
Valor	0,12	0,13	0,14	0,14	0,15
Sub total	104,1	112,6	121,9	131,9	142,7
Agua potable 40%	100	104	108	112	117
Valor	0,50	0,52	0,54	0,56	0,59
Sub total	49,86	53,96	58,39	63,19	68,37
Internet					
Sub total	224,75	233,85	243,32	253,18	263,43
Teléfono					
Sub total	312,2	324,8	337,9	351,6	365,9
Total	690,9	725,2	761,5	799,9	840,4

Tabla 72

Suministros de oficina

Detalle	Año1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Hojas de papel bond	24	24	24	24	24
Precio	6,76	7,04	7,32	7,62	7,93
Subtotal	162,32	168,89	175,73	182,85	190,25
Grapadora	12	12	12	12	12
Precio	3,12	3,25	3,38	3,52	3,66
Subtotal	37,46	38,98	40,55	42,20	43,90
Esferos	12	12	12	12	12

Precio	2,08	2,17	2,25	2,34	2,44
Subtotal	24,97	25,98	27,04	28,13	29,27
Clips	12	12	12	12	12
Precio	1,04	1,08	1,13	1,17	1,22
Subtotal	12,49	12,99	13,52	14,07	14,63
Grapas	12	12	12	12	12
Precio	0,52	0,54	0,56	0,59	0,61
Subtotal	6,24	6,50	6,76	7,03	7,32
Agendas	12	12	12	12	12
Precio	5,20	5,41	5,63	5,86	6,10
Subtotal	62,43	64,96	67,59	70,33	73,17
Folder	24	24	24	24	24
Precio	3,14	3,28	3,42	3,58	3,74
Subtotal	75,24	78,63	82,16	85,86	89,73
Perforadora	12	12	12	12	12
Precio	2,08	2,17	2,25	2,34	2,44
Subtotal	24,97	25,98	27,04	28,13	29,27
Total	406,12	422,91	440,39	458,59	477,55

Tabla 73
Útiles de aseo

Detalla	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Desinfectante	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Precio	2,08	2,17	2,34	2,44	2,54
Subtotal	8,32	8,66	9,38	9,76	10,15
Escobas	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Precio	2,08	2,17	2,34	2,44	2,54
Subtotal	10,41	10,83	11,72	12,20	12,69
Trapeador	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Precio	2,08	2,17	2,34	2,44	2,54
Subtotal	8,32	8,66	9,38	9,76	10,15
Recogedor	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Precio	2,08	2,17	2,34	2,44	2,54
Subtotal	4,16	4,33	4,69	4,88	5,08
Basurero	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Precio	3,12	3,25	3,52	3,66	3,81
Subtotal	18,73	19,49	21,10	21,95	22,84
Total	49,94	51,97	56,26	58,54	60,91

5.5.3. Gastos depreciación y amortización

Se realizó la depreciación de activos fijos y la amortización de activos diferidos en base a los porcentajes establecidos en el reglamento para la aplicación de la ley de régimen tributario interno.

Tabla 74**Depreciación de Área Administrativa**

Activo	Valor	Años			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Deprec.	Valor
		Deprec.	% deprec.	Acum						libros	
Muebles y enseres	405	10	10	40,5	40,5	40,5	40,5	40,5	202,5	202,5	
Equipo de computo	820	3	33,33	273,31	273,31	273,31			819,92	0	
Tota de salvamento	1225			313,806	313,806	313,806	40,5	40,5	1022,418	202,5	

Tabla 75**Depreciación Área Operativa**

Activo	Valor	Años			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Deprec.	Valor
		Deprec.	% deprec.	Acum						libros	
Máquina recta	1600	20	10	160	160	160	160	160	800	800	
Máquina de codo	2400	20	10	240	240	240	240	240	1200	1200	
Maquina desbastadora	1000	20	10	100	100	100	100	100	500	500	
Esmeril	100	20	10	10	10	10	10	10	50	50	
Total	5100			510	510	510	510	510	2550	2550	

Tabla 76**Amortización Activos Diferidos**

Activo diferido	Valor	Años		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Deprec.	Valor
		deprec.	% deprec.						Acum	libros
Gastos de										
constitución	581		5 20	116,2	116,2	116,2	116,2	116,2	581	0
Total				116,2	116,2	116,2	116,2	116,2	581	0

5.5.4. Gastos financieros

5.6. Pago de interés y capital

El crédito adquirido tiene un plazo de 3 años por lo cual se calcula el gasto incurrido dentro de un año el mismo que ha generado interese sobre el capital inicial.

Tabla 77

Amortización de la deuda

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Valor a Pagar
1	\$ 7,000.00	\$ 169.20	\$ 54.53	\$ 225.57
2	\$ 6,830.80	\$ 170.52	\$ 53.22	\$ 225.53
3	\$ 6,660.28	\$ 171.85	\$ 51.89	\$ 225.48
4	\$ 6,488.43	\$ 173.19	\$ 50.55	\$ 225.44
5	\$ 6,315.24	\$ 174.54	\$ 49.20	\$ 225.39
6	\$ 6,140.71	\$ 175.90	\$ 47.84	\$ 225.35
7	\$ 5,964.81	\$ 177.27	\$ 46.47	\$ 225.30
8	\$ 5,787.55	\$ 178.65	\$ 45.09	\$ 225.25
9	\$ 5,608.90	\$ 180.04	\$ 43.70	\$ 225.21
10	\$ 5,428.86	\$ 181.44	\$ 42.29	\$ 225.16
11	\$ 5,247.42	\$ 182.86	\$ 40.88	\$ 225.11
12	\$ 5,064.56	\$ 184.28	\$ 39.46	\$ 225.06
			565,12	
13	\$ 4,880.28	\$ 185.72	\$ 38.02	\$ 225.02
14	\$ 4,694.57	\$ 187.16	\$ 36.57	\$ 224.97
15	\$ 4,507.40	\$ 188.62	\$ 35.12	\$ 224.92
16	\$ 4,318.78	\$ 190.09	\$ 33.65	\$ 224.87
17	\$ 4,128.69	\$ 191.57	\$ 32.17	\$ 224.82
18	\$ 3,937.12	\$ 193.06	\$ 30.67	\$ 224.77
19	\$ 3,744.06	\$ 194.57	\$ 29.17	\$ 224.72
20	\$ 3,549.49	\$ 196.08	\$ 27.65	\$ 224.67
21	\$ 3,353.41	\$ 197.61	\$ 26.13	\$ 224.61
22	\$ 3,155.80	\$ 199.15	\$ 24.59	\$ 224.56

