



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE ACABADOS Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS
ARTESANALES A BASE DE LANA DE OVEJA, UBICADA EN LA
CIUDAD DE OTAVALO”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS**

AUTOR

MOYANO TECA EDISON HUMBERTO

DIRECTOR

EC. ESTUARDO AYALA

Ibarra, Abril 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente es un estudio de factibilidad, tiene como finalidad estudiar la posibilidad de la creación de una empresa de acabados y comercialización de productos artesanales a base de lana de oveja a ubicarse en la ciudad de Otavalo. Se procedió a conocer la situación actual del sector para tener una visión empresarial clara. La conceptualización de cada uno de los elementos es importante por lo cual se realizó el marco teórico. Al determinar las condiciones del sector se realizó el estudio de mercado, con información primaria y secundaria el cual demostró la existencia de un mercado potencial insatisfecho que puede ser captado por la empresa. Esto permitió que mediante el estudio técnico se pueda determinar el tamaño del proyecto así como insumos, recursos y la infraestructura necesaria para su puesta en marcha. Del estudio Técnico se determina la inversión necesaria, misma que se justifica en el estudio financiero mediante indicadores y estados financieros que demuestran rentabilidad y por ende la factibilidad del mismo. El diseño organizacional permitió tener un enfoque claro referente al ámbito jurídico, jerárquico y funcional de cada uno de los miembros que conformaran la empresa. Para determinar finalmente el impacto real que generará el proyecto, se lo realizó en los ámbitos: social, económico, empresarial, educativo, ambiental y cultural demostrando un impacto Alto Positivo lo cual incentiva a su ejecución. Con la estructura anteriormente descrita y con la aplicación eficiente de los procedimientos en el estudio se procede a determinar conclusiones y recomendaciones.

SUMMARY

This document is a feasibility study, and it has the propose to explore the possibility of creating a business and marketing of finished products-based artisan sheep's wool, and this will be located in the Otavalo city. Months ago we proceeded to ascertain the situation of the sector to have a clear business vision. The knowledge of each of the elements is important, which is performed by the framework. Also we determine the conditions of the study area of the market, with primary and secondary data, which proved the existence of a potential market dissatisfied, this can be captured by the company. This allowed by the technical study is to determine the size of the project, as well as inputs, resources and infrastructure, it is justified in the study by financial indicators and financial statements that show the feasibility and profitability. From organizational design allowed a clear focus with respect to the legal domain, hierarchically and functionally of each of the members that make up the company. Finally to determine the real impact generated by the project, was conducted in the social, economic, business, educational, environmental and cultural impact demonstrating high positive motivating execution. With the structure described above and with the efficient implementation of the procedures in the study, we proceed to determine findings and recommendations.

DECLARACIÓN

Yo, Edison Humberto Moyano Teca, portador de la cedula de ciudadanía N° 040161320-3 declaro bajo juramento que el trabajo de grado aquí descrito es de mi total autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Edison H. Moyano T.
C.I. 040161320-3

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el estudiante Edison Humberto Moyano Teca, egresado de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Escuela de Economía, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Economía Mención Finanzas cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ACABADOS Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES A BASE DE LANA DE OVEJA, UBICADA EN LA CIUDAD DE OTAVALO”.

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

Ec. Estuardo Ayala
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

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

Yo, Edison Humberto Moyano Teca, con cédula de identidad N° 040161320-3, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de propiedad intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ACABADOS Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES A BASE DE LANA DE OVEJA, UBICADA EN LA CIUDAD DE OTAVALO”, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniero en Economía Mención Finanzas, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Edison Humberto Moyano Teca

CI. 040161320-3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040161320-3
APELLIDOS Y NOMBRES:	Moyano Teca Edison Humberto
DIRECCIÓN:	Ibarra, Barrio 10 de Agosto, Conjunto Habitacional “Jardín de Caranqui”, MZN 2E, Casa N° 5.
EMAIL:	eh_moyano_t@hotmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0989097228

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de acabados y comercialización de productos artesanales a base de lana de oveja, ubicada en la ciudad de Otavalo.
AUTOR:	Moyano Teca Edison Humberto
FECHA:	2013-01-30
PROGRAMA:	Pregrado
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero en Economía Mención Finanzas
ASESOR/DIRECTOR:	Economista Estuardo Ayala

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Edison Humberto Moyano Teca, con cédula de identidad N° 040161320-3, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presentación es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 30 días del mes de enero de 2013

EL AUTOR:

Moyano Teca Edison Humberto

040161320-3

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado dedico a Dios, por regarme la vida, por darme una familia ejemplar, por llenar mi vida de oportunidades y por ser el compañero fiel en cada uno de mis días.

A mis padres, porque fueron mi apoyo y un ejemplo en la formación de sus hijos, sin dejarse vencer en las adversidades y buscando siempre lo mejor para nosotros.

A mis hermanos y sobrinita por llenar mi vida de alegría y ser siempre el apoyo para seguir adelante.

A todas las personas que me brindaron su apoyo y me supieron guiar hacia mi objetivo de ser profesional.

Edison Moyano

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser por ser mi compañero y la luz que ilumina mi vida.

A mis padres, por ser un ejemplo a seguir, por el apoyo incondicional en cada una de mis decisiones y por su sacrificio en buscar un mejor futuro para sus hijos.

A mis hermanos y sobrinita, por el cariño y apoyo que día a día me brindan.

A todos quienes fueron mis maestros durante mi vida como estudiante, y en especial al Economista. Estuardo Ayala por su colaboración incondicional como maestro y como Director en el desarrollo del presente trabajo.

A la Universidad Técnica del Norte, en Especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (FACAE), que me llenaron de conocimientos y valores para mi vida profesional y personal.

A mis familiares, amigos, compañeros y personas que supieron darme su apoyo.

Edison Moyano.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de acabados y comercialización de productos artesanales a base de lana de oveja, ubicada en la ciudad de Otavalo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Otavalo para determinar la situación real en la que se encuentra en la actualidad.
- Elaborar el marco teórico que permite desarrollar el presente estudio.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda, los precios y la comercialización del producto.
- Efectuar un estudio técnico para determinar el tamaño, la localización, la inversión y el talento humano requeridos para la operación del proyecto.
- Realizar el estudio financiero para conocer la rentabilidad del proyecto y determinar la factibilidad o no, para su ejecución.
- Definir la estructura organizacional de la nueva unidad productiva para la funcionalidad ideal de la misma.
- Identificar los principales impactos que tendrá el proyecto en los ámbitos: social, económico, cultural, ético, empresarial, económico, y ambiental.

PRESENTACIÓN

En el presente trabajo se ha desarrollado un Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Acabados y Comercialización de Productos Artesanales a Base de Lana de Oveja, ubicada en la ciudad de Otavalo, mismo que se encuentra conformado de siete capítulos que se resumen a continuación:

En el Capítulo I se realizó un Diagnóstico Situacional, el cual permitió tener un conocimiento real de las condiciones actuales que tiene la ciudad de Otavalo dentro de aspectos: sociales, económicos, políticos, culturales y demográficos; la información utilizada en este capítulo presenta confiabilidad y se obtuvo de instituciones de estado.

El Capítulo II describe las bases Teórico-Científicas, permitiendo ampliar y conocer conceptos de temas referentes e inclusivos en el actual estudio, la información de conceptos fue obtenida y analizada de textos de varios autores, por lo cual cada definición cuenta con sus respectiva cita bibliográfica.

El Capítulo III contempla el Estudio de Mercado, identificando la oferta y demanda actual de productos a base de lana de oveja, determinando así la demanda insatisfecha, y los mecanismos necesarios para obtener posicionamiento en el mercado. La información utilizada proviene de fuentes secundarias y primarias.

El Capítulo IV se refiere al Estudio Técnico, en el que se determinan aspectos fundamentales como el tamaño del proyecto, ubicación, tecnología, infraestructura física, inversiones, fuentes de financiamiento y el talento humano necesario para su ejecución, permitiendo así tener un producto de calidad, alcanzar competitividad y obtener rentabilidad.

El Capítulo V describe el Estudio Financiero del proyecto, mismo que abarca elementos puntuales para su evaluación, dentro de un período de cinco años. Las variables económicas utilizadas son ingresos, gastos e inversión, las cuales son evaluadas con indicadores como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Costo-Beneficio, Punto de Equilibrio y Período de Recuperación de la Inversión; para determinar así su factibilidad y rentabilidad.

El Capítulo VI define la Estructura Organizacional de la empresa, estableciendo niveles de autoridad, responsabilidad, políticas y normas legales a cumplirse, definiendo como será el manejo administrativo, operativo y comercial; además del requerimiento de personal sus funciones y competencias.

Finalmente, se concluye el estudio con el Capítulo VII que se refiere al Análisis de Impactos que generará la puesta en marcha del proyecto, dentro de aspectos: sociales, económicos, empresariales, educativos, ambientales y culturales; con la finalidad de establecer el Impacto Global que generará en la ciudad de Otavalo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	i
Resumen Ejecutivo	ii
Summary	iii
Autoría	iv
Certificación	v
Cesión de Derechos	vi
Autorización de Uso y Publicación a Favor de la Universidad	vii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Objetivos	xi
Presentación	xii
Índice de Contenidos	xiv
Índice de Cuadros	xxiv
Índice de Gráficos	xxx

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	32
Antecedentes	32
Otavaló	34
Historia de la Ciudad de Otavaló	35
Situación Geográfica	36
División Política-Administrativa	36
Población de la Ciudad de Otavaló	38
Población Económicamente Activa de la Ciudad de Otavaló	38
Clima	38
Flora y Fauna	39
Educación	39

Salud	39
Vivienda	40
Servicios Básicos	41
Índice de Pobreza	42
Vialidad	42
Actividades Económicas	43
Atractivos Turísticos	46
El Lechero	46
Parque Cóndor	46
Gruta del Socavón	46
Lagunas de Mojanda	47
Lago San Pablo	47
Cascada de Peguche	47
Cerro Imbabura	48
Mercado Artesanal Centenario (Plaza de Ponchos)	48
Artesanía Otavaleña	48
Evolución Histórica de la Artesanía y Manufactura Otavaleña	48
Aparición de los Sacos de Lana de Oveja	49
Construcción de la Matriz AOOR	51
Conclusión del Diagnóstico Situacional	52
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	54
La Empresa	54
Definición de Empresa	54
Objetivo	54
Clasificación de la Empresa	55
Sociedad Anónima	55
Marco Legal de una Empresa en Ecuador	55
La Artesanía	56
Tejido	56

Estudio de Mercado	56
El Producto	57
Mercado	57
Mercado Meta	57
Segmento de Mercado	58
Demanda	58
Oferta	58
Precio	58
Comercialización	59
Canales de Distribución	59
Promoción y Publicidad	60
Estudio Técnico	60
Tamaño del Proyecto	61
Localización del Proyecto	61
Macro Localización	61
Micro Localización	62
Ingeniería del Proyecto	62
Proceso Productivo	62
Flujograma de Procesos	63
Tecnología	63
Activos Fijos	63
Activos Diferidos	63
Capital de Trabajo	64
Inversión	64
Talento Humano	64
Estudio Financiero	65
Ingresos	65
Egresos	65
Costos	66
Materia Prima	66
Mano de Obra Directa	66
Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	67

Gastos de Administrativos	67
Gastos de Ventas	67
Gastos Financieros	68
Depreciaciones	68
Balance General	68
Estado de Pérdidas y Ganancias	68
Flujo de Caja	69
Evaluación Financiera	69
Valor Actual Neto (VAN)	69
Tasa Interna de Retorno (TIR)	69
Relación Costo – Beneficio	70
Punto de Equilibrio (PE)	70
Periodo de Recuperación de la Inversión	70
Estructura Organizacional	71
Misión	71
Visión	71
Organigrama Estructural	72
Organigrama Funcional	72
Impactos	72
Impacto Social	73
Impacto Económico	73
Impacto Educativo y Empresarial	73
Impacto Ambiental	74
Impacto Cultural	74
CAPÍTULO III	
ESTUDIO DE MERCADO	76
Presentación	76
Objetivos del Estudio de Mercado	77
Producto	77
Productos Artesanales a Base de Lana de Oveja	77

Segmento de Mercado	79
Almacenes Comercializadores de Productos de Lana de Oveja en la Ciudad de Otavalo	80
Herramienta de Recopilación	80
Mercado Meta	81
Evaluación de la Información	81
Análisis y Evaluación de la Encuesta Aplicada a los Productores de Artículos a Base de Lana de Oveja en la Comunidad de Carabuela	81
Análisis y Evaluación de las Encuestas Aplicadas a Comerciantes de Productos Artesanales a Base de Lana de Oveja en la Ciudad de Otavalo	92
Análisis de la Demanda	106
Temporada y Destino de Cada Producto	106
Demanda de Sacos de Lana	107
Demanda Histórica por Tonelada de Sacos de Lana	108
Determinación de Sacos de Lana por Unidades	108
Tasa de Crecimiento de Exportación de Sacos de Lana	109
Proyección de la Demanda de Sacos de Lana	110
Demanda de Bufandas	110
Demanda Histórica de Bufandas	111
Proyección de la Demanda de Bufandas	111
Tasa de Crecimiento en la Demanda de Bufandas	113
Proyección de la Demanda de Gorras	114
Proyección de la Demanda de Guantes	115
Análisis de la Oferta de Productos de Lana de Oveja.	115
Oferta de Sacos de Lana	116
Tasa de Crecimiento	117
Proyección de la Oferta de Sacos de Lana de Oveja	119
Oferta de Bufandas	120
Proyección de la Oferta de Bufandas en la Ciudad de Otavalo	120
Oferta de Gorras en la Ciudad de Otavalo	120
Proyección de la Oferta de Gorras de Lana de Oveja en la Ciudad de Otavalo	121

Oferta de Guantes de Lana de Oveja en la Ciudad de Otavalo	121
Proyección de la Oferta de Guantes en la Ciudad de Otavalo	121
Determinación de la Demanda Insatisfecha Proyectada	122
Demanda Insatisfecha de Sacos de Lana	122
Demanda Insatisfecha Proyectada de Bufandas	123
Demanda Insatisfecha Proyectada Gorras	124
Demanda Insatisfecha Proyectada de Guantes	124
Capacidad Proyectada del Proyecto	125
Determinación del Precio	127
Tasa de Crecimiento del Precio de Compra y Venta de los Productos	128
Proyección de Precios de Compra y Venta	129
Precio de Sacos de Lana de Oveja en el Mercado Internacional	131
Comercialización	131
Logotipo de la Empresa	132
Etiqueta que Llevarán los Productos	132
Diseños que Intervienen en el Logotipo de la Empresa y en la Etiqueta del Producto	133
Promoción y Publicidad	134
CAPÍTULO IV	
ESTUDIO TÉCNICO	136
Tamaño del Proyecto	136
Mercado	136
Disponibilidad de Recursos Financieros	136
Disponibilidad de Mano de Obra	137
Disponibilidad de Producto	137
Disponibilidad de Materia Prima	137
Determinación de la Capacidad de Comercialización	137
Localización del Proyecto	138
Macro Localización	139
Micro Localización	140