23	\$ 2,956.65	\$ 200.70	\$ 23.03	\$ 224.51
24	\$ 2,755.94	\$ 202.27	\$ 21.47	\$ 224.46
			358,24	
25	\$ 2,553.68	\$ 203.84	\$ 19.89	\$ 224.41
26	\$ 2,349.84	\$ 205.43	\$ 18.31	\$ 224.35
27	\$ 2,144.41	\$ 207.03	\$ 16.71	\$ 224.30
28	\$ 1,937.38	\$ 208.64	\$ 15.09	\$ 224.24
29	\$ 1,728.74	\$ 210.27	\$ 13.47	\$ 224.19
30	\$ 1,518.47	\$ 211.91	\$ 11.83	\$ 224.13
31	\$ 1,306.56	\$ 213.56	\$ 10.18	\$ 224.08
32	\$ 1,093.00	\$ 215.22	\$ 8.52	\$ 224.02
33	\$ 877.78	\$ 216.90	\$ 6.84	\$ 223.97
34	\$ 660.88	\$ 218.59	\$ 5.15	\$ 223.91
35	\$ 442.30	\$ 220.29	\$ 3.45	\$ 223.85
36	\$ 222.01	\$ 222.01	\$ 1.73	\$ 223.79
			131,17	

Fuente: BanEcuador

5.7. Estados financieros

5.7.1. Estado de situación inicial

Tabla 78

Estado de situación inicial

“COTACUERO”			
ESTADOS DE SITUACIÓN INICIAL			
AL AÑO 0			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos corrientes		PASIVOS CORRIENTES	
Caja	18905,15	Préstamo	7000
TOTAL ACTIVO CORR	18905,15	TOTAL DE PASIVO CORRITE	7000
 ACTIVOS FIJOS		 TOTAL DE PASIVOS	
Maquinaria y Equipos	5100		7000
Muebles y Enseres	405		
Equipo de Computo	820		
Herramientas	155	PATRIMONIO	
		INVERCIN PROPIA	18966,15
Total de activos fijos	6480	TOTAL, PATRIMONIO	18966,15
 ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de Constitución	581		
Total, de otros activos	581		
		TOTAL, PASIVO	25966,15
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	25966,15	PATRIMONIO	

5.7.2. Estado de resultados

“COTACUERO”
ESTADOS DE RESULTADOS

Tabla 79
Estado de resultados

Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	97.552,08	103.694,01	110.250,43	117.250,28	124.724,54
(-)costo de producción	66.800,07	71.653,94	76.861,26	82.447,83	88.441,33
(=) utilidad bruta en ventas	30.752,01	32.040,07	33.389,17	34.802,45	36.283,21
Gastos					
(-)gastos de ventas	349,61	363,77	378,50	393,83	409,78
(-) gasto administrativo	13.876,44	14.429,29	15.010,56	15.617,27	16.233,80
(-)gastos de amortización	116,20	116,20	116,20	116,20	116,20
(-) gasto depreciación	823,81	823,81	823,81	550,50	550,50
(-) gasto financiero	565,12	358,24	131,17		
(=) utilidad operacional	15.020,83	15.948,77	16.928,94	18.124,65	18.972,93
(-)15% participación trabajadores	2253,13	2.392,32	2.539,34	2.718,70	2.845,94
(=)utilidad neta	12.767,71	13.556,46	14.389,60	15.405,96	16.126,99

5.7.3. Flujo de caja

Tabla 80

Flujo de caja

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial					
Ingresos					
(=) utilidad operacional	15020,83	15948,77	16928,94	18124,65	18972,93
(+) depreciaciones	1253,81	1253,81	1253,81	707,20	707,20
(=) total de ingresos	16274,65	17202,58	18182,75	18831,85	19680,13
Egresos					
(-)partic. Trabajadores	2253,13	2392,32	2539,34	2718,70	2845,94
(-) reinversión					
(=) total egresos	2253,13	2392,32	2539,34	2718,70	2845,94
Flujo de caja neto	14021,52	14810,27	15643,41	16113,16	16834,19

5.8. Evaluación financiera

Se realizó la evaluación financiera con el objetivo de establecer la rentabilidad y rendimiento que genera la inversión del proyecto y conocer el nivel de aceptación de realizarlo.

5.8.1. Costo de oportunidad y tasa de rendimiento media

El costo de oportunidad o de capital es la tasa q se utiliza para determinar el valor actual de los flujos futuros que se genera en un proyecto y establece si la inversión tendrá beneficios.

La tasa de rendimiento media es el costo de oportunidad calculada con la tasa de inflación actual del año esta determina el rendimiento mínimo del proyecto

Tabla 81**Costo de oportunidad**

Recursos	Valor	TMAR	Ponderación
Propios	18966,15	73%	8,00%
Bancos	7000	27%	2,63%
	25966,15	100%	10,63%
Costo capital			10,63%

Fórmula de cálculo del (TRM)

$$\text{Formula } TRM = ((1 + CK)(1 + IF)) - 1$$

$$TRM = ((1 + 4,05\%)(1 + 4,05\%)) - 1$$

$$TMAR = 10,63$$

5.8.2. Valor actual neto (VAN)

Este indicador financiero permite evaluar la rentabilidad del proyecto que genera la inversión en valores absolutos o a tiempo real, para ello se utiliza el TMAR del proyecto como factor de actualización.

Fórmula

$$VAN = \sum \text{FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS} - \text{INVERCION}$$

$$\text{Flujos netos actualizados} + \frac{FNE}{(1+I)^1} + \frac{FNE}{(1+I)^2} + \frac{FNE}{(1+I)^3} + \frac{FNE}{(1+I)^4} + \frac{FNE}{(1+I)^5}$$

Tabla 82**Cálculo del valor actual neto**

AÑO	FLUJO	FACTOR	Flujos actualizados
	EFFECTIVO	DE ACTUALIZACIÓN	
1	14021,52	0,904	12674,25
2	14810,27	0,817	12100,88
3	15643,41	0,739	11553,48
4	16113,16	0,668	10756,95
5	16834,19	0,603	10158,45
Valor Presente			57244,01
(-) Inversión Inicial			25966,15
VPN			31277,86

Se obtuvo en VAN positivo de 31277,86 USD., valor superior a cero lo que se considera una opción viable para el inversionista ya que se obtiene ganancias después de descontar la inversión inicial.

5.8.3. Tasa interna de retorno

Es la tasa que mide la rentabilidad del proyecto durante su vida útil, la cual debe ser mayor que la tasa de rendimiento medio para que sea aceptable. Se procede a calcular el TIR para conocer cuál es la tasa máxima que ofrece el proyecto. Para el cálculo de la TIR se emplea la siguiente fórmula.

$$TIR = -INVERCION INICIAL + \sum FLUJO DE EFECTIVO / (1 + I)^n$$

Tabla 83**Tasa interna de retorno**

Inversión inicial		-25966,15
	Año 1	12674,25
	Año 2	12100,88
Flujo de efectivos	Año 3	11553,48
	Año 4	10756,95
	Año 5	10158,45
Tasa interna de retorno		36%

Como se puede evidenciar en la tabla el proyecto es aconsejable debido a que se obtuvo un TIR de 36% valor superior al costo de capital proyectado de 10,63%

5.8.4. Relación costo beneficio

El indicador costo beneficio nos permite hacer una comparación directa de los costos incurridos en el funcionamiento de la empresa y la inversión realizada, con la finalidad de medir el nivel de beneficio del proyecto.

$$\text{COSTO/VENEFICIO} = \frac{\text{VALOR PRECENDE}}{\text{INVERCION INICIAL}}$$

$$\frac{31277,86}{25.966,15} = 1,21$$

Después de determinar el valor del costo-beneficio se puede evidenciar que el negocio es rentable ya que por cada dólar invertido la empresa logra recuperarlo y además se genera una ganancia adicional de 0,21 ctv.

5.8.5. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Este indicador nos permite determinar el tiempo en el que la empresa recupera la inversión inicial, su cálculo se lo realiza en base a los ingresos de efectivo.

Tabla 84**Periodo de recuperación de la inversión**

Años	Flujo De Efectivo	Flujo Actualizado	Flujo Acumulado
Año 1	14.021,52	12.674,25	12.674,25
Año 2	14.810,27	12.100,88	24.775,13
Año 3	15.643,41	11.553,48	36.328,61
Año 4	16.113,16	10.756,95	47.085,55
Año 5	16.834,19	10.158,45	57.244,01

Fórmula de cálculo

Inversión inicial- flujo acumulado		1191,02
		Meses
Flujo actualizado	11553,48	12
Inv, inc.- fluj acumulad	1191,02	X

$$X = 1\text{MES}$$

Luego de haber realizado los cálculos pertinentes se obtuvo que la inversión inicial se recuperara en un periodo de dos años y un mes.

5.9. Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio de debe determinar el valor total de las ventas de cada artículo y el análisis de los costos fijos y costos variables, para determinar la cantidad de productos se debe producir y comercializar para que los ingresos y los costos tengan una igualdad.

Tabla 85**Determinación de costos Fijos y Variables**

Detalle	Chaquetas	Cinturones	Billeteras	Bolsos	Carteras
Costos fijos					
Gasto de ventas	67,20	67,20	67,20	67,20	67,20
Gasto administrativo	1.802,25	1.802,25	1.802,25	1.802,25	1.802,25
Gasto financiero	113,02	113,02	113,02	113,02	113,02
Amortización	250,76	250,76	250,76	250,76	250,76
Total de costos fijos	2.233,24	2.233,24	2.233,24	2.233,24	2.233,24
Costos variables					
Costos de producción	33.454,38	6.094,38	5.494,38	9.214,38	8.014,38
Total costo variable	33.454,38	6.094,38	5.494,38	9.214,38	8.014,38
CF + CV	35.687,62	8.327,62	7.727,62	11.447,62	10.247,62

Para determinar el punto de equilibrio la empresa empleo dos fórmulas:

La primera permite determinar el número de productos que la empresa deberá producir para alcanzar un equilibrio. A continuación, se muestra la fórmula

$$P. E. UNID = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$P.E.UN = \frac{2.233,24}{92,94 - 69,70} = 96$$

La segunda fórmula nos ayuda a calcular la cantidad en dólares que la empresa debe percibir para mantener un equilibrio, para ello se emplea la siguiente fórmula.

$$P. E. UNID = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

Tabla 86

Punto de equilibrio

Detalle	Chaquetas	Cinturones	Billeteras	Bolsos	Carteras
Costo fijo total	2.233,24	2.233,24	2.233,24	2.233,24	2.233,24
Costo variable total	33.454,38	6.094,38	5.494,38	9.214,38	8.014,38
Ingresos	44.609,53	10.409,53	9.659,53	14.309,53	12.809,53
Cantidad	480	960	960	480	480
Costo variable unitario	69,70	6,35	5,72	19,20	16,70
Precio de venta	92,94	10,84	10,06	29,81	26,69
Punto de equilibrio cantidad	96	497	515	210	224
Punto de equilibrio usd	8.930,75	5.387,30	5.179,18	6.271,97	5.965,77

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Objetivos

6.1.1. Objetivo General

- Crear una estructura organizativa del proyecto para la administración eficiente de los recursos humanos materiales y financieros.