Determinación Óptima de la Micro Localización	140
Costos y Disponibilidad de Locales Comerciales	142
Costos y Disponibilidad de Mano de Obra	142
Abastecimiento de Productos	142
Fuentes de Abastecimiento de Materias Primas	143
Infraestructura	143
Cercanía al Mercado	143
Factores Ambientales	143
Planos de la Micro Localización	144
Ingeniería del Proyecto	145
Procesos Productivos	145
Elaboración de Productos Artesanales a Base de Lana de Oveja	145
Aprovisionamiento de Lana Sucia	145
Lavado de Lana Sucia	145
Mezclado con Aceite de Ensimaje	146
Cardado de la Lana	146
Hilado	146
Madejar	146
Tinturado	147
Lavado y Secado	147
Elaboración de Productos	147
Abastecimiento	147
Tejido	147
Costura	148
Flujograma del Proceso Comercial de Artículos a Base de Lana de Oveja	149
Proceso de Acabados de los Artículos a Base de Lana de Oveja	150
Selección de Materiales y Productos	150
Cortado y Preparado de la Tela	150
Forrado del Producto	150
Colocación de Botones y Detalles	151
Etiquetado	151

Empacado	151
Tecnología	151
Maquinas y Equipos	152
Obras Civiles	152
Presupuesto Técnico	156
Inversiones Fijas	156
Adecuación de la Planta	156
Maquinaria y Equipos de Acabados	156
Mostradores de Productos	157
Vehículo	158
Muebles y Equipos de Oficina	158
Equipo de Cómputo	159
Resumen de la Inversión Fija	159
Inversiones Diferidas	160
Capital de Trabajo	160
Inversión Total del Proyecto	161
Financiamiento	161
Talento Humano	162

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO 164

Determinación de Ingresos Proyectados	164
Determinación de Egresos	167
Costos de Producción	167
Materia Prima	167
Mano de Obra Directa	169
Costos Indirectos de Fabricación	171
Materia Prima Indirecta	171
Otros Costos Indirectos de Fabricación	174
Gastos Administrativos	175
Sueldos al Personal Administrativo	175

Suministros y Materiales de Oficina	176
Gastos Generales de Administración	177
Gasto de Ventas	178
Sueldo al Personal de Ventas	178
Gasto Publicidad	179
Movilización y Transporte	179
Tabla de Amortización del Préstamo	180
Depreciación de Activos Fijos	180
Resumen de los Egresos Proyectados	182
Balance General	183
Estado de Pérdidas y Ganancias	184
Flujo de Caja	185
Evaluación Financiera	186
Costo de Oportunidad	186
Calculo del Valor Actual Neto (VAN)	186
Calculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)	187
Relación Beneficio-Costo	189
Punto de Equilibrio	190
Periodo de Recuperación de la Inversión	192

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	194
La Empresa	194
Razón Social	194
Aspecto Legal de La Empresa	195
Misión	195
Visión	195
Política	196
Objetivos Organizacionales	196
Objetivos Generales	196
Objetivos Específicos	196

Objetivos Estratégicos	196
Valores Corporativos	197
Organización Estructural	197
Organigrama Estructural	198
Orgánico Funcional	199
Funciones y Descripción del Puesto	199
Junta General de Accionistas	199
Directorio	199
Gerente	200
Contador General	201
Jefe de Producción-Bodeguero	202
Obreros de Producción	203
Personal de Aseo y Mantenimiento	204
Comercialización-Vendedor	205
Chofer Mensajero	206
Secretaria General	206
CAPÍTULO VII	
ESTUDIO DE IMPACTOS	208
Impacto Social	209
Impacto Económico	210
Impacto Educativo y Empresarial	212
Impacto Ambiental	214
Impacto Cultural	216
Impactos Generales	218
CONCLUSIONES	220
RECOMENDACIONES	222
BIBLIOGRAFÍA	224
ANEXOS	228

ÍNDICE DE CUADROS

CAPÍTULO I

Cuadro N° 1	Datos Generales del Cantón Otavalo	34
Cuadro N° 2	División Política de las Comunidades que Conforman la Ciudad de Otavalo	37
Cuadro N° 3	Población de la Ciudad de Otavalo	38
Cuadro N° 4	Indicadores de Salud	40
Cuadro N° 5	Distribución por Tipo de Vivienda	41
Cuadro N° 6	Acceso de la Población a Servicios Básicos	41
Cuadro N° 7	Parroquias y sus Actividades Económicas	43
Cuadro N° 8	Matriz AOOR	51

CAPÍTULO III

Cuadro N° 9	Gama de Productos Artesanales a Base de Lana de Oveja	78
Cuadro N° 10	Género de Personas Encuestadas (Productores)	81
Cuadro N° 11	Tiempo que Lleva como Productor	82
Cuadro N° 12	Lugar de Entrega de Productos	83
Cuadro N° 13	Frecuencia de Entrega de los Productos	84
Cuadro N° 14	Producción Mensual de Sacos de Lana	85
Cuadro N° 15	Tabla Consolida de Producción de Sacos de Lana	86
Cuadro N° 16	Producción Mensual de Bufandas	86
Cuadro N° 17	Producción Mensual de Gorras	87
Cuadro N° 18	Producción Mensual de Guantes	87
Cuadro N° 19	Condiciones de Entrega de Productos	88
Cuadro N° 20	Capacidad para Ampliar la Producción	89
Cuadro N° 21	Precio de Entrega de Sacos de Lana	90
Cuadro N° 22	Disposición a Vender sus Productos	91
Cuadro N° 23	Tiempo como Comerciante	92

Cuadro N° 24	Lugar de Adquisición del Producto	93
Cuadro N° 25	Tiempo de Abastecimiento	94
Cuadro N° 26	Cantidades Comercializadas de Sacos de Lana al Mes	95
Cuadro N° 27	Tabla Consolidada de Comercialización de Sacos	95
Cuadro N° 28	Cantidad de Bufandas Comercializadas Mensualmente	96
Cuadro N° 29	Cantidad de Gorras Comercializadas Mensualmente	96
Cuadro N° 30	Cantidad de Guantes Comercializados Mensualmente	96
Cuadro N° 31	Condiciones de Recepción del Producto	97
Cuadro N° 32	Condiciones de Comercialización del Producto	98
Cuadro N° 33	Precio de Venta de los Productos	99
Cuadro N° 34	Destino de los Productos	100
Cuadro N° 35	Aceptación del Color en Sacos de Lana	101
Cuadro N° 36	Aceptación del Color en Bufandas	102
Cuadro N° 37	Aceptación del Color en Gorras de Lana	103
Cuadro N° 38	Aceptación del Color en Guantes de Lana	104
Cuadro N° 39	Disposición a Comprar Nuestros Productos	105
Cuadro N° 40	Temporada y Destino de Cada Producto	106
Cuadro N° 41	Clasificación de la Subpartida Pertinente a Sacos de Lana	107
Cuadro N° 42	Demanda Histórica por Tonelada de Sacos de Lana	108
Cuadro N° 43	Demanda Histórica por Unidades de Sacos de Lana	108
Cuadro N° 44	Proyección de La Demanda de Sacos	110
Cuadro N° 45	Clasificación de la Subpartida Pertinentes a Bufandas	110
Cuadro N° 46	Demanda Histórica de Bufandas	111
Cuadro N° 47	Productos Utilizados en el Método de Regresión Lineal	112
Cuadro N° 48	Proyección de la Demanda de Bufandas	113
Cuadro N° 49	Proyección de la Demanda de Gorras	114
Cuadro N° 50	Proyección de la Demanda de Guantes	115
Cuadro N° 51	Oferta Histórica de Sacos de Lana de Oveja en la Ciudad de Otavalo	117
Cuadro N° 52	Productos Utilizados en el Modelo Exponencial	118
Cuadro N° 53	Proyección de la Oferta de Sacos de Lana en la Ciudad de Otavalo	119

Cuadro N° 54	Proyección de la Oferta de Bufandas en la Ciudad de Otavalo	120
Cuadro N° 55	Proyección de la Oferta de Gorras en la Ciudad de Otavalo	121
Cuadro N° 56	Proyección de la Oferta de Guantes en la Ciudad de Otavalo	122
Cuadro N° 57	Demanda Insatisfecha Proyectada en Unidades de Sacos de Lana	122
Cuadro N° 58	Demanda Insatisfecha Proyectada en Unidades de Bufandas	123
Cuadro N° 59	Demanda Insatisfecha Proyectada de Gorras	124
Cuadro N° 60	Demanda Insatisfecha Proyectada de Guantes	124
Cuadro N° 61	Capacidad Proyectada en Unidades de Sacos de Lana	125
Cuadro N° 62	Capacidad Proyectada en Unidades de Bufandas	126
Cuadro N° 63	Capacidad Proyectada en Unidades de Gorras	126
Cuadro N° 64	Capacidad Proyectada en Unidades de Guantes	126
Cuadro N° 65	Precios de los Productos en la Ciudad de Otavalo	127
Cuadro N° 66	Precio de Compra Histórico de Sacos de Lana	128
Cuadro N° 67	Proyección del Precio de Compra de los Productos Sin Acabados	129
Cuadro N° 68	Proyección de Precio de Venta de Productos Sin Acabados	130
Cuadro N° 69	Proyección del Precio de Venta de los Productos con Acabados	130
Cuadro N° 70	Proceso de Comercialización de los Productos	131
Cuadro N° 71	Diseños Usados en el Logotipo de la Empresa y en la Etiqueta de sus Productos	133

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Cuadro N° 72	Capacidad de Comercialización	138
Cuadro N° 73	Stock en Función de Colores	138
Cuadro N° 74	Factores de Localización	140
Cuadro N° 75	Método Cualitativo por Puntos (Micro Localización)	141
Cuadro N° 76	Flujograma del Proceso Comercial	149
Cuadro N° 77	Adecuación de la Planta	156
Cuadro N° 78	Maquinaria y Equipos	157
Cuadro N° 79	Mostradores de Productos	157
Cuadro N° 80	Vehículo	158
Cuadro N° 81	Muebles y Equipos de Oficina	158
Cuadro N° 82	Equipo de Cómputo	159
Cuadro N° 83	Resumen de la Inversión Fija	159
Cuadro N° 84	Inversiones Diferidas	160
Cuadro N° 85	Capital de Trabajo	160
Cuadro N° 86	Total Inversión	161
Cuadro N° 87	Financiamiento	161
Cuadro N° 88	Talento Humano	162

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Cuadro N° 89	Ingresos Proyectados por Venta de Sacos de Lana	164
Cuadro N° 90	Ingresos Proyectados por Venta de Bufandas	165
Cuadro N° 91	Ingresos Proyectados por Venta de Gorras	165
Cuadro N° 92	Ingresos Proyectados por Venta de Guantes	166
Cuadro N° 93	Resumen de Ingresos por Ventas Proyectadas	166
Cuadro N° 94	Proyección de Materia Prima Directa (Sacos)	167
Cuadro N° 95	Proyección de Materia Prima Directa (Bufandas)	168
Cuadro N° 96	Proyección de Materia Prima Directa (Gorras)	168
Cuadro N° 97	Proyección de Materia Prima Directa (Guantes)	168

Cuadro N° 98	Proyección de Egresos por Materia Prima Directa	169
Cuadro N° 99	Serie Histórica Salario Básico Unificado	169
Cuadro N° 100	Proyección del Salario Básico Unificado	170
Cuadro N° 101	Proyección del Salario Básico Unificado (Mano de Obra Directa)	170
Cuadro N° 102	Proyección del Costo Total de la Mano de Obra Directa	171
Cuadro N° 103	Resumen Costos Directos de Fabricación	171
Cuadro N° 104	Materia Prima Indirecta	172
Cuadro N° 105	Otros Costos Indirectos de Fabricación	174
Cuadro N° 106	Resumen Costos Indirectos de Fabricación	174
Cuadro N° 107	Proyección del Salario Básico Unificado	175
Cuadro N° 108	Proyección del Gasto Total del Personal Administrativo	175
Cuadro N° 109	Suministros y Materiales de Oficina	176
Cuadro N° 110	Gastos Generales de Administración	177
Cuadro N° 111	Resumen Gastos Administrativos	177
Cuadro N° 112	Proyección del Salario Básico Unificado	178
Cuadro N° 113	Proyección del Gasto Total del Personal de Ventas	178
Cuadro N° 114	Gasto Publicidad	179
Cuadro N° 115	Movilización y Transporte	179
Cuadro N° 116	Resumen Gastos de Ventas	179
Cuadro N° 117	Tabla de Amortización del Préstamo	180
Cuadro N° 118	Depreciación de Activos Fijos	180
Cuadro N° 119	Resumen de los Egresos Proyectados	182
Cuadro N° 120	Estado de Situación Inicial	183
Cuadro N° 121	Estado de Pérdidas y Ganancias	184
Cuadro N° 122	Flujo de Caja	185
Cuadro N° 123	Costo de Oportunidad	186
Cuadro N° 124	Cálculo del Valor Actual Neto	187
Cuadro N° 125	VAN Con Tasa Superior	188
Cuadro N° 126	Proyección del Punto de Equilibrio	190

Cuadro N° 127	Periodo de Recuperación de la Inversión	192
---------------	---	-----

CAPÍTULO VII

ESTUDIO DE IMPACTOS

Cuadro N° 128	Tabla de Medición de Impactos	208
Cuadro N° 129	Medición de Impacto Social	209
Cuadro N° 130	Medición de Impacto Económico	211
Cuadro N° 131	Medición de Impacto Educativo y Empresarial	212
Cuadro N° 132	Medición de Impacto Ambiental	214
Cuadro N° 133	Medición de Impacto Cultural	216
Cuadro N° 134	Medición de Impactos Generales	218

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Gráfico N° 1	Género de Personas Encuestadas (Productores)	82
Gráfico N° 2	Tiempo que Lleva como Productor	83
Gráfico N° 3	Lugar de Entrega de Productos	84
Gráfico N° 4	Frecuencia de Entrega de los Productos	85
Gráfico N° 5	Condiciones de Entrega de Productos	88
Gráfico N° 6	Capacidad para Ampliar la Producción	89
Gráfico N° 7	Disposición a Vender sus Productos	91
Gráfico N° 8	Tiempo como Comerciante	92
Gráfico N° 9	Lugar de Adquisición del Producto	93
Gráfico N° 10	Tiempo de Abastecimiento	94
Gráfico N° 11	Condiciones de Recepción del Producto	97
Gráfico N° 12	Condiciones de Comercialización del Producto	98
Gráfico N° 13	Destino de los Productos	100
Gráfico N° 14	Aceptación del Color en Sacos de Lana	101
Gráfico N° 15	Aceptación del Color en Bufandas	102
Gráfico N° 16	Aceptación del Color en Gorras de Lana	103
Gráfico N° 17	Aceptación del Color en Guantes de Lana	104
Gráfico N° 18	Disposición a Comprar Nuestros Productos	105
Gráfico N° 19	Logotipo de la Empresa	132
Gráfico N° 20	Etiqueta que Llevaran los Productos	132

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Gráfico N° 21	Mapa de Macro Localización	139
Gráfico N° 22	Planos de Ubicación Geográfica de la Empresa	144

Gráfico N° 23	Proceso de Acabados de los Artículos de Lana de Oveja	150
Gráfico N° 24	Maquinas de Coser	151
Gráfico N° 25	Equipos varios	151
Gráfico N° 26	Planos de Instalaciones y Diseños de la Planta	154
Gráfico N° 27	Vista Superior de la Planta	155
Gráfico N° 28	Fachada Principal de la Planta	155

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Gráfico N° 29	Organigrama Estructural de “TEJIOTAVALO S.A”	197
---------------	--	-----

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes.

Las manufacturas y artesanías forman parte del sector secundario de la economía mundial, estas actividades generan grandes fuentes de empleo, según el Banco Mundial, el 16.2% de la población económicamente activa de América latina se encuentra ocupada en la actividad manufacturera.

Mediante un estudio financiado por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) se determinó que en Ecuador durante el año 2004 existían más de 1.500.000 microempresarios. Otros estudios y el censo nacional de 2001 del INEC estimaron que existen entre 950.000 a 1.700.000 microempresarios en el país, cabe señalar que la mayoría de negocios de artesanías son microempresarios; dentro de los cuales unos 646.080 estarían ubicados en centros urbanos con poblaciones de más de 5.000 personas, lo cual ubica que cerca del 50% de la producción se encuentra distribuida en áreas rurales.

La distribución de la producción textil artesanal tiene como principal productor a la región Sierra con el 79%, segundo la región de la Costa con el 17%, tercero la región Oriente con el 3% y cuarto la Región Insular con el 1%.

Otavalo, se encuentra ubicada al norte de país, en el cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, es una ciudad que día a día va creciendo y con ella crecen sus pobladores y necesidades, una de las actividades más representativas de la ciudad es la actividad textil artesanal, la cual es fuente de ingresos y ocupación de gran parte de la población Otavaleña.

Esta ciudad cuenta con la feria artesanal indígena de Otavalo en la Plaza Centenario más conocida como la Plaza de Ponchos, misma que llama la atención de la gran mayoría de visitantes extranjeros.

En la actualidad el excelente estado de la carretera panamericana norte, facilita el flujo de turistas extranjeros y nacionales, además de la excelente infraestructura de servicios de alojamiento y alimentación ubicados en las zonas urbanas y rurales del cantón.

Según el plan de marketing para las operaciones turísticas comunitarias de la provincia de Imbabura, la ciudad de Otavalo recibe en promedio de 250000 visitantes al año. El 25% de visitantes que llegan al Ecuador visitan Otavalo, de éste grupo la mayoría son extranjeros (67%), y un importante grupo son turistas nacionales (33%). Cuyo principal interés para visitar la ciudad es la compra de artesanías.

Con la importancia y oportunidades que posee la actividad artesanal en la ciudad se ha decidido incursionar con una empresa especializada en la comercialización de productos 100% artesanales de gran calidad. Además se ha considerado que durante muchos años la actividad textil artesanal ha creado una gran brecha entre costo y precio en sus productos.

1.2 Otavalo

Cuadro N° 1

Datos Generales del Cantón Otavalo	
	
Provincia	Imbabura
Cabecera Cantonal	San Luis de Otavalo
Superficie	507.47 km ²
Población Cantonal	104874 hab. Censo INEC (2010)
Gentilicio	Otavaleño, - ña
Idioma	Español (Oficial), Kichwa (Autóctono)
Altitud	Desde los 1100m.s.n.s a 4700m.s.m
Altitud de la ciudad de Otavalo	2556m.s.n.m
Composición Étnica	Mestizos, Kichwa Cayambi y Kichwa Otavalo.
Moneda Oficial	Dólar Norteamericano
Religión	Católica y Evangélica
Alcalde	Soc. Mario Conejo Maldonado

Fuente: Gobierno Municipal de Otavalo

Elaborado: El Autor

1.2.1 Historia de la Ciudad de Otavalo

Otavalo ciudad Imbabureña, es considerada como un importante centro turístico, la cual según actas de conformación constitucional del cabildo otavaleño, data desde hace miles de años, en un primer asentamiento humano ubicado en la actual parroquia de San Rafael a orillas del Lago San Pablo, en donde existen vestigios arqueológicos de aproximadamente 10.000 años.

Otavalo a partir de la invasión y conquista española, se establece en su actual territorio destacándose cíclicamente como asentamiento (1534), corregimiento (1540), villa (11 de noviembre de 1811) y ciudad (31 de octubre de 1829).

Se cree que en 1563, las autoridades de Quito solicitaron a Felipe II, la nominación de Corregimiento, se creó conjuntamente con la Audiencia, que por su denominación de Asentamiento, no tenía derecho a gobernarse por cabildos. Su jurisdicción estaba en manos de un Alguacil Mayor y un Escribano Público y en lo espiritual era atendido por dos Curas y el Vicario del Obispo de Quito.

Con categoría de Corregimiento se obtuvo una organización jurídica especial: En cada pueblo, Excepto Otavalo, quedó erigido un cabildo de indios, Institución que tenía un Alcalde de Primer Voto y otro de Segundo, un Regidor, un Alguacil, un Fiscal, un Escribano, Un Pregonero y un Verdugo. Cada primero de enero se elegían las dignidades entre ellos mismos.

Por eso, cuando en 1563 comienza a funcionar como Corregimiento, solamente ratifica la jerarquía que ya gozaba dentro del entorno político y económico de la zona, logrando así: Concentrar a la máxima autoridad colonial de la provincia y ser el canal entre el campesinado otavaleño, caraqueño y pastuso con la ciudad colonial de Quito. En donde el Corregimiento de Otavalo fue el más poblado; según cálculos establecidos por Ponce de León, tenía 39.719 habitantes.

Otavalo soportó, trabajo bajo la opresión y sobrevivió porque era el Corregimiento más productivo e importante del norte de la Audiencia. Para el 31

de octubre de 1829 mediante el decreto de Simón Bolívar, Otavalo recibe la categoría de ciudad: "*Considerando que la villa de Otavalo es bastante populosa y que por su agricultura e industrias es susceptible de adelantamiento, he venido en decretar: la categoría de ciudad*".

En la actualidad Otavalo ha visto múltiples cambios en todos sus ámbitos siendo los más importantes, el comercial y el turístico que la ha identificado en Ecuador y el mundo por su ya conocido mercado de ponchos ubicado en la plaza Centenario que es uno de los mercados artesanales más grandes de América Latina; además la ciudad de Otavalo por su riqueza cultural se ha visto rodeada por extranjeros que buscan encontrar un centro de acogida, con múltiples manifestaciones de Identidad.

1.3 Situación Geográfica

San Luis de Otavalo es una ciudad que se encuentra ubicada en la Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, la cual está asentada a 2.556m de altitud en la región de la Sierra septentrional andina, a 110km de distancia con relación a la capital de los ecuatorianos (Quito) y a 20Km de la capital Imbabureña (Ibarra). Su ubicación geográfica se encuentra en las siguientes coordenadas: 0°13'43" N y 78°15'49" O.

1.4 División Política-Administrativa



Bandera de Otavalo



Escudo de Otavalo

El cantón Otavalo, cuya capital es Otavalo, se encuentra constituido por dos parroquias urbanas: El Jordán y San Luis; y nueve rurales: Eugenio Espejo, San Pablo del Lago, Gonzales Suárez, San Rafael, San Juan de Ilumán, Miguel Egas Cabezas (Peguche), Quichinche, San Pedro de Pataquí y Selva Alegre.

El cantón Otavalo cuenta con una superficie total de 507.47 km², que corresponde a 82.10 km² área Urbana y 424.37 km² área rural; según el censo del INEC 2010 tiene una densidad poblacional de 207 hab/km² en el cantón, 643 hab/km² en el área urbana y 123 hab/km² en el área rural.

Los límites cantonales son: Al Norte: con los cantones de Cotacachi, Ibarra y Antonio Ante; Al Sur cantón Quito (Provincia de Pichincha); Al Este Cantón Ibarra y Cantón Cayambe (Provincia de Pichincha), Al Oeste Cantón Quito y Cantón Cotacachi.

Otavalo el 31 de Octubre de 1829 recibe la categoría de ciudad y en la actualidad Otavalo es cabecera cantonal y de las parroquias El Jordán y San Luis, en donde hay que considerar que la ciudad se encuentra dividida en la calle Juan Montalvo de la siguiente manera al norte El Jordán y al Sur San Luis:

Cuadro N° 2

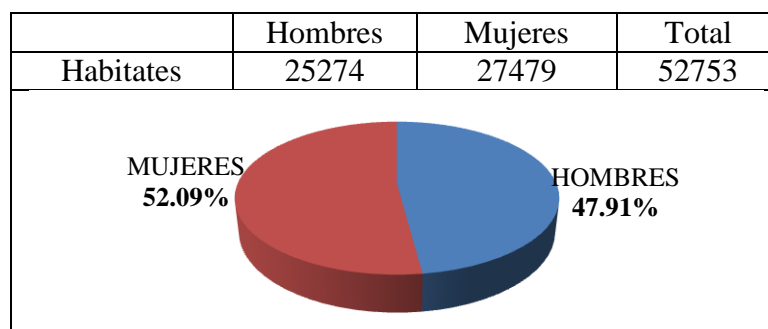
División Política de las Comunidades que Conforman la Ciudad de Otavalo

Comunidades de la Parroquia San Luis	La Cruz, Monserrate, Cachimbiro, Guananzig, La Compañía, Agato, Camuendo Grande, Imbabuela Alto, Imbabuela Bajo, La Magdalena, Cruz Loma, Mojanda, La Esperanza, Jatunyacu, Arias Pamba.
Comunidades de la Parroquia el Jordán	El Cardón, La Bolsa, Arias Urco, San Juan, San Pedro, La Quinta, Cuchiculla, Santiaguillo, La Joya, La Rinconada, Rosas Pamba, Ayancha, Cuarapunro, Azama, Pigulca, Patalanga, Rio Blanco, Punyaro, Cotoma

Fuente: www.otavalo.gob.ec
Elaborado: El Autor

1.5 Población de la Ciudad de Otavalo

Cuadro N° 3
Población de la Ciudad de Otavalo



Fuente: Censo INEC 2010
Elaborado: El Autor.

Según el censo de población y vivienda del INEC 2010; la ciudad de Otavalo cuenta con una población total de 52753 habitantes, 27479 mujeres que representan el 52.09% y 25274 hombres que representan el 47.91%. La tasa de crecimiento cantonal es del 1,90%.

1.5.1 Población Económicamente Activa de la Ciudad de Otavalo

La población económicamente activa Según datos del censo del INEC 2010 se encuentra representada por la población comprendida entre los de 15 y 64 años, la misma que en la ciudad de Otavalo representa el 60% de la población total lo cual representa 31663 habitantes, pero tomando en cuenta otros factores únicamente la población económicamente activa es del 52% del total que equivale a 27432 habitantes.

1.6 Clima

Otavalo es una ciudad que se encuentra ubicada en una llanura rodeada por los cerros Imbabura, Mojanda, las lomas de Yambiro y Pucará conocida como el "Valle del Amanecer", el cual es valle andino se encuentra en la región sierra a unos 2500 msnm, por lo que su temperatura tiene las características normales de ciudades de la sierra ecuatoriana que varía desde 13 Grados C. a 18 Grados C.

1.7 Flora y Fauna

El cantón Otavalo, cuenta con campos muy productivos, razón por la cual se ha ampliado la frontera agrícola, pero es muy común apreciar plantas como: chilca, puma maque, lechero, eucalipto, guanto, la grama (de gramíneas) y ecosistemas completos de páramos con amplios pajonales y con un bosque de polilepis. Sus recursos hídricos también son muy importantes y han formado ecosistemas de lagos, con plantas como totora y lechuguines, además en estos campos se cultiva productos tales como: papas, habas, maíz, trigo, cebada entre otros.

Otavalo cuenta con una fauna muy diversa, característica de los climas andinos tales como: conejos, truchas, erizos, armadillos, chucuris, entre otros; destacándose las aves en donde es muy común apreciar: gorriones, golondrinas, curiquingues, gavilanes, gallinazos, quilicos reales, y el más llamativo el cóndor.

1.8 Educación

Según el Censo del INEC 2010 el analfabetismo en el Cantón Otavalo afecta al 11% de las personas mayores de 10 años, pero el dato general de analfabetismo es del 17,9%, de donde el 9,67% corresponde a mujeres y el 7,86% corresponde a hombres.

El cantón Otavalo actualmente cuenta con 170 planteles educativos de educación preprimaria, primaria, media técnica con dos instituciones de educación Superior, la Universidad de Otavalo y el Instituto Superior Pedagógico Alfredo Pérez Guerrero.

1.9 Salud

Según el Gobierno Municipal del Cantón Otavalo para el año 2008 se estimó la siguiente información:

Cuadro N° 4
Indicadores de Salud

Indicador	Valor
Tasa de mortalidad Infantil	29,90%
Desnutrición en niños menores de 5 años	40,20%
Personal de salud por cada 10000 habitantes	27 personas

Fuente: Gobierno Municipal del Cantón Otavalo
Elaborado: El Autor

Los datos presentados anteriormente son preocupantes ya que demuestran un gran problema de salud, teniendo en cuenta indicadores como mortalidad infantil, podemos darnos cuenta que su índice es demasiado elevado y uno de los factores claves para que se presente esto es la desnutrición infantil así como la falta de personal de salud para la atención de la población Otavaleña. Hay que tener en cuenta que en los últimos años el Gobierno ha invertido más recursos y las cifras son menores.