6.1.2. Específicos

- Analizar la razón de ser del proyecto, para conocer qué tipo de actividad económica realiza.
- Establecer misión, visión, valores, principios y políticas organizacionales.
- Diseñar el logotipo que identifique la marca y el producto a comercializar.
- Determinar la estructura organizacional del local con sus funciones principales.
- Identificar los aspectos legales que rigen el establecimiento.

6.2. Tipo de microempresa

La microempresa se constituirá como sociedad civil ya que se contará con el aporte de dos socios quienes contribuirán con una cierta cantidad del capital.

La sociedad civil es un contrato que se lleva a cabo entre dos o más personas las cuales se obligan a contribuir a la empresa con algo en común. Este tipo de sociedad se encuentra bajo jurisdicción civil y de rige al código civil según los artículos 1665 y 1708.

En la administración de este tipo de empresa se encargan los propios socios en donde se puede estipular en el contrato la forma de administración la cual puede ser administración

única, mancomunada y solidaria, para esta microempresa se ha llegado al acuerdo de optar por una administración única.

6.3. Conformación de la microempresa

Los principales requisitos para la conformación de la microempresa se detallan a continuación:

Registro único de contribuyente (RUC)

Patente municipal

Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

6.3.1. Requisitos para obtener el RUC

- Cédula del representante legal.
- Copia del certificado de votación.
- Factura del pago de un servicio básico.
- Calificación artesanal.

6.3.2. Requisitos para obtener la patente municipal

Este permiso se obtiene en el Municipio del Cantón Cotacachi si cuenta con el título de artesano calificado no tendrá que cancelar ningún valor, de lo contrario deberá pagar el valor de acuerdo al capital de la microempresa. Los requisitos para hacer este trámite son:

- Registro del SRI
- Cédula y papel de votación
- Título de artesano calificado
- Declaración juramentada del capital de la microempresa

6.3.3. Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

- Solicitud de inspección
- Copia del RUC
- Copia del permiso anterior si se lo tiene

6.4. Razón Social

El nombre propuesto para el emprendimiento fue analizado bajo ciertos factores como la relación Directa que tiene la Ciudad con el producto, el nombre es novedoso que se relaciona con la actividad que realiza la microempresa.

La empresa productora y comercializadora de artículos de cuero de uso personal de la Ciudad de Cotacachi se denominara “COTACUERO”

6.4.1. Logotipo de la microempresa

El logotipo de la empresa cumple con el principal requisito que consiste en reflejar la posición de mercado de la empresa. El logotipo le permite a la empresa posicionarse a la par con sus competidores y al mismo tiempo darse a conocer en el mercado



Figura 37 Logotipo COTACUERO

6.5. COTACUERO

6.5.1. Misión

COTACUERO es una empresa líder en el mercado orientada a producir artículos de cuero de alta calidad con diseños creativos y exclusivos, que satisfagan las expectativas de los clientes.

6.5.2. Visión

Para el año 2023 “COTACUERO” será una empresa líder que se destacará en la elaboración y comercialización de artículos de cuero artesanales a nivel local y regional, brindando a sus clientes productos diversificados, que sobrepasen las expectativas de los clientes.

6.5.3. Objetivos empresariales

- Posicionar en el mercado la microempresa manufacturera, brindando al cliente productos de calidad.
- Satisfacer y sobrepasar las expectativas requeridas por los clientes.
- Brindar oportunidades de empleo a la sociedad para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y crecimiento empresarial.

6.5.4. Valores Empresariales

- **Respeto:**

Demostrar consideración a cada uno de los trabajadores que forman parte de la microempresa demostrándole amabilidad y tomando en cuenta transparencia.

- **Responsabilidad:**

Contribuir en el crecimiento empresarial a través de la existencia de armonía en el entorno con la entrega a tiempo de los pedidos requeridos.

- **Innovación:**

Estar a la vanguardia en implementación de nuevos diseños, de confección, que coadyuven al cumplimiento de los objetivos propuestos.

- **Puntualidad:**

Ser eficientes y eficaces en la entrega de pedidos, resaltando la puntualidad y obteniendo clientes fieles.

- **Compromiso:**

Asumir los retos expuestos en la misión y visión como esencia empresarial, dando lo mejor de nosotros como equipo de trabajo para brindar una mejor atención a nuestros clientes.

6.6. Políticas del taller

El taller cuenta con una serie de políticas definidas oportunamente y pensando en establecer un ambiente laboral que cumpla con las exigencias acorde a los trabajadores y el bienestar de los clientes. Dichas políticas serán comunicadas a las personas que laboren en las instalaciones y deben ser cumplidas oportunamente, en conformidad a lo expuesto:

- **Recurso humano**

Los artesanos aspirantes a ocupar las funciones en el taller deben cumplir con ciertas habilidades, destrezas y conocimientos, mismas que aportaran un valor al desarrollo del establecimiento.

- Mantenimiento de un programa de capacitación trimestral para el talento humano.
- **Procesos.**

Los procesos que se encuentran vigentes en el taller deben ser revisados y controlado periódicamente para la disminución de errores que se presenten en el área productiva

Producir con eficiencia y eficacia y evaluar mediante indicadores.

- **Evaluación y control.**

Control de entradas de materia prima, distribución y producción de esta.

- **Programas de seguridad.**

Diseñar un plan de contingencia para mitigar los riesgos a los que están expuestos los operarios

- **Puntualidad.**

Se controlará la puntualidad de los trabajadores con un reloj biométrico o picar tarjeta.

6.7. Organización

6.7.1. Estructura Organizacional

El modelo organizacional propuesto para la empresa es de forma vertical este modelo es usado principalmente por pequeñas empresas. En donde se puede evidenciar la línea de mando.

Conforme crezca la microempresa se deberá ampliar la estructura organizativa, acorde a las necesidades de la empresa.