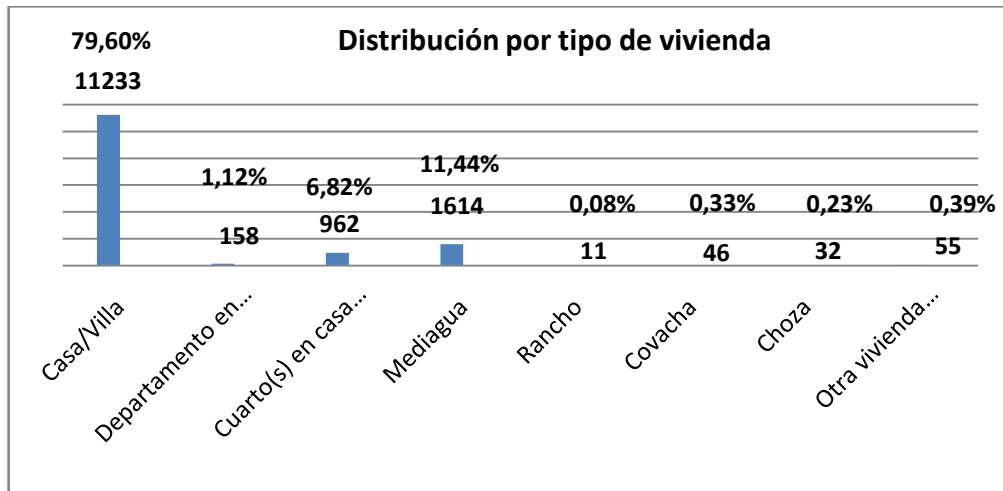
1.10 Vivienda

Según el Censo del INEC 2010 existen 14111 viviendas en la ciudad de Otavalo de las cuales 12994 se encuentran habitadas, es importante señalar que en la ciudad existen 13258 hogares y el número de habitantes por vivienda es de 4.06 personas.

La tendencia o propiedad de la vivienda se encuentra distribuida de la siguiente manera: propia y totalmente pagada el 54.22%, propia y la están pagando 6.09%, Prestada 13.49%, por servicios 0.89% y Arrendada 25.31%.

El tipo de viviendas que existen dentro de la ciudad se encuentran distribuidas por el número y el porcentaje que éstas representan del total de viviendas en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 5
Distribución por Tipo de Vivienda



Fuente: Censo INEC 2010
Elaborado: El Autor

1.11 Servicios Básicos

Otavalo es una ciudad que cuenta con todos los servicios Básicos y complementarios, en donde cabe señalar que la cobertura se ha ido incrementando en los últimos años; en el siguiente cuadro se muestra el acceso que tiene la población a servicios Básicos.

Cuadro N° 6
Acceso de la Población a Servicios Básicos

Servicio	Número de Viviendas	Porcentaje
Agua potable	10873	83.68%
Alcantarillado	9504	73.14%
Energía eléctrica	12598	96.95%
Recolección de basura	11619	89.42%
Telefonía Convencional	5294 hogares	50.73%

Fuente: Censo INEC 2010
Elaborado: El Autor

El acceso que tiene la población a servicios básicos públicos en sus viviendas se expresa de la siguiente manera, 83.68% de las viviendas cuentan con agua de red pública, el 73.14% de viviendas tienen acceso a alcantarillado de red pública, el

96.95% de las viviendas tienen acceso a energía eléctrica de red pública, el 89.42% de las viviendas tienen acceso a servicio público de recolección de basura y el 50.73% de los hogares otavaleños cuentan con servicio de telefonía pública convencional.

1.12 Índice de Pobreza

Según datos estimados por el Gobierno Municipal del Cantón Otavalo para el año 2008, la pobreza afecta al 76,4% de los hogares del cantón Otavalo; en el sector urbano afecta al 59,19% de la población y en el sector rural al 87,80% de la población. El índice de indigencia global es del 10,39%, misma que afecta al sector urbano en 4,10% y en el sector Rural en 14,30%.

1.13 Vialidad

La ciudad de Otavalo cuenta con una vía de primer orden, la cual le sirve para comunicarse con el resto de provincias esa vía es la panamericana, que actualmente se encuentra ampliada a seis carriles en 18,9 km con la ciudad de Ibarra; por otro lado, una vía de segundo orden muy importante es la que une a Otavalo con la zona de Selva Alegre al occidente de la provincia que tiene asfaltado un tramo de 30 Km aproximadamente, y en el futuro llegará hasta Quinindé en la provincia de Esmeraldas. Cabe señalar que existe una importante red vial de tercer orden que cubre gran parte del sector rural, con las comunidades de la ciudad y los atractivos turísticos de cantón.

La ciudad de Otavalo cuenta con excelentes calles y avenidas. El fácil acceso vial que tienen las parroquias con la cabecera cantonal les permite una comunicación rápida, la cual se complementa con el desarrollo económico que genera la actividad industrial, manufacturera y el impulso de sus ferias semanales.

Otavalo por su cercanía a la ciudad de Quito no dispone de un aeropuerto o servicio de transporte aéreo, del mismo modo existe una línea férrea, que forma

parte del sistema nacional de ferrocarriles del Ecuador, la cual se encuentra fuera de servicio por más de una década y necesita ser restaurada.

1.14 Actividades Económicas

Las actividades económicas que se efectúan en el cantón Otavalo se encuentran divididas, en la zona urbana donde las más importantes son la actividad comercial, prestación de servicios y la industria. En las comunidades se trabaja principalmente en agricultura, producción de artesanías textiles, en el sector de la construcción aportando con mano de obra en albañilería, pero la actividad que genera la mayoría de los ingresos en la ciudad es el turismo.

A continuación se detallan las parroquias y la actividad económica a la cual se especializan:

Cuadro N° 7
Parroquias y sus Actividades Económicas

Parroquia	Actividad Económica
Gonzales Suárez	Agricultura y Ganadería, empleados en empresas florícolas, comercio de ropa y animales, producción de esteras y frutillas.
San Pablo de Lago	La población mestiza en su mayoría son empleados públicos, especialmente maestros, Agricultura y ganadería, son empleados de empresas florícolas y se dedican al comercio de ganado, granos y otros productos.

<p>San Rafael</p>	<p>La población Kichwa Otavalo se dedica a la comercialización y producción de esteras, comercio de ropa, procesamiento y venta de granos, elaboración y venta de pan, a la agricultura con buenos resultados en la producción de frutilla y a la actividad ganadera como medio de subsistencia.</p> <p>La población mestiza trabaja en la comercialización de ropa, implementos de aseo personal, comidas y/o son empleados públicos o privados.</p>
<p>Eugenio Espejo</p>	<p>Entre las principales actividades económicas del grupo humano kichwa Otavalo se encuentra la venta de ropa a diferentes países, elaboración y venta de vestimenta indígena: la agricultura y ganadería que es una actividad más bien de subsistencia. La población mestiza trabaja en el sector público y también se dedican al transporte de pasajeros.</p>
<p>Quichinche</p>	<p>Entre las actividades que ocupan al mayor número de Kichwa Otavalo está la agricultura y ganadería, situación que se explica por cuanto poseen la mayor cantidad de tierras, la población mestiza está empleada en el sector público y trabajan también en actividades agrícolas y ganaderas.</p>
<p>San Juan de Ilumán</p>	<p>Entre las principales actividades económicas en las que se ocupan los Kichwa Otavalo está la producción y comercialización de vestimenta indígena, además trabajan en agricultura y ganadería actividad que en muchos casos es de subsistencia y en el comercio de ropa y artesanías hacia otros países. La población mestiza se dedica a la producción y venta de sombreros y también están empleados en entidades públicas y privadas.</p>

Miguel Egas Cabezas (Peguiche)	En la parroquia se estima que alrededor del 60% trabaja en artesanía y textilería, y un 60% se dedica a la venta de esa producción; al rededor de un 30% de las personas se dedican a la producción agrícola y ganadera.
El Jordán	La población de la zona urbana trabaja en la actividad comercial, en la prestación de servicios y en la industria, mientras que en las comunidades trabajan principalmente en agricultura y producción de artesanías textiles.
San Luis	La población de la zona urbana trabaja en la actividad comercial, en la prestación de servicios y en la industria, mientras que en las comunidades trabajan dando mano de obra especialmente al sector de la construcción; también trabajan en la agricultura y producción de artesanías textiles.
Pataquí	Es una zona eminentemente agrícola y ganadera, la mayoría de sus habitantes trabajan en agricultura preferentemente cultivan maíz, papas y todo tipo de hortalizas; la producción de leche es una de las más altas del cantón.
Selva Alegre	Es una Parroquia eminentemente agrícola y ganadera, se producen productos agrícolas tropicales como: plátanos, yuca, caña de azúcar y otros. Es una zona que se dedica a la elaboración del aguardiente. Por la extensión de su territorio, el clima y la buena producción de hierba es una zona apta para la producción de ganado de raza. Aquí quedan las minas de caliza de la fábrica de cemento Selva Alegre.

Fuente: Una Participación en Busca de Actores Otavalo.
Elaborado: El Autor

1.15 Atractivos Turísticos

Según el Gobierno Municipal de Otavalo en su página www.otavalo.gob.ec señala como los atractivos turísticos naturales y culturales más representativos del cantón a los siguientes:

1.15.1 El Lechero



Está ubicado en la loma de Pucará, a una altura de 2.837 metros, a 95 kilómetros al norte de la ciudad de Quito. Hasta el sitio se puede acceder por la parroquia Eugenio Espejo o por los barrios orientales de la ciudad de Otavalo. Es un antiguo árbol, de la variedad conocida como “lechero”, considerado sagrado y utilizado por el pueblo indígena para realizar rituales y ofrendas a la naturaleza.

1.15.2 Parque Cóndor



Está ubicado en la loma de Pucará, a cinco kilómetros al este de la ciudad de Otavalo. Al sitio se puede acceder por los barrios orientales de la urbe o por la parroquia Eugenio Espejo. El parque está dedicado al cuidado de aves de rapiña, como buitres, águilas, gavilanes, gallinazos reales, quílicos y el cóndor, el ave símbolo del Ecuador. También se realizan demostraciones de vuelo con las aves.

1.15.3 Gruta del Socavón

Está ubicada en el sector oriental de la ciudad de Otavalo, en el punto de ingreso al barrio La Florida. Es una gruta rocosa de cuyas profundidades emergen cristalinas aguas. En su interior posa la imagen de la Virgen de Monserrath que fue elaborada en San Antonio de Ibarra por el artista Gonzalo Montesdeoca y colocada en ese lugar en 1.961.

1.15.4 Lagunas de Mojanda



Es un ecosistema donde se encuentran tres lagunas de origen volcánico. Estas son: Karicocha, Warmicocha y Yanacocha (laguna macho, laguna hembra y laguna negra, respectivamente). En la laguna grande, por su riqueza ecológica, es recomendable realizar paseos en canoas a remo, también se puede practicar la pesca deportiva de truchas.

1.15.5 Lago San Pablo



Es el lago más grande de Imbabura. Está ubicado a cuatro kilómetros al suroriente de la ciudad de Otavalo, al pie del cerro Imbabura. Es un óvalo de aproximadamente 583 hectáreas, con una profundidad de 35 metros en su parte central. Aloja a una gran variedad de fauna y flora. Además, es un espacio idóneo para la práctica de deportes acuáticos y el esparcimiento.

1.15.6 Cascada de Peguche



Es una caída de agua de 15 metros de alto por 3 de ancho, ubicada a dos kilómetros de la comunidad Peguche y a 10 minutos de la ciudad de Otavalo. Está rodeada por un inmenso bosque de eucaliptos, en cuyo interior hay una gran variedad de flora, fauna y senderos para el desplazamiento de los visitantes. Es un sitio ceremonial, considerado sagrado por el pueblo.

1.15.7 Cerro Imbabura



El Imbabura es un volcán apagado, el ascenso es recomendado como parte de la aclimatación y preparación si desea ascender otros volcanes o montañas del Ecuador. La flora y fauna de los bosques que rodean al Imbabura es bastante diversa permitiéndole descubrir un poco más acerca de la diversidad natural de la zona.

1.15.8 Mercado Artesanal Centenario (Plaza de Ponchos)



Es uno de los sitios más visitados de la ciudad de Otavalo. El mercado artesanal Centenario, también conocido como “Plaza de los Ponchos”, es mundialmente conocido por la comercialización de artesanías textiles, que son elaboradas por los indígenas del cantón Otavalo, y por la comercialización de una variada gama de manufacturas propias de otros países andinos, especialmente del Perú. Está ubicado en el sector centro-norte de la urbe. La feria se realiza todos los días pero los más concurridos son los días miércoles y sábado que es el día de feria mayor.

1.16 Artesanía Otavaleña

1.16.1 Evolución Histórica de la Artesanía y Manufactura Otavaleña

ESTÉVEZ, Viviana y CHAMORRO, Mónica, 2005, pág. 21, explican: *"Cuando llegaron los conquistadores españoles en la primera mitad del siglo XVI, encontraron en el Ecuador igual que en otras partes del nuevo mundo, manufacturas domésticas, como la alfarería, la cestería y los tejidos que aunque de tipos diferentes, se practicaban también en España y eran indispensables para la vida de los hogares. Ahora bien, el indígena al seguir utilizando y produciendo estas manufacturas no hizo, sino perfeccionarlas, fundiendo los conocimientos hereditarios indígenas con los progresos aportados por el conquistador, de aquí nació un carácter nacional que a*

veces se inclina más a lo autóctono y en otras a lo hispánico muy típicos en sus características son los tejidos Otavaleños que elabora el pueblo indígena de los alrededores de Otavalo: ponchos, chalinas, bufandas, guantes, sacos, cobijas; pero entre todos se distinguen los sacos elaborados con dibujos y mucho color".

La feria del día sábado en Otavalo es muy conocida en el Ecuador y el mundo por ser esta ciudad una de las más emprendedoras y pintorescas del Ecuador, la cual posee grandes y variadas industrias generando grandes movimientos comerciales, allí se venden los productos tejidos por ellos mismo, como son: las fajas bordadas, los sombreros, los ponchos, chalinas, bufandas y sobretodo los sacos de lana elaborados a mano.

Una de las condiciones básicas para la expansión industrial y comercial de la industria textil y la artesanal en la ciudad de Otavalo se origina desde hace unos 35 años aproximadamente, cuando se transformó e incorporó diseños nuevos con materia prima de calidad, obteniendo así una mayor venta y posibilidades de exportación.

La actividad artesanal y manufacturera en la ciudad de Otavalo es la fuente de ingresos de la mayoría de otavaleños, la mayoría de sus productos se caracterizan por ser de origen textil elaborados con productos naturales y sintéticos, lo cual permite sobresalir en el exterior. Uno de los elementos que ha favorecido la competitividad en el mercado internacional ha sido el bajo nivel en las tasas arancelarias que poseen los productos artesanales, permitiendo así enfocar la producción otavaleña a la satisfacción del mercado internacional.

1.16.2 Aparición de los Sacos de Lana de Oveja

www.mira.ec/paginas/Artesanias/artesanias.aspx, explica: "En el año 1964 dos voluntarios del Cuerpo de Paz, Emily y Peter Gladhart llegaron a la ciudad de Mira para ayudar a una comunidad pobre y desesperada. Antes de la llegada de Emily sólo un poco de gente sabía cómo tejer y lo hacían por su cuenta, sin buenos acabados y para uso personal o familiar; ante la necesidad de crear fuentes de trabajo y dándose cuenta de que había mercado para los sacos de lana de borrego, Emily comenzó con

clases semanales de tejido a más de 40 mujeres, constituyendo en 1966 la Cooperativa de " Manufacturas Mira "; que para el año de 1979, en que los Gladharts regresaron a la ciudad, y realizaron una investigación esta reveló que más de mil familias en las provincias de Carchi e Imbabura produjeron 6.000 suéteres al mes, de los cuales entre 50 y 75 por ciento fueron exportados a varios continentes. En la actualidad la producción se ha ampliado por diversos sectores del país, creciendo la competencia y debilitando los ingresos económicos por este concepto".

La producción de sacos de lana de oveja muy conocidos actualmente en el mercado otavaleño, tienen su aparición en la ciudad de Mira con la llegada de los dos voluntarios del Cuerpo de Paz en el año de 1964, que para aquel entonces el producir este tipo de productos necesitaba de un arduo trabajo, ya que realizaban todo el proceso a mano, es decir, trasquilar la lana o comprar lana cruda, lavarla, cardarla, hilarla y luego tejerla, además al no disponer en aquel entonces de tinturas para teñir la lana, los sacos se los elaboraba sólo en color negro, gris y blanco y ocasionalmente café, tinturando la lana con tocte (nogal).

Para que tuviese éxito la producción de sacos de lana, fue indispensable la búsqueda de mercado, su promoción se la realizó con la participación en ferias artesanales, a las afueras de las embajadas de la ciudad de Quito y a extranjeros que llegaban a la ciudad de Mira; poco a poco se conoció el producto y la demanda creció generando ingresos para sus productores y mejorando la calidad de vida de los mismos.

Transcurrido el tiempo, los indígenas otavaleños, ante este nuevo mercado, proporcionaban la lana ya lista para tejerla, lo cual disminuyó el proceso productivo, además empezaron a utilizar lana de distintos colores, dando lugar a nuevas creaciones. Pero, al mismo tiempo, los indígenas, empezaron a tejer y vender los sacos como producto otavaleño, cortando así la posibilidad de que los sacos sean conocidos a nivel internacional como artesanía netamente mireña.

1.17 Construcción de la Matriz AOOD (Aliados, Oponentes, Oportunidades, Amenazas)

**Cuadro N° 8
Matriz AOOD**

Aliados	Oponentes
<p>a) Mercado especializado en la comercialización de productos artesanales.</p> <p>b) Alianzas estratégicas con proveedores y clientes.</p> <p>c) Ciudad con gran potencial turístico.</p> <p>d) Conocimiento de los productores sobre el proceso productivo de artículos a base de lana de oveja.</p> <p>e) Conocimiento de clientes sobre el ciclo productivo de cada artículo.</p> <p>f) Estructura comercial óptima y única en el mercado nacional.</p> <p>g) Provisión garantizada de productos a través de un sistema de integración productivo.</p>	<p>a) Producción limitada de artículos a base de lana de oveja por ser de origen artesanal.</p> <p>b) Débil posicionamiento en el mercado.</p> <p>c) Altos costos directos e indirectos.</p> <p>d) Baja imagen de la empresa en el mercado nacional.</p> <p>e) Existencia de productos sustitutos de lana de oveja con menores costos.</p>
Oportunidades	Riesgos
<p>a) Crecimiento constante en la demanda de productos a base de lana de oveja.</p> <p>b) Comercialización de cuatro tipos de productos de lana de oveja en dos segmentos, con acabados y sin acabados.</p>	<p>a) Falta de experiencia en el mercado.</p> <p>b) La producción artesanal puede detenerse, ya que los productores pueden dedicarse a otra actividad económica diferente a la artesanal.</p> <p>c) La producción de materia prima (lana de oveja) puede disminuir ya que depende de la crianza de ovejas</p>

<p>c) Fortalecer el mercado artesanal a base de lana de oveja en la ciudad de Otavalo.</p> <p>d) Satisfacer la demanda de productos a base de lana de oveja en la ciudad.</p> <p>e) Proveer a almacenes y exportadores de una gran gama de productos para satisfacer sus pedidos.</p> <p>f) Generar ingresos para proveedores de artículos a base de lana de oveja.</p> <p>g) Generar nuevas fuentes de empleo indirecto a nuestros proveedores.</p> <p>h) Dinamización de la economía otavaleña.</p>	<p>d) Aparición de tasas arancelarias para productos artesanales.</p> <p>e) Mano de obra no calificada en la producción de artículos a base de lana de oveja.</p>
---	---

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: El Autor

1.17.1 Conclusión del Diagnóstico Situacional

Luego de haber realizado un análisis del diagnóstico situacional, se ha podido concluir que la ciudad de Otavalo, cuenta con uno de los mercados artesanales más importantes y conocidos a nivel mundial (Mercado Centenario conocido como La Plaza de Ponchos), mismo que se ha convertido en uno de los centros turísticos más importantes del país y por ende la vitrina de la producción artesanal del Ecuador; el mercado otavaleño ha mantenido una considerable trayectoria comercial de productos artesanales a base de lana de oveja con varios países, razón por la cual la ciudad de Otavalo cuenta con las condiciones favorables que permitan la implantación de una empresa de acabados y comercialización de productos artesanales a base de lana de oveja, misma que contribuirá en la dinamización de la economía otavaleña y la generación de empleo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Para la realización del Marco teórico se han tomado conceptos y opiniones científicas, así como también conceptos personales, los cuales han sido agregados para definir cada tema y subtema.

2.1 La Empresa

2.1.1 Definición de Empresa

SARMIENTO, Rubén, 2008, pág. 1, define: *"Es la entidad u organización que se establece en un lugar determinado con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes y/o servicios en general, para satisfacer las necesidades de la sociedad"*.

La empresa es una unidad constituida con fines lucrativos, la cual mediante la combinación de factores o recursos productivos, crea nuevos bienes y/o servicios mismos que oferta en el mercado con la finalidad de satisfacer las necesidades de la población y obtener rentabilidad.

2.1 Objetivo

El objetivo fundamental de una empresa es obtener utilidades o ganancias, minimizando sus costos y gastos, mediante el aprovechamiento máximo de sus recursos disponibles.

2.1.3 Clasificación de la Empresa

Las empresas se clasifican según el sector de actividad, ya sea este sector primario, sector secundario o sector terciario de la economía, según el tamaño en Grandes Empresas, Medianas Empresas, Pequeñas Empresas y Microempresas; según la propiedad del capital en Empresa Privada, Empresa Pública y Empresa Mixta; según el ámbito de su actividad en Empresas Locales, Empresas Regionales, Empresas Nacionales, Empresas Multinacionales; según la forma jurídica en unipersonal, Sociedad Colectiva, Cooperativas, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad Anónima.

2.1.3.1 Sociedad Anónima

Es una sociedad de índole económica o empresarial formada por dos o más accionistas los cuales integran un capital social mediante sus aportaciones, sus socios no responderán de modo personal por las deudas sociales. La compañía llevara el denominativo de Sociedad Anónima o su abreviatura S.A, la cual para su constitución no podrá tener un capital menor a \$800 USD dividido en acciones.

2.1.4 Marco legal de una Empresa en Ecuador

La empresa en la economía es de gran importancia puesto que es el eje fundamental para la generación de riqueza, la empresa tiene como finalidad dinamizar globalmente a la economía, razón por la cual toda actividad empresarial o proyectos que se ejecuten dentro de ella, deben realizarse bajo una normativa legal que regule sus derechos y obligaciones.

Las principales normas son:

- Registro en la superintendencia de compañías
- Patente de funcionamiento Municipal
- Registro único de contribuyentes (RUC)

- Facturación
- Permiso ambiental
- Toda empresa debe de regirse a las leyes y reglamentos vigentes en el Ecuador, dentro de las cuales causaren responsabilidad.

2.2 La Artesanía

Es el conjunto de las artes realizadas total o parcialmente a mano que requiere destreza manual y artística para realizar objetos funcionales o decorativos. La actividad artesanal es la practicada manualmente, en la transformación de la materia prima para elaborar nuevos de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas, siempre y cuando predomine la actividad manual sobre la mecanizada. Para que se considere una actividad como artesanal es importante que el denominado artesano no tenga invertido en implementos de trabajo, como maquinarias y materias primas una cantidad superior al 25% del capital fijado para la pequeña industria excluidos vehículos y edificaciones”.

2.2.1 Tejido

MORALES, Walter, 2010, pág. 95, añade: *"Este proceso se realiza a mano, con la cual se teje al hilo y se va dando formas al saco en piezas y se obtiene el producto semielaborado. En este proceso es muy importante la experiencia del trabajador, ya que de ella depende el volumen de producción para que no exista el riesgo de dañarse"*.

El tejido es el proceso que se realiza a mano mediante la utilización de agujones, en donde se teje el hilo para dar formas creando así gran variedad de productos como: gorras, bufandas, sacos, guantes entre otros.

2.3 Estudio de Mercado

JÁCOME, Walter, 2005, Pág. 99, expone: *"El estudio de mercado en un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de la pre factibilidad de un proyecto, porque permite avizorar en forma prospectiva la aceptación o no del producto o servicio que se va a ofertar en el mercado y que es el motivo del proyecto"*.

El estudio de mercado permite determinar la aceptación de un producto o servicio en un mercado determinado, así como preferencias del consumidor y el precio dispuestos a pagar.

2.3.1 El Producto.

ARBOLEDA, Germán; 2001, pág. 49, señala: *"El producto del proyecto es el resultado tangible de la acción del trabajo sobre y con los otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades. El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción"*.

Se entiende por producto un bien o servicio que se oferta en un mercado, luego de que este ha pasado por un proceso de transformación en sus factores productivos con la finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor.

2.3.2 Mercado

ARBOLEDA, Germán, 2001, pág. 47, define: *"El mercado es el área en el cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar"*.

Mercado es el área en la cual se desarrollan actividades comerciales y actúan directamente las fuerzas de la oferta y la demanda para determinar por si solas el precio de bienes y/o servicios, sin la intervención del estado.

2.3.3 Mercado Meta

Es la parte del mercado hacia donde conviene dirigir los esfuerzos para obtener posicionamiento comercial, tomando en cuenta los atractivos que esté presente y la capacidad de la empresa para captar consumidores y satisfacer competitivamente sus necesidades.

2.3.4 Segmento de Mercado

Segmento de mercado significa dividir al mercado en función de sus necesidades y preferencias; ya que la población no es homogénea se lo puede hacer por edades, por grupos, por gustos, por género, por ingresos, entre otros.

2.3.5 Demanda

BACA, Gabriel, 2006, pág. 17, expresa: *"Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado"*.

La demanda son todos los bienes y/o servicios que la comunidad solicita en un mercado a un precio definido para satisfacer sus necesidades, es importante determinar la demanda ya que de esta dependerá la factibilidad del proyecto.

2.3.6 Oferta

BACA, Gabriel, 2006, pág. 48, dice: *"Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores), está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado"*.

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que se venden en un mercado, a un precio definido, los cuales buscan satisfacer las necesidades de los consumidores. Dentro del estudio financiero la oferta es la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a comercializar.

2.3.7 Precio

CÓRDOBA, Marcial, 2009, pág. 173, define: *"Al precio se lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien"*.

Es el valor monetario que tiene un bien y/o servicio en el mercado, el cual se encuentra definido por las fuerzas de la oferta y demanda, además de la disponibilidad del productor por vender y el consumidor por adquirir a ese valor encontrando un punto de equilibrio comercial.

2.3.8 Comercialización

ARBOLEDA, Germán, 2001, pág. 56, enuncia: "*La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios*".

MICROSOFT, Encarta, (Comercialización) 2009, define: "*La comercialización es un conjunto de actividades realizadas para dar a un producto las condiciones y vías para su venta*".

La comercialización es la intermediación o nexo entre productor y consumidor final, los cuales mediante el intercambio realizado obtienen un beneficio, el productor ingresos, el comerciante ganancias y el consumidor satisface sus necesidades adquiriendo un bien o servicio.

2.3.8.1 Canales de Distribución

Los canales de distribución cumplen la función básica que es la de concretar el encuentro entre la oferta y la demanda. Esto se realiza a través de distribuidores mayoristas, minoristas, agentes, etc.

Funciones de la distribución.

- a. Transporte
- b. Fraccionamiento
- c. Almacenamiento
- d. Promisión
- e. Búsqueda y localización de clientes
- f. Contacto con los compradores

- g. Negociación en las condiciones de ventas
- h. Preparación de los pedidos
- i. Transferencia de la propiedad (Compraventa)
- j. Financiación de la venta
- k. Cobranza
- l. Información de los productos al consumidor y viceversa.

2.3.8.2 Promoción y Publicidad

MICROSOFT, Encarta, (Promoción), 2009, señala: *"La promoción de ventas se suele realizar mediante el contacto directo entre el vendedor y el comprador potencial, la presentación se hace de tal manera que se pueda convencer al comprador de que el producto que se le vende le es absolutamente necesario"*.

MICROSOFT, Encarta, (Publicidad), 2009, manifiesta: *"Publicidad es el término utilizado para referirse a cualquier anuncio destinado al público y cuyo objetivo es promover la venta de bienes y servicios"*.

La promoción y la publicidad son herramientas indispensables que combinadas sirven para obtener acogida y posicionamiento de un bien y/o servicio en el mercado, a través de múltiples medios con la finalidad de crear una necesidad y convencer al consumidor que el producto ofertado es necesario y satisface sus necesidades.

2.4 Estudio Técnico

JÁCOME, Walter, 2005, pág. 133, expresa: *"Esta fase corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr el proyecto a implantar tenga éxito"*.

Este estudio tiene por objetivo estimar las variables técnicas del proyecto para su puesta en marcha, comenzando por la descripción del lugar en donde se va a implantar, infraestructura e Inversiones necesarias para su ejecución.

2.4.1 Tamaño del Proyecto

BACA, Gabriel, 2006, pág. 92, señala: *"El tamaño óptimo del proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica"*.

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad instalada del mismo en función de la cantidad a producir un determinado bien o servicio durante su vida útil, con el fin de obtener la mayor rentabilidad en función de un análisis técnico y aprovechamiento máximo de sus recursos.

2.4.2 Localización del Proyecto

MEZA, Jhonny, 2010, pág. 23, añade: *"El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio"*.

La localización es determinar el lugar óptimo en el cual se debe implantar un proyecto, misma que debe contar con factores de competitividad para alcanzar alta rentabilidad, a través de la disminución costos y un acceso oportuno al consumidor.

2.4.2.1 Macro Localización

CÓRDOBA, Marcial, 2009, pág. 226, explica: *"La macro localización 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, debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto"*.