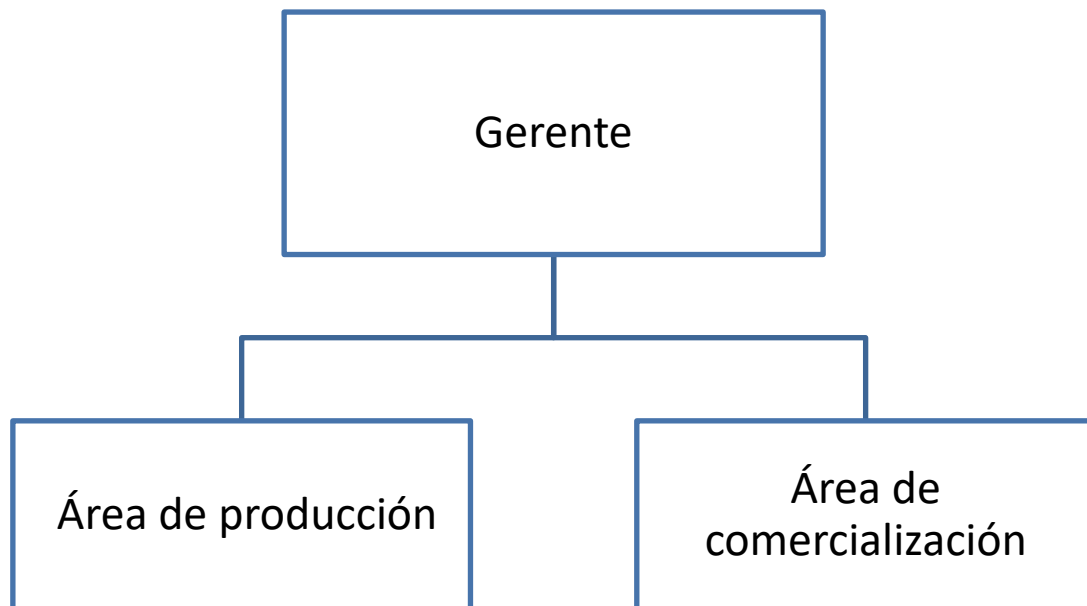


Figura 38 Estructura Organizacional

Se realizó este tipo de estructura organizacional debido a que el taller está conformado por 4 trabajadores y el Gerente general.

ESTRUCTURA FUNCIONAL.

Para el buen funcionamiento de la microempresa se contará con un total de 5 personas que se encomendarán diferentes funciones.

NIVEL EJECUTIVO

Gerente

El gerente es la máxima autoridad ejecutiva, quien es responsable de dirigir, orientar y supervisar la ejecución de las actividades de la empresa

Tabla 87

Manual de funciones del Gerente


TALLER ARTESANAL		
		
MANUAL DE FUNCIONES		
CARGO ASIGNADO:	Gerente General.	
OBJETIVO:	Dirigir, orientar y supervisar la ejecución de las actividades de la empresa	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO.		
Responsable de la planificación, organización, dirección y control de los procesos establecidos en el local.		
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Creación y diseño de artículos de cuero • Selección de técnicas para escoger los elementos necesarios • Realizar contactos permanentes con los diferentes clientes • Desarrollar planes y programas para el mejor cumplimiento de las políticas asignadas. • Buscar nuevos mercados alternativos para comercializar dichos productos • Elaborar los estados financieros que representen la actividad económica. • Elaborar programas y elaborar objetivos a corto, mediano y a largo plazo. • Tomar los pedidos de los clientes. 		
PERFIL DEL CARGO ASIGNADO		
REQUISITOS DE EDUCACION	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería en administración de empresa o a fines. 	
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Mínima 2 años 	
CARACTERISTICAS PERSONALES	<ul style="list-style-type: none"> • Expresión verbal • Responsabilidad • Liderazgo para dirigir 	
COMPETENCIAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Ser responsable con las actividades y funciones encomendadas • Saber escuchar para la toma de decisiones • Ser creativo en el trabajo 		
ELABORADO:	REVISADO	AUTORIZADO

Tabla 88

Manual de funciones operarios

TALLER ARTESANAL		
		
MANUAL DE FUNCIONES		
CARGO ASIGNADO:	Trabajador Operario	
OBJETIVO:	Elaborar prendas de cuero de acuerdo con la orden de producción.	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO.		
Responsable en la producción y manejo de la materia prima maquinaria de la producción.		
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir la orden de producción • Recoger la materia prima necesaria para la confección de dichos artículos • Informe del estado de materia prima para futuras adquisiciones • Manejar adecuadamente las maquinarias utilizadas en la confección • Manejo de materia prima con total cuidado • Realizar un plan de provisión de materia prima 		
PERFIL DEL CARGO ASIGNADO		
REQUISITOS EDUCACION	DE	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria • Artesano calificado
EXPERIENCIA		<ul style="list-style-type: none"> • Mínima 2 años
CARACTERISTICAS PERSONALES		<ul style="list-style-type: none"> • Expresión verbal • Responsabilidad • Buena relación interpersonal
COMPETENCIAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos en confección del producto • Manejo de maquinaria de producción • Ser creativo en el trabajo 		
ELABORADO:	REVISADO	AUTORIZADO

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

En el presente capítulo se analizará los principales impactos positivos y negativos que genere en la ejecución del proyecto dentro de los ámbitos sociales económicos y ambientales.

7.1. Objetivo general

Analizar los principales impactos que generara el proyecto en los aspectos social económico y ambiental.

7.2. Evaluación de impactos

Para la evaluación de los impactos se ha elaborado una matriz de valoración que permite realizar un análisis de los impactos que se generan en el proyecto.