Al hablar de macro localización se refiere al lugar en el cual se implantará el proyecto, tomando en cuenta una amplia área geográfica misma que debe contar con las condiciones necesarias para su operatividad.

2.4.2.2 Micro Localización

JÁCOME, Walter, pág. 133, 2005, dice: *"Es la parte donde se establecen condiciones específicas o particulares que permiten fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto, para lo cual se adiciona la siguiente información: parroquia, calles longitudinales y transversales, dirección domiciliaria y telefónica de ser posible, croquis de ubicación"*.

La Micro Localización se refiere a la ubicación específica que tendrá un proyecto dentro de una pequeña área geográfica, es decir se define con exactitud la dirección domiciliaria que este tendrá en función de factores estratégicos.

2.5 Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto se refiere a la determinación de aspectos importantes como: procesos productivos, maquinaria, infraestructura física, servicios básicos y equipamiento necesario para la puesta en marcha de una unidad productiva, dicho estudio debe realizarse con responsabilidad y confiabilidad puesto que de este dependerá el normal desarrollo de las actividades

2.5.1 Proceso Productivo

CÓRDOBA, Marcial, 2010, pág. 256, añade: *"El proceso productivo se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos o servicios, mediante la participación de una determinada tecnología que combina mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación"*.

Es la combinación de factores productivos dentro de un proceso de transformación que tiene como finalidad crear nuevos productos o servicios, mediante una administración técnica para conseguir eficiencia en el ahorro de recursos, alcanzado así la mayor rentabilidad y competitividad en el mercado, sin dejar de lado la calidad y satisfacción del consumidor.

2.5.2 Flujograma de Procesos

Es un esquema secuencial que muestra los procesos de transformación de los factores productivos hasta la obtención del producto o servicio final, mediante un riguroso control para cumplir con las expectativas de calidad y competitividad.

2.5.3 Tecnología

ARBOLEDA, Germán, 2001, pág. 186, explica: *"El primer paso consiste en identificar la tecnología; es decir, el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o para prestar el servicio"*.

Se entiende por tecnología la utilización de conocimientos, herramientas y equipos sofisticados dentro del proceso productivo para optimizar recursos y mejorar el desempeño del personal.

a) Activos Fijos

BRAVO, Mercedes, 2007, pág. 246, argumenta: *"El activo fijo está constituido por los bienes y derechos de larga duración que son utilizados en la operación del negocio o la empresa y por lo tanto no están destinados para la venta"*.

Los activos fijos son bienes duraderos que se han adquirido con la finalidad de usarlos durante la operación del negocio o la vida útil de estos, cuentan con un valor monetario y un valor depreciable dependiendo del activo y son adquiridos para su utilización y no para su comercialización.

b) Activos Diferidos

MEZA, Jhonny, 2010, pág. 119, dice: *"Son aquellas inversiones que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto"*.

BACA, Gabriel, 2006, pág. 203, agrega: *"El activo diferido comprende todos los activos intangibles de la empresa"*.

Son inversiones en activos intangibles, mismos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto, estos pueden ser gastos de constitución e instalación, permisos de operación, registro sanitario, gastos de estudios, entre otros.

c) Capital de Trabajo

CÓRDOBA, Marcial, 2010, pág. 320, explica: *"El capital de trabajo que contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para funcionar una empresa, es decir los medios financieros necesarios para la producción mientras se perciben ingresos"*.

El capital de trabajo es la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto durante un determinado periodo de tiempo, se estima dependiendo de sus egresos, rotación en sus ventas y la capacidad de generar en el corto plazo sus primeros ingresos.

2.5.4 Inversión

ZAPATA, Pedro, 2008, pág. 135, señala: *"Una inversión es toda adquisición de medios de producción, inclusive colocación en valores mobiliarios con el objeto de conseguir una renta"*.

La inversión constituye una salida de fondos, misma que se encuentra distribuida en tres elementos fundamentales del proceso productivo que son: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, la inversión puede ser realizada en la constitución o iniciación de un negocio o durante su funcionamiento, con la finalidad de mejorar la productividad y generar riqueza futura.

2.5.5 Talento Humano

www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/30/grh.htm, manifiesta: *"Talento humano: Es la aptitud intelectual de los hombres de una organización valorada por su capacidad natural o adquirida para su desempeño"*.

El talento humano es el conjunto de cualidades y aptitudes de las personas que conforman una organización, mismas que contribuyen en el desarrollo de las actividades generando productividad y riqueza para la misma.

2.6 Estudio Financiero

SAPAG, Nassir y SAPAG, Reinaldo, 2008, explican: *"Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad"*.

El estudio financiero permite establecer los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, determinando ingresos y egresos que tendrá durante su vida útil, teniendo como resultado la utilidad o pérdida que pudiese generar anualmente, además define la factibilidad financiera en función del análisis de sus indicadores financieros.

2.6.1 Ingresos

MICROSOFT, Encarta, (Ingreso), 2009, afirma: *"Es el dinero, o cualquier otra ganancia o rendimiento de naturaleza económica, obtenido durante cierto periodo de tiempo. El ingreso puede referirse al de un individuo, a una entidad, a una corporación o de un gobierno"*.

Los ingresos son valores recibidos de cualquier naturaleza ya sea en dinero o especies generadas por el intercambio de un bien o un servicio, en el caso de una empresa los ingresos provienen de las ventas de bienes o servicios.

2.6.2 Egresos

www.definicion.org/egreso, define: *"Es la Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aún cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias. En Contabilidad Gubernamental, los pagos se hacen con cargo al presupuesto de egreso"*.

Los egresos son desembolsos o salidas de dinero debido a gastos directos e indirectos dentro del proceso productivo, los cuales son indispensables ya que forman parte de la inversión y permiten generar productividad y riqueza para la empresa.

a) Costos

ZAPATA, Pedro, 2008, pág. 25, afirma: *"Costos son valores pagados para cubrir actividades indispensables para generar un ingreso operativo; estos valores se recuperan con la venta de un bien o servicio"*.

Costos son gastos necesarios para ejecutar y mantener un proyecto los cuales se enfocan principalmente en costos directos que son la adquisición de materia prima directa, costos indirectos o adquisición de insumos opcionales para cada producto y sueldos del personal de producción los cuales generan operatividad en una empresa.

- **Materia Prima**

es.wikipedia.org/wiki/Materiaprima, expresa: *"Se conocen como materias primas a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo"*.

La materia prima es el elemento básico que se somete a un proceso de transformación llegando a obtener un producto o servicio terminado. La materia prima es la base fundamental para elaborar un producto.

- **Mano de Obra Directa**

es.wikipedia.org/wiki/Manodeobra, explica: *"En la contabilidad general de las empresas, se entiende por mano de obra el costo total que representa el montante de trabajadores que tenga la empresa, incluidos los salarios y todo tipo de impuestos que van ligados a cada trabajador"*.

La mano de obra se refiere al trabajo humano necesario para elaborar un producto o servicio ya sea manualmente, intelectualmente o manejando algún tipo de maquinaria, se considera como costos de mano de obra a los salarios y aportaciones necesarias por cada uno de los trabajadores.

- **Costos Indirectos de Fabricación (CIF)**

Los costos indirectos de fabricación no constituyen un elemento directo del costo del producto, pero forman parte del costo de producción ya que son indispensables dentro del proceso productivo, estos tienen como característica que ocurren de forma no uniforme por lo cual es indispensable realizar estimaciones y son: materiales indirectos, energía eléctrica, agua, mano de obra indirecta, entre otros.

b) Gastos Administrativos

BACA, Gabriel, 2006, pág. 172, afirma: "*Son los costos que provienen por realizar la función Administrativa de la Empresa*".

Los gastos administrativos son los costos realizados en la función administrativa, dentro de los cuales se encuentran las remuneraciones del personal administrativo, gastos de representación, suministros, material de oficina y servicios diversos constituidos por arriendo, energía eléctrica, agua etc.

c) Gastos de Ventas

BRAVO, Mercedes, 2007, pág. 191, define: "*Los gastos de ventas son todos los desembolsos o pagos que se realizan en el departamento de ventas como: sueldos a vendedores, comisiones, publicidad, entre otros*".

Los gastos de ventas son aquellos que se realizan directamente en el departamento de ventas para su normal funcionamiento, ya que de este depende el posicionamiento en el mercado mediante la promoción y publicidad que genere además de los acuerdos comerciales que ejecute.

d) Gastos Financieros

Corresponden a todos los cargos financieros producto de intereses por créditos u obligaciones contraídas con instituciones financieras durante un proceso productivo.

e) Depreciaciones

Las depreciaciones representan la desvalorización de los activos ya sea por uso o por obsolescencia, todos los activos tangibles se deprecian anualmente y el porcentaje en que lo realizan depende de su naturaleza.

2.6.3 Balance General

El balance general es un informe contable que presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, dentro del cual se manejan cuentas de activo, pasivo y patrimonio, lo cual permite tener una visión clara de la situación real de la empresa.

2.6.4 Estado de Pérdidas y Ganancias

ZAPATA, Pedro, 2008, pág. 306, agrega: "Es un informe contable que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un período determinado, producto de la gestión acertada o desacertada de la Dirección, o sea, del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia".

Es un informe que presenta de manera ordenada todos los ingresos y egresos, incluyendo las cuentas de rentas que existieron durante el ejercicio económico, determinando si existió utilidad o pérdida producto de la gestión realizada por sus administradores.

2.6.5 Flujo de Caja

CÓRDOBA, Marcial, 2009, pág. 335, define: *"Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo las operaciones que como la depreciación y amortización no constituyen una salida de dinero"*.

El flujo de caja representa en una forma esquemática las salidas y entradas de dinero incluyendo depreciaciones, amortizaciones, reinversión así como también el valor en la liquidación de proyecto, permitiendo aplicar criterios de rentabilidad para conocer la bondad del mismo desde el punto de vista financiero. Es decir es una herramienta que sirve para determinar si un proyecto es rentable o no en un periodo determinado de tiempo.

2.6.6 Evaluación Financiera

La evaluación financiera analiza los beneficios netos del proyecto en términos económicos, porcentuales y el tiempo en el cual podemos obtener beneficios debido al factor capital que se realiza en la inversión.

2.6.6.1 Valor Actual Neto (VAN)

BACA, Gabriel, 2006, pág. 221, señala: *"Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial"*.

El VAN Representa la rentabilidad en términos monetarios, comparando la inversión actual con los flujos futuros, es decir actualizando los flujos futuros para poderlos comparar, mediante la diferencia existente entre estos, al realizar esta operación se espera un VAN positivo para el emprendimiento del proyecto, caso contrario se rechaza la posibilidad de ejecutarlo.

2.6.6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

CÓRDOBA, Marcial, 2009, pág. 369, argumenta: *"La tasa interna de retorno conocida como la TIR; refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arroja período a período durante toda su vida útil"*.

La TIR es una herramienta que sirve para la toma de decisiones, la cual mide el rendimiento mínimo del proyecto en forma porcentual durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos netos proyectados o el momento en el que el VAN es igual a cero. Para la puesta en marcha del proyecto la TIR debe ser mayor a la tasa obtenida por el Costo de Oportunidad, si la TIR no es mayor se rechaza la aplicación del proyecto.

2.6.6.3 Relación Costo – Beneficio

www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html, define: *"La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto"*.

Esta relación Costo-Beneficio permite analizar el valor que tiene el proyecto, determinando cual es el valor recuperado por cada dólar invertido durante su vida útil. El cálculo se lo realiza dividiendo la sumatoria de las Flujos Netos Actualizados para la Inversión Inicial.

2.6.6.4 Punto de Equilibrio (PE)

ARBOLEDA, Germán, 2001, pág. 308, explica: *"El punto de equilibrio es aquel en el cual los ingresos provenientes son iguales a los costos de operación y de financiación"*.

El Punto de Equilibrio es una herramienta indispensable que permite determinar la cantidad mínima a producir en unidades o términos económicos, misma que cubre todos sus gastos sin generar rentabilidad ni pérdidas basándose en el análisis de costos fijos y variables.

2.6.6.5 Periodo de Recuperación de la Inversión

CÓRDOBA, Marcial, 2010, pág. 362, dice: *"El período de recuperación llamado también período de reembolso, se define como el número esperado de de períodos para recuperar la inversión original"*.

Es un indicador de evaluación financiera que mide el tiempo en el que retorna la inversión inicial a través de la rentabilidad y beneficios que obtiene el proyecto durante un horizonte de tiempo. Para determinar el periodo de recuperación de la inversión se lo realiza mediante el análisis de los flujos netos, acumulando hasta que su sumatoria se iguala a la inversión, el momento en que sean iguales se considerará como el periodo de recuperación.

2.7 Estructura Organizacional

La estructura organizacional tiene que ver con el ambiente en el cual una empresa desarrollara sus actividades, teniendo en cuenta aspectos políticos, de organización, situación legal, valores corporativos y objetivos Institucionales.

2.7.1 Misión

www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-definicion.htm, define: *"La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: Lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer, y él para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas"*.

La misión es la razón de ser de una empresa, misma que expresa los objetivos y actividades a cumplir día a día, la misión se encuentra definida por una política interna, el entorno, los recursos y la capacidad que tiene la empresa.

2.7.2 Visión

www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-definicion.html, explica: *"la visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en que se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc."*.

La visión expresa los objetivos futuros que tiene una organización, es decir hacia dónde quiere llegar, en el corto y largo plazo.

2.7.3 Organigrama Estructural

Representa el esquema básico de una organización, el cual muestra la composición de sus partes integrantes como son los departamentos existentes, sus funciones y las respectivas relaciones que existen en la misma, así como los niveles jerárquicos y canales de comunicación.

2.7.4 Organigrama Funcional

TAPIA, Ana, 2010, pág. 29, expresa: *"Divide la organización por funciones típicas: personal, finanzas, producción o manufactura, ingeniería, etc. Donde cada trabajador responde o no a un solo jefe, como en la organización militar, o a varios de ellos, según la especialidad o función de que se trate. Siendo esta recomendable para aquellas empresas que presentan condiciones internas y externas muy estables"*.

El organigrama funcional parte del organigrama estructural y refleja las jerarquías, así también la relación que existe entre cada nivel jerárquico por lo cual es indispensable adecuados canales de comunicación, ya que cada departamento es importante así como cada empleado que cumple funciones específicas de acuerdo al cargo asumido mismas que se detallan en el organigrama.

2.8 Impactos

JÁCOME, Walter, 2005, pág. 171, afirma: *"Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto"*.

Los impactos son la huella que produce la implantación de cualquier unidad productiva, estos impactos se evidencian luego de la puesta en marcha de un proyecto, pero el objetivo principal que tiene un proyecto es anticiparse en el

conocimiento de los posibles efectos que este pudiese generar, sin importar que aun no se haya puesto en marcha.

2.8.1 Impacto Social

MENDOZA, Franklin, 2010, pág. 36, explica: *"Se refiere a la solución de posibles problemas que se pueden dar en el desarrollo social dentro de una región del país con el fin de mejorar las condiciones de vida, tales como son: la satisfacción de las necesidades básicas, crecimiento económico, y, especialmente en el ámbito educacional, profesional, social, cultural, entre otros"*.

Es la medición de los efectos que generará el proyecto durante su vida útil enfocado en el ámbito social, los efectos pueden ser positivos o negativos dependiendo de los resultados que se puedan reflejar en indicadores como: calidad de vida, integración familiar, seguridad laboral, acceso a servicios básicos, etc.

2.8.2 Impacto Económico

El impacto económico es el efecto multiplicador que genera todo tipo de inversión y se puede reflejar en indicadores como: empleo, estabilidad económica, capacidad adquisitiva, rentabilidad y dinamización de una economía, de igual manera si el indicador de rentabilidad es negativo la factibilidad de una empresa se encuentra en riesgo.

2.8.3 Impacto Educativo y Empresarial

Impacto Educativo, es la incidencia que tiene un proyecto en el ámbito intelectual de un determinado lugar, luego de que existiera factores que modificarán los actuales hábitos o conocimientos.

Impacto Empresarial, es la generación de una nueva cultura de inversión, la cual pretende beneficiar con conocimientos de emprendimiento, a un grupo de la sociedad.

2.8.4 Impacto Ambiental

ARBOLEDA, Germán, 2001, pág. 417, afirma: *"Por impacto ambiental se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativas o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración"*.

Impacto Ambiental es la modificación en las condiciones normales del medio ambiente, las cuales surgen por la generación de nuevos factores los cuales pueden ser positivos o negativos, dentro del proceso productivo es indispensable minimizar al máximo elementos contaminantes, para preservar la salud, bienestar de la población la conservación, recuperación de los recursos naturales, así como también el normal funcionamiento de las empresas.

2.8.5 Impacto Cultural

El impacto Cultural es aquel que modifica las condiciones normales en los modos de vida de una comunidad, así como tradiciones, creencias, valores, etc. Un impacto en lo cultural puede ser positivo o negativo, lo recomendable es que sea positivo y que en lugar de afectar a una cultura apoye y le ayude a conservar sus principios.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

La ciudad de Otavalo es un gran exponente dentro del campo artesanal a nivel nacional e internacional, lo cual le ha servido como vitrina para mostrar la diversidad de sus productos y permitirle a su población el mejoramiento de la calidad de vida, puesto que la actividad artesanal es la principal ocupación productiva del cantón, y se ha convertido en el principal atractivo para captar turismo en la ciudad.

Los productos artesanales a base de lana de oveja tienen una gran importancia en la economía de la ciudad, puesto que ha generado fuentes de empleo y es el sustento de muchas familias en la provincia de Imbabura como en la provincia del Carchi.

El presente estudio se encuentra enfocado en la consecución de nuevas alternativas de comercialización, de competitividad y de mejoramiento de la calidad de vida de los productores puesto que la intermediación existente en la ciudad ha creado un margen amplio de ingresos entre productor e intermediario, siendo el intermediario el que se lleva la mayor rentabilidad.

La principal actividad que se pretende desarrollar es la intermediación entre productores y exportadores de productos artesanales a base de lana de oveja, adquiriendo la producción directamente a los productores inicialmente en la comunidad de Carabuela y agregarles a estos productos sus respectivos acabados para luego comercialarlos a un mercado específico que en este caso son

comerciantes exportadores de este tipo de productos los mismos que se han dedicado a colocar estos productos en el mercado internacional.

3.2 Objetivos del Estudio de Mercado

- Realizar un análisis sobre las condiciones del mercado artesanal textil, enfocado en la creación de la empresa de acabados y comercialización de productos artesanales a base de lana de oveja, para determinar la oferta y demanda de este tipo de productos.
- Diseñar un modelo de mercado adecuado para la creación de esta empresa.
- Determinar la situación actual de los almacenes que comercializan productos artesanales a base de lana de oveja en la ciudad, para establecer una funcionalidad adecuada de la empresa.
- Fijar estrategias y políticas que llevará a cabo la creación de la empresa.
- Identificar el tipo de promoción y publicidad que llevará al proyecto a posicionarse adecuadamente en el mercado.
- Establecer las fortalezas y debilidades del mercado artesanal textil.

3.3 Producto

3.3.1 Productos Artesanales a Base de Lana de Oveja


Los productos sujetos a estudio de mercado son los artesanales tejidos a mano y productos considerados artesanales que son elaborados con la ayuda de telares rústicos, cuyos principales componentes son hilo a base de lana de oveja, algodón y poliéster con mayor demanda en el mercado nacional e internacional, los cuales son: sacos, gorras, guantes y Bufandas.





La comercialización se pretende realizar a pedido del consumidor ya sean solo tejidos o con acabados tales como forrado con algodón y poliéster para que puedan estos tener suavidad y calidez y puesto que si son utilizados con lana producen una sensación de comezón, marca, botones y adornos cuya característica es que son productos abrigados y por el proceso de producción son considerados artesanales que tienen combinación de varios colores y en otros casos son de un solo color son elaborados en varios tamaños que satisfacen las necesidades del mercado local y extranjero. Cada producto se encuentra diferenciado por su uso, el mayor atractivo de estos productos es que son utilizados en los países con climas fríos.

Estos productos serán comercializados principalmente a almacenes que tienen definido el mercado internacional, y a comerciantes de este tipo de producto. Son productos no perecibles, elaborados con materiales de origen natural por lo cual el impacto ambiental es menor que el que genera el resto de materias textiles sintéticas.

Cuadro N° 9

Gama de Productos Artesanales a Base de Lana de Oveja

Producto	Género	Color	Elaboración	Talla
<p>Sacos</p> 	Niños	Arco Iris, Claros, Oscuros.	Tejido a mano y tejido en telares	0,2,4,6
	Hombres	Arco Iris, Claros, Oscuros.	Tejido a mano y tejido en telares	M,L,XL
	Mujeres	Arco Iris, Claros, Oscuro	Tejido a mano y tejido en telares	M,L

<p>Gorras Normales</p> 	<p>Todo género</p>	<p>Arco Iris, Claros, Oscuros.</p>	<p>Tejido a mano y tejido en telares</p>	<p>Small, Medium, Large</p>
<p>Gorras de Animales</p> 	<p>Todo género</p>	<p>Dependiendo del animal elaborado.</p>	<p>Tejido a mano</p>	<p>Small, Medium</p>
<p>Bufandas</p> 	<p>Todo Género</p>	<p>Arco Iris, Claros, Oscuros.</p>	<p>Tejido a mano, tejido en telares</p>	<p>Small, Medium, Large</p>
<p>Guantes</p> 	<p>Todo Género</p>	<p>Arco Iris, Claros, Oscuros.</p>	<p>Tejido a mano, tejido en telares</p>	<p>Small, Medium, Large</p>

Fuente: Estudio De Mercado.
Elaborado: El Autor

3.4 Segmento de Mercado

El tipo de productos que se va a comercializar en la empresa se encuentra destinado principalmente hacia los almacenes que realizan exportación de productos artesanales a base de lana de oveja, razón por la cual se pretende contribuir para que estos puedan cumplir con sus pedidos en el exterior y puedan alcanzar competitividad; para determinar el número e identificar los almacenes existentes en la ciudad se determinó mediante un censo e información otorgada por la Municipalidad de Otavalo, a través de las patentes municipales, se determinó que existen 31 almacenes dedicados a este tipo de actividad.

3.4.1 Almacenes Comercializadores de Productos de Lana de Oveja en la Ciudad de Otavalo

- | | |
|---------------------------|---------------------------------------|
| 1. A Mano Artesanias | 17. Mindala Export |
| 2. Aly Handicrafts | 18. Mundo Color |
| 3. Aly Maqui | 19. Native American |
| 4. Artesanias de la Torre | 20. Native pride Artesanias |
| 5. Artesanias La Cascada | 21. Productos Santillán |
| 6. Artesanías Otavalo | 22. Quichua Creations |
| 7. Black Sheep Exports S. | 23. Rafael Maldonado |
| 8. Buque Yarina | 24. Runa Maqui |
| 9. Distribuidor Tabi | 25. Runa Pacchac |
| 10. Hecho a Mano | 26. Sumag Maky |
| 11. Hilana | 27. Tejidos Indigenas
Ecuatorianos |
| 12. Inca Marka | 28. Tejidos Jardinova |
| 13. Inti Andes | 29. Tejidos Mendalays |
| 14. Inti Taita | 30. Tejidos Rumiñahui |
| 15. La Casa de la Lana | 31. Textilana |
| 16. Lema Maldonado | |

Fuente: Censo

Elaborado: El Autor

3.4.2 Herramienta de Recopilación

Para la recopilación de los datos se utilizó la encuesta, siendo una herramienta de mucha ayuda, con la cual podemos determinar la información más actualizada y adoptar el criterio de los encuestados.

3.5 Mercado Meta

El mercado meta estará constituido por todos las personas y almacenes exportadores de productos artesanales a base de lana de oveja de la ciudad de Otavalo y en un futuro tener una ampliación para exportadores de otras ciudades del Ecuador.

Para un mayor conocimiento se determino mediante información del Banco Central del Ecuador en su portal, que existen 50 exportadores de productos de lana de oveja, en el cantón Otavalo.

Se detalla información de los exportadores del cantón Otavalo con sus respectivos números de contacto en el Anexo N° 4.

3.6 Evaluación de la Información

3.6.1 Análisis y Evaluación de la Encuesta Aplicada a los Productores de Artículos a Base de Lana de Oveja en la Comunidad de Carabuela

- **Género de la Persona Encuestada**

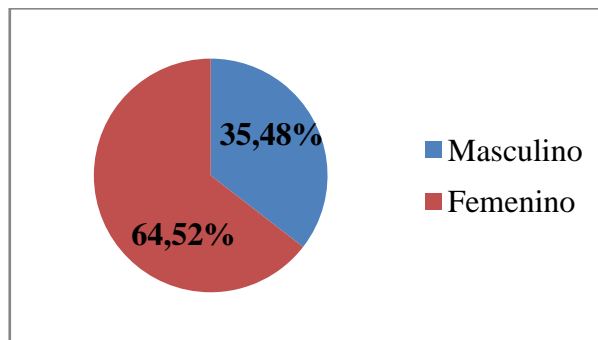
Cuadro N° 10

Género de Personas Encuestadas

Género	Frecuencia	%
Masculino	11	35,48
Femenino	20	64,52
Total	31	100,00

Fuente: Productores
Elaborado:El Autor

Gráfico N° 1
Género de Personas Encuestadas



Análisis:

Se observa que de los productores de artículos de lana de oveja existentes en la comunidad de Carabuela, el género que predomina es el femenino representando dos terceras partes de población total y únicamente una tercera parte de la población se encuentra constituida por el género masculino. Es importante señalar que en esta comunidad es la principal actividad de sustento en las familias.

1. ¿Alrededor de cuántos años se dedica a tejer productos de lana de oveja?

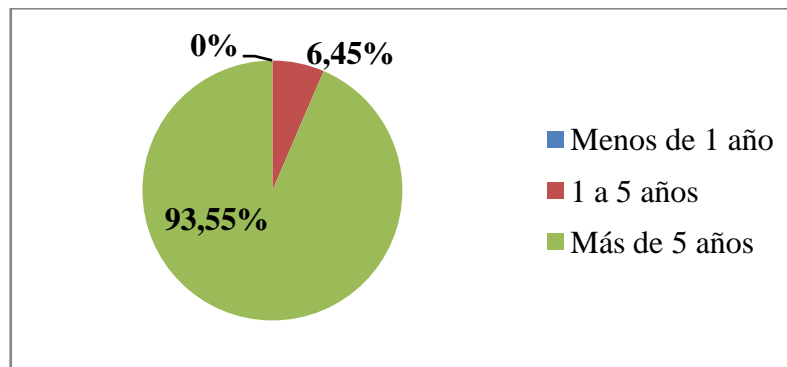
Cuadro N° 11
Tiempo que Lleva como Productor

Variable	Frecuencia	%
Menos de 1 año	0	0,00
1 a 5 años	2	6,45
Más de 5 años	29	93,55
Total	31	100,00

Fuente: Productores
Elaborado: El Autor

Gráfico N° 2

Tiempo que Lleva como Productor



Análisis:

Según el cuadro anterior podemos determinar que los productores de la comunidad de Carabuela que se dedican a esta actividad la vienen realizando en su gran mayoría por más de 5 años, resultado que se encuentra representado por nueve decimas partes de la población, y son pocas las familias que llevan menos de 5 años lo cual representa una decima parte de la población encuestada; este resultado nos indica que son proveedores potenciales para la empresa.

2. ¿En qué lugar entrega su producto?

Cuadro N° 12

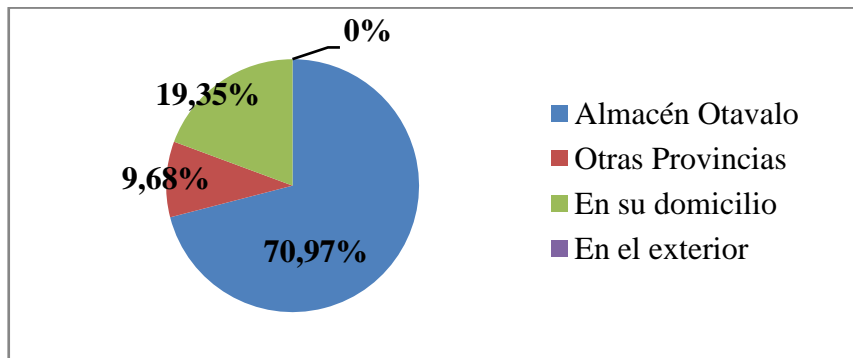
Lugar de Entrega de Productos

Variable	Frecuencia	%
Almacén en Otavalo	22	70,97
Otras Provincias	3	9,68
En su domicilio	6	19,35
En el exterior	0	0,00
Total	31	100,00

Fuente: Productores
Elaborado:El Autor

Gráfico N° 3

Lugar de Entrega de Productos



Análisis:

Se observa que los productores en gran mayoría, entregan sus artículos en almacenes de la ciudad de Otavalo debido a la existencia de varios compradores y por no contar con clientes fijos, otra manera de entregar sus productos es en su domicilio ya que cuentan con clientes que los visitan para retirar sus pedidos y minoritariamente la producción es entregada en otras provincias ya que los principales exportadores de este tipo de artículos se encuentran en la ciudad de Otavalo, es importante señalar que ninguno de los productores exporta directamente.