Formula:
$$\text{nivel de impacto} = \frac{\text{Total del impacto}}{\text{Numero de indicadores}}$$

Tabla 89

Evaluación de impactos

Parámetro	Nivel de impacto
3	Alto positivamente
2	Medio positivamente
1	Bajo positivamente
0	No hay impacto
-1	Bajo negativamente
-2	Medio negativamente
-3	Alto negativamente

7.3. Impacto económico

Tabla 90

Impacto económico

No	Indicadores	Niveles							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Ingresos							X	3
2	Calidad de vida						X		2
3	Desarrollo del sector						X		2
Total									6

Elaborado por: Autores

$$Nivel\ de\ impacto = \frac{Total\ del\ impacto}{Numero\ de\ indicadores}$$

$$Nivel\ de\ impacto = \frac{6}{3}$$

$$Nivel\ de\ impacto = 2$$

Presenta una importante participación dentro de las actividades de las pequeñas y medianas empresas, las cuales presentan un 54% del total, se incluyen actividades como preparado del cuero, acabado, detalles y acabado.

La creación de la microempresa “COTACUERO” desde el punto de vista económico presenta un impacto alto positivo debido a que favorece una alta generación de organización y habilidades empresariales artesanales, apoyando e incentivando lazos de bienestar económico de familias del sector través de su participación.

Al obtener una ponderación de 2 se asume que el impacto es medio positivo ya que ayuda a desarrollar económicamente al sector aledaño a la empresa tanto a sus habitantes como a sus negocios.

7.3.1. Impacto social

Tabla 91

Impacto social

No	Indicadores	Niveles							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Fuentes de empleo						X		2
2	Bienestar familiar							X	3
3	Bienestar comunitario						X		2
Total									7

Elaborado por: Autores

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Total del impacto}}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2,33$$

Análisis

El principal efecto en la parte social se muestra en el desacuerdo de muchos grupos de utilizar el cuero de un ser viviente y no procesar cuero sintético con el fin de preservar el equilibrio ambiental.

Desde el punto de vista social este proyecto tiene un efecto positivo ya que con la implementación de la microempresa se generara fuentes de empleo, en diferentes áreas una

de las principales es la utilización de la mano de obra misma que permite que la sociedad sea participe del proyecto y crezca de manera elevada generando una excelente calidad de vida, y una magnífica organización en el núcleo familiar.

Facilita la adquisición de materia prima a menores costos e incrementando el movimiento económico en la zona a la que se encuentra destinada.

Al tener como ponderación 2,33 da a conocer que tenemos un impacto medio positivo el cual está al tanto que se va a tener un bienestar tanto intrafamiliar, como dentro de la comunidad ya que al tener fuentes de empleo se eleva la calidad de vida.

7.3.2. Impacto ambiental

Tabla 92

Impacto ambiental

No	Indicadores	Niveles							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Manejo de desechos			X					-1
2	Contaminación auditiva				X				0
3	Energía			X					-1
Total									-2

Elaborado por: Autores

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Total del impacto}}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{-2}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 0,66$$

Análisis

La ejecución del proyecto no incide en la contaminación del medio ambiente, debido a que el proceso productivo de la elaboración de artículos de cuero para uso personal se maneja adecuadamente algunos gases tóxicos que pueden ser generados e incluso su maquinaria y su equipo no emiten fuertes ruidos que contaminen el ambiente. Se utilizará racionalmente los recursos tanto de energía eléctrica como de agua potable.

El estudio del impacto ambiental está tomando mayor importancia en la evaluación del proyecto debido a una cultura ambientalista que se encuentra en constante evolución en la Ciudad de Cotacachi por sus respectivas reservas ecológicas

El nivel de impacto bajo negativo nos da a conocer que la empresa tiene desechos que no contaminan en gran parte al ambiente, la contaminación auditiva no representa mayor impacto para el entorno y la empresa. La energía es significativa para la empresa ya que se utiliza la maquinaria constantemente

7.3.3. Tabla general de impactos

Tabla 93

Tabla general de impactos

No	Indicadores	Niveles							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Impacto Económico						X		2
2	Impacto social						X		2
3	Impacto ambiental			X					-1
Total									3

Elaborado por: Autores

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Total del impacto}}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{3}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 1$$

En la tabla general de impactos nos da a conocer que 1 es el impacto mínimo positivo que tenemos para la entidad, nos da a conocer que si se tiene una orientación correcta para el funcionamiento de la empresa.

CONCLUSIONES

Una vez culminado el proyecto para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de artículos de cuero de uso personal en la Ciudad de Cotacachi se considera tener información necesaria y suficiente que permite llegar a las siguientes conclusiones

A través del diagnóstico situacional realizado a la Ciudad de Cotacachi se confirmó que se cuenta con características óptimas para la implementación de la microempresa debido a que cuenta con la suficiente mano de obra calificada, así como también se pudo evidenciar que al ser una zona transitada por turistas facilita su proceso de comercialización

Mediante el estudio de mercado se pudo determinar La oferta y la demanda de los diferentes artículos de cuero por lo que se pudo constatar que existe una alta cantidad de demanda insatisfecha la cual se convierte un nicho de mercado la cual la microempresa puede aprovechar

Con el estudio técnico, permitió determinar el lugar más adecuado para establecer el proyecto, mediante el análisis de macro y micro localización, y además que a través de este capítulo se pudo determinar los recursos económicos a utilizarse en la inversión inicial del emprendimiento.

A través del estudio financiero se pudo verificar la factibilidad del proyecto ya que mediante un adecuado análisis de diferentes indicadores se concluyó que el proyecto es factible.

Con la implementación de una estructura orgánica funcional dentro de la microempresa se logra un manejo adecuado de los recursos; así también, contribuirá al desempeño de los

trabajadores en cada una de las actividades a desarrollarse, lo cual ayudará al cumplimiento de los objetivos institucionales.

En cuanto al análisis del impacto económico, social y ambiental se pudo constatar que el emprendimiento posee un nivel bajo positivo, lo que contribuya a verificar que el proyecto no solo es factible en términos monetarios, sino que también es un proyecto que no contribuye en gran parte a la contaminación del medio ambiente.

RECOMENDACIONES

Al terminar el proyecto se cree conveniente realizar las siguientes recomendaciones:

- La microempresa cuenta con una visión de crecimiento futuro por lo que se recomienda una periódica actualización del diagnóstico situacional para considerar los aliados, las oportunidades, oponentes y riesgos, a fin de establecer estrategias adecuadas para el debido crecimiento.
- El estudio de mercado deberá realizarse minuciosamente ya que es aquí en donde se determinará la existencia o no de una demanda potencial insatisfecha a la cual se enfocará la empresa.
- El estudio técnico posee una gran relevancia en el proyecto por lo que se recomienda tomar como base los datos establecidos en la investigación, y un constante análisis de los precios para obtener datos reales en la elaboración de los presupuestos.
- Dentro del proyecto es indispensable realizar el estudio financiero debido a que permite analizar la rentabilidad que genera en un determinado tiempo y la subsistencia del mismo.
- Es fundamental establecer la estructura organizacional ya que permite delimitar funciones y responsabilidades a todos quienes conforman la empresa y además establecer la filosofía empresarial.
- Finalmente se recomienda que todo proyecto antes de ser ejecutado se realice un minucioso análisis de impactos de tal manera que se pueda determinar las consecuencias de este.

BIBLIOGRAFÍA

- A.Ross, S., & Westerfield, R. W. (2006). *Finanzas corporativas*. Mexico: quinta edicion.
- Anzola Servulo Rojas. (2010). *Administracion de Pequeñas Empresas*. colombia: Mc Grawn hill.
- Araujo, A. D. (2012). *Proyectos de inversión*. México: Trillas.
- Araujo, D. (2013). *Proyectos de inversion*. Mexico: Trilas.
- Araujo, D. (2013). *Proyectos de Invercion*. Mexico: Trillas.
- Baca, U. (2001). *Evaluacion de Proyectos*. Bogota.
- Baca, U. G. (2006). *Formulación y Evaluación de proyectos Informaticos*. México: Mc Grawn Hill.
- Baca, U. G. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos Informáticos*. México: MC Grawn Hill.
- BanEcuador. (2018). *Créditos Pyme*. Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/a-quien-financiara/credito-a-pequenas-y-medianas-empresas-pymes/>
- Bravo, B. M. (2007). *Contabilidad General*. Quito: NUEVODIA.
- BRAVO, M. (2013). Contabilidad general. En M. Bravo, *Contabilidad general* (pág. 3). Quito, ecuador: Escobar Impresores.
- Bravo, Mercedes. (2008). *Contabilidad General*. Quito: ESCOBAR impresores.
- Companias, L. D. (1991). *Codificacion de la ley de companias*.

- Córdoba, M. (2011). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Cordova Padilla, M. (2011). Formulacion y Evaluacion de Proyectos. En P. M. Córdoba, *Formulacion y Evaluacion de Proyectos* (pág. pp. 170). Colombia: Ecoe Ediciones.
- Cordova Padilla, M. (2011). Formulacion y Evaluacion del Proyecto, Colombia. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Córdoba, P. M. (2011). Formulacion y Evaluacion de Proyectos. En M. Cordova Padilla, *Formulación y Evaluación de Proyectos* (pág. 170). Colombia: Ecoe Ediciones.
- Costales, G. B. (2002). *Diseño Elaboració y evaluación de proyectos*. Quito: Eduardo Lascano.
- Departamnto de Turismo, C. (2015). *Turismo*. Cotacachi.
- Epstein Marc. (2009). *Sostenibilidad Empresarial*. BOGOTA: ECOE.
- Eutimio, T. (2005). Cultura. En T. Eutimio. Ecuador.
- Flores, M. (10 de diciembre de 2016). Permisos de funcionamiento. (Autores, Entrevistador)
- Flores, M. (10 de febrero de 2018). Descripción de maquinaria. (F. M. Ruiz Christian, Entrevistador)
- Flóres, U. J. (2010). *Proyectos de inversión para las PYME*. Bogota: ECOE.
- GAD Municipal Cotacachi. (2018).
- German Domingez,Alma Rosa Domingez. (2010). Administracion de Operaciones . Mexico.
- Gobierno Provincial de Imbabura. (2018). *Gobierno Provincial de Imbabura*.

Henández, A., Abraham, H., & Alejandro, H. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Mexico DF: CENGAJE.

Hernandez, H.&. otros. (2008). *Formulacion y evaluacion de proyectos de inversion* . mexico: Edamsa Impreciones .

Ibidem. (2011). *Gestion Estrategica Organizacional*. Bogota: ECOE Ediciones.

Mario, E. (10 de septiembre de 2016). *Eltelegrafo*.

Melo, R. (30 de agosto de 2015). La venta de artículos de cuero en Cotacachi cae por el alza de precios de los insumos. *El Telégrafo*.

Méndez, M. J. (2002). *Economía y la Empresa*. México: Mc Graw Hill.

Moran Patricia. (2014). *Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Empresa Distribuidora Y Comercializadora De Materias Primas Para La Industria Del Cuero En*.
En.

Moscoso, M. (2015). proyectos de inversion. En M. Moscoso, *proyectos de inversion* (pág. 105). Ecuador: Caracola Editores.

Nassir, S. C., & Reinaldo, S. C. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: MC Graw Hill.

Orozco, M. (2013). finanzas corporativas . En M. Orozco, *finanzas corporativas* (pág. 165). bogota: quinta edicion.

Prieto, H. J. (2009). *Investigacion De Mercados*. Bogota: ECOE Ediciones.

Prieto, J. (2008). *Gestion estrategica organizacional*. Bogota: Ecoe Edicion.

Sapag, C. R. (2006). *gestión microempresarial*. Bogota: Ecoe ediciones.

Villegas, R. V. (2009). *Evaluacion economica de proyectos de inversión*. Bogotá.

Willian Gómez. (2012). *Practicas Empresariales*. Bogota: Ecoe ediciones.

Zerillin, A. (2012). *Como Crear Y Hacer Funcionar Una Empresa*. Barcelona: Octava Editorial.

LINKOGRAFÍA

GAD Municipal Cotacachi. (2017). *GAD Cotacachi*. Obtenido de GAD Cotacachi:
<http://www.cotacachi.gob.ec/>

Norte, D. E. (2 de 11 de 2017). *Diario El Norte*. Obtenido de
<http://www.elnorte.ec/hemeroteca/gobierno-de-ecuador-preve-crecimiento-de-2-4-e-inflacion-1-38-para-2018-XXEN70671>

Ordoñez, A. (5 de diciembre de 2017). *COPYRIGHT © 2017 PUBLICACIONES SEMANA S.A.*
Obtenido de *COPYRIGHT © 2017 PUBLICACIONES SEMANA S.A.:*
<http://www.semana.com/especiales/articulo/industria-del-cuero/18161-3>

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

OBJETIVO: Identificar las diferentes preferencias de los consumidores que adquieren manufacturas elaboradas en piel natural o cuero en la Ciudad de Cotacachi Provincia de Imbabura

INSTRUCCIONES: Lea las preguntas y elija la respuesta de su preferencia

EDAD: 18 a 25 26 a 34 35-40
 41-46 47-52 53-58
 59 en adelante

GENERO: F M

NACIONALIDAD Ecuatoriana Extranjero

1. ¿Tiene gusto preferencial por los artículos de cuero?

Si NO

2. ¿De la siguiente lista de artículos de cuero valore del 1 al 3 los artículos de su preferencia. Siendo 3 la más alta y 1 la más baja?

Artículos	3	2	1
Billeteras			
Carteras			
Bolsos			
Correas			
Chaquetas			

3. ¿Con que frecuencia usted adquiere artículos de cuero?

Trimestral	<input type="checkbox"/>
Semestral	<input type="checkbox"/>
Anual	<input type="checkbox"/>

4. ¿Dónde prefiere usted adquirir sus artículos de cuero?

Ferias Artesanales	<input type="checkbox"/>
Centros comerciales	<input type="checkbox"/>
Almacenes	<input type="checkbox"/>
Talleres	<input type="checkbox"/>

5. ¿Según el siguiente rango de precios establecido de cada artículo cuanto usted estaría dispuesto a pagar por cada uno de ellos?

Billeteras	5 a 10	<input type="checkbox"/>	11 a 15	<input type="checkbox"/>	16 a 20	<input type="checkbox"/>
Carteras	10 a 15	<input type="checkbox"/>	16 a 20	<input type="checkbox"/>	21 a 25	<input type="checkbox"/>
Bolsos	10 a 15	<input type="checkbox"/>	16 a 20	<input type="checkbox"/>	21 a 25	<input type="checkbox"/>
Correas	5 a 10	<input type="checkbox"/>	11 a 15	<input type="checkbox"/>	21 a 25	<input type="checkbox"/>
Chaquetas	20 a 30	<input type="checkbox"/>	31 a 40	<input type="checkbox"/>	41 en adelante	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cómo prefiere realizar usted los pagos?

Efectivo	<input type="checkbox"/>
Tarjeta de crédito	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

7. **¿Marque por lo menos 2 aspectos que usted tomaría en cuenta al momento de adquirir estos productos?**

Precio

Calidad

Promoción

Marca

Colores

Modelos

8. **¿Conoce usted una marca que identifique los artículos de cuero en la Ciudad de Cotacachi?**

SI

NO

Cuales:

9. **¿Conoce usted otras Ciudades en el Ecuador que comercializan productos similares?**

SI

NO

Cuales.....

10. **¿De la siguiente lista de medios de comunicación cual es el que usted utiliza con mayor frecuencia? 3 más frecuente, 1 menos frecuente.**

Medios de comunicación	3	2	1
TV Nacional			
Tv por cable			
Radio			
Radio en línea			
Redes sociales			
Diarios Locales			
Otros medios digitales (publicidad directa)			

11. ¿Cree usted que debería existir una marca de artículo de cuero de la Ciudad Cotacachi?

SI

NO

Porque.....

12.- Usted preferiría adquirir artículos de cuero que tengan una marca?

SI

NO

Porque.....

ANEXO 2**ENTREVISTA****UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**

- 1) ¿Elabora usted productos en cuero? ¿Qué tipo de artículos fabrica?
- 2) ¿Cuántos artículos elaborados en cuero fabrica mensualmente?
- 3) De los artículos que usted fabrica ¿Cuáles son las de mayor consumo por parte de los clientes, chaquetas, cinturones, billeteras, carteras o bolsos?
- 4) ¿Qué materiales y herramientas utiliza usted para la fabricación de estos artículos?
- 5) A qué precio comercializa usted estos artículos?
- 6) Cuáles son los principales proveedores?

Anexo 3

Producción Diaria															
Semana N° _____									Mes/Año _____						
Artículo	Lunes			Martes			Miércoles			Jueves			Viernes		
	Am	pm	Total	Am	Pm	Total	Am	pm	Total	Am	pm	Total	Am	Pm	Total
	Cant	Cant		Cant	Cant		Cant	Cant		Cant	Cant		Cant	Cant	
Chaquetas															
Cinturones															
Billeteras															
Carteras															
Bolsos															

Anexo 4

Proveedores de Materia prima

Razon Social
 GUERRERO DELGADO JUAN CARLOS
Nombre Comercial GAMACUEROS
Localidad
 IMBABURA - COTACACHI - SAN FRANCISCO
Estado ACTIVO
Clase OTROS
Fecha Inicio 25/07/1995
Actividades
Fecha Actualizacion 08/01/2018
Fecha Reinicio 08/01/2018
Actividades
Tipo PERSONAS NATURALES
Categoría PYME MICRO
Número de teléfono(s)
 062916251 - 0992739845
CIIU G462022
Actividad / Giro
 VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE CUEROS
E-mail gamacueros@hotmail.com

TENERÍA DÍAZ



(593) (3) 2420546



Ver fax


 EL PISQUE ENTRADA A MACASTO -
 PANAM.NORTE KM.6


Ambato, Tungurahua



Cómo llegar


 Tenerías
 Curtiembres