3. ¿Cada qué tiempo entrega sus productos?

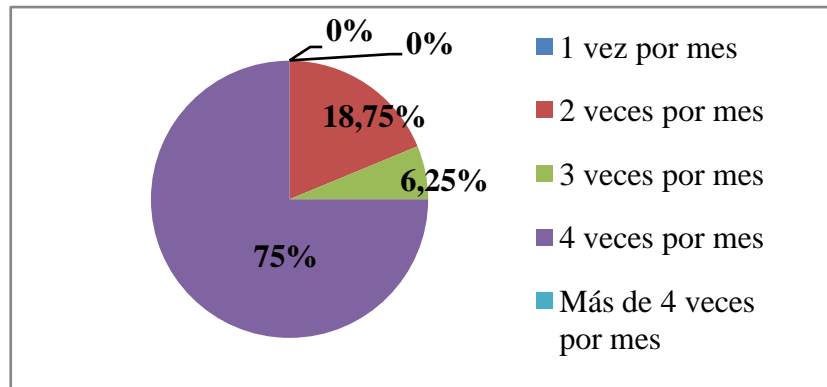
Cuadro N° 13

Frecuencia de Entrega de los Productos

Variable	Frecuencia	%
1 vez por mes	0	0,00
2 veces por mes	6	18,75
3 veces por mes	2	6,25
4 veces por mes	24	75,00
más de 4 veces por mes	0	0,00
Total	32	100,00

Fuente: Productores
Elaborado: El Autor

Gráfico N° 4
Frecuencia de Entrega de los Productos



Análisis:

Con respecto a la frecuencia de entrega de productos, se puede concluir que tres cuartas partes de la población encuestada lo realiza cuatro veces por mes es decir semanalmente siendo esta la mayoría, seguido por la frecuencia de entrega quincenal y en mínimo porcentaje se realiza la entrega tres veces por mes, mientras que no existen entregas por más de cuatro veces ni tampoco se realiza una sola entrega por mes.

4. ¿Qué cantidades produce al mes de los siguientes Productos?

Los siguientes cuadros corresponden a la producción mensual de los productos a base de lana de oveja en la comunidad de Carabuela.

Cuadro N° 14
Producción Mensual de Sacos de Lana

Sacos de Niños	
Talla	Cantidad
0	567
2	684
4	784
6	646
Total	2681

Sacos de Adulto- Caballeros	
Talla	Cantidad
M	328
L	563
XL	319
Total	1210
Sacos de Adulto- Damas	
Talla	Cantidad
M	386
L	520
Total	906

Fuente: Productores
Elaborado:El Autor

Cuadro N° 15

Tabla Consolidada de Producción de Sacos de Lana

Tabla Consolidada	
Producto	Cantidad
Sacos de Niño	2681
Sacos Adulto- Caballero	1210
Sacos Adulto- Dama	906
Total	4797

Fuente: Productores
Elaborado: El Autor

Cuadro N° 16

Producción Mensual de Bufandas

Bufandas	Cantidad
Total	580

Fuente: Productores
Elaborado:El Autor

Cuadro N° 17

Producción Mensual de Gorras

Gorras	
Talla	Cantidad
Small	1761
Medium	1361
Large	3282
Total	6404

Fuente: Productores
Elaborado: El Autor

Cuadro N° 18

Producción Mensual de Guantes

Guantes	
Talla	Cantidad
Small	44
Medium	44
Large	124
Total	212

Fuente: Productores
Elaborado: El Autor

Análisis:

La comunidad de Carabuela produce una gran cantidad de artículos a base de lana de oveja, lo cual es muy importante puesto que se la ha considerado para el presente proyecto como el principal proveedor.

5. ¿En qué condiciones entrega su producto?

Cuadro N° 19

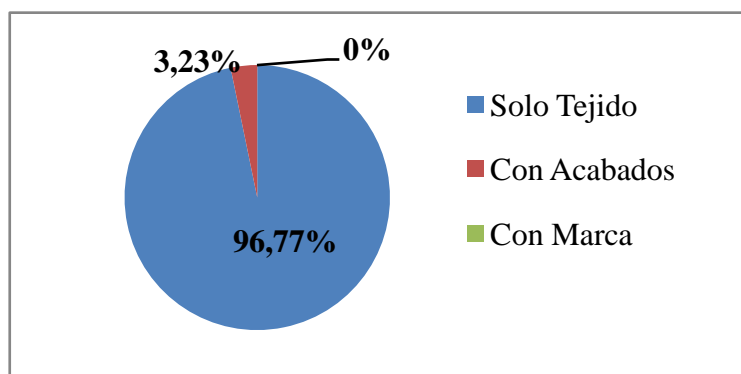
Condiciones de Entrega de Productos

Variable	Frecuencia	%
Solo Tejido	30	96,77
Con Acabados	1	3,23
Con Marca	0	0,00
Total	31	100,00

Fuente: Productores
Elaborado: El Autor

Gráfico N° 5

Condiciones de Entrega de Productos



Análisis:

La principal condición de entrega de los artículos de lana de oveja, es tejida puesto que es la forma de comercialización tradicional además de que los productores no cuentan con los equipos necesarios para dar acabados, otra de las formas de entrega es con mínimos acabados que casi nadie lo realiza y cuando lo hacen es bajo pedido, se pudo también determinar que en la comunidad no existe una imagen corporativa razón por la cual ninguno de sus productos llevan marca.

6. ¿Estaría en capacidad de ampliar su producción?

Cuadro N° 20

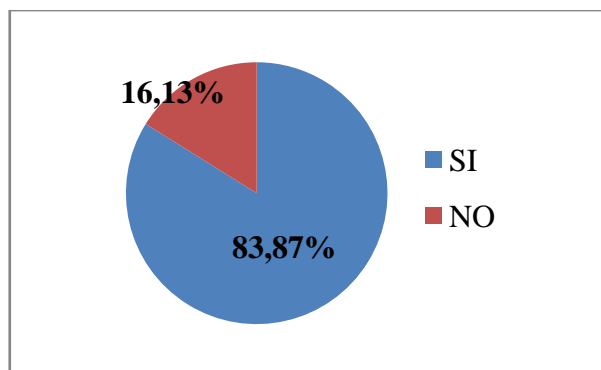
Capacidad para Ampliar la Producción

Variable	Frecuencia	%
SI	26	83,87
NO	5	16,13
Total	31	100,00

Fuente: Productores
Elaborado: El Autor.

Gráfico N° 6

Capacidad para Ampliar la Producción



Análisis:

Los productores de la comunidad de Carabuela manifestaron que cuentan con la capacidad necesaria para aumentar su producción esta información representa ocho decimas partes de la población encuestadas, misma que es un factor fundamental para el presente proyecto ya que se ha considerado a esta comunidad como principal proveedor; el resto de productores explicaron no contar con capacidad para aumentar su producción representando esta información dos decimas partes de la población

7. ¿A qué precio entrega su producto?

Cuadro N° 21

Precio de Entrega de Sacos de Lana

Descripción	Talla	Precio de Entrega	
		Tejido en Telar	Tejido a Mano
Sacos	0	3	4,50
	2	3,5	5,00
	4	4	5,50
	6	4,5	6,00
	M	7,5	9,5
	L	8	10,5
	X	8,5	11,5
Gorras Normales	Small	1	1,75
	Medium	1,25	2
	Large	1,5	2,25
Gorras de Animales	Small	-	2,5
	Medium	-	3
Guantes	Small	1,25	1,75
	Medium	1,5	2
	Large	1,75	2,25
Bufandas	Única	1,5	2,5

Fuente: Productores
Elaborado: El Autor

8. ¿Si existiera una empresa en la ciudad de Otavalo que le compre esta gama de productos estaría dispuesto a venderle sus productos?

Cuadro N° 22

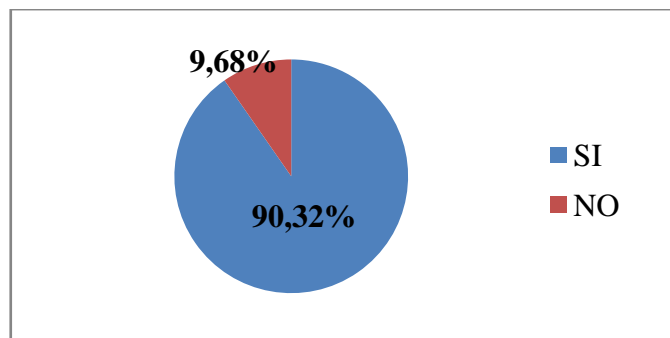
Disposición a Vender sus Productos

Variable	Frecuencia	%
Si	28	90,32
No	3	9,68
Total	31	100,00

Fuente: Productores
Elaborado: El Autor

Gráfico N° 7

Disposición a Vender sus Productos



Análisis:

Se pudo determinar que la mayoría de los productores de la comunidad de Carabuela se encuentran interesados en vender sus productos a una empresa que así lo requiriera, y es mínima la población que no vendería sus productos a otra empresa ya que cuentan con clientes fijos.

Como dato adicional de las encuestas realizadas a los hogares encuestados el 54,4% de las personas que habitan en la comunidad de Carabuela se dedican a producir este tipo de productos, teniendo en cuenta que el otro porcentaje son personas en su mayoría niños que no se encuentran en capacidad de producir estos productos.

3.6.2 Análisis y Evaluación de las Encuestas Aplicadas a Comerciantes de Productos Artesanales a Base de Lana de Oveja en la Ciudad de Otavalo

1. ¿Alrededor de cuantos años se dedica a comercializar productos de lana de oveja?

Cuadro N° 23

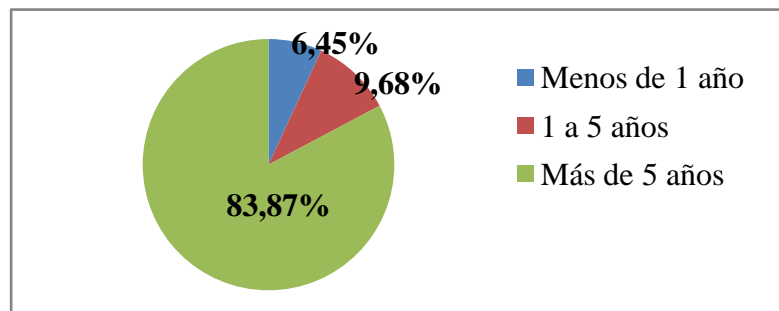
Tiempo como Comerciante

Tiempo	Frecuencia	%
Menos de 1 año	2	6,45
1 a 5 años	3	9,68
Más de 5 años	26	83,87
Total	31	100,00

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado: El Autor

Gráfico N° 8

Tiempo como Comerciante



Análisis:

La actividad comercial de artículos a base de lana de oveja en la ciudad de Otavalo se está convirtiendo en tradicional, y de acuerdo a la encuesta realizada ocho decimas de la población encuestada se dedican a esta actividad por más de cinco años, garantizando así su permanencia en el mercado; el resto de comerciantes lleva entre uno a cinco años en el mercado y es mínima la población que lleva menos de un año.

2. ¿Dónde adquiere el Producto?

Cuadro N° 24

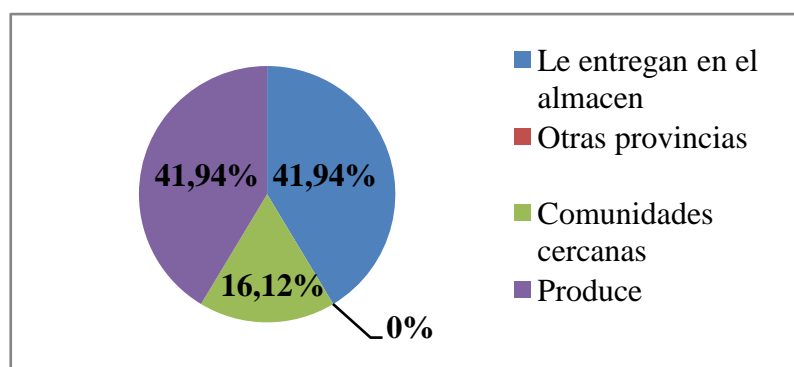
Lugar de Adquisición del Producto

Variable	Frecuencia	%
Le Entregan en el Almacén	13	41,94
Otras Provincias	0	0,00
Comunidades Cercanas	5	16,12
Produce	13	41,94
Total	31	100,00

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado:El Autor

Gráfico N° 9

Lugar de Adquisición del Producto



Análisis:

De función de lo que respondieron los almacenes encuestados podemos determinar que se abastecen con entregas por parte de productores o intermediarios en su almacén representando cuatro decimas de las partes encuestadas, otra forma de abastecimiento es la producción propia y en un mínimo nivel de representatividad se encuentra el abastecimiento en comunidades cercanas, lo cual determina que el abastecimiento más común se realiza en la ciudad de Otavalo.

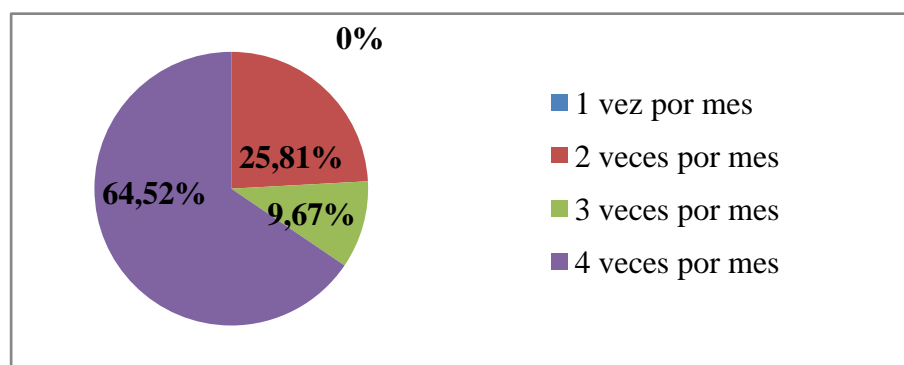
3. ¿Cada qué tiempo se abastece de los productos?

Cuadro N° 25
Tiempo de Abastecimiento

Variable	Frecuencia	%
1 vez por mes	0	0,00
2 veces por mes	8	25,81
3 veces por mes	3	9,67
4 veces por mes	20	64,52
Total	31	100,00

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado: El Autor

Gráfico N° 10
Tiempo de Abastecimiento



Análisis:

La frecuencia de abastecimiento que predomina en los almacenes de la ciudad de Otavalo es de cuatro veces por mes es decir que se realiza de forma semanal representando esta seis decimas partes de la población consultada, seguida de la frecuencia de abastecimiento quincenal o de dos veces por mes y en menor representatividad el abastecimiento se lo realiza tres veces por mes, no existe abastecimiento de una sola vez por mes, puesto que el producto proviene de varios artesanos.

4. ¿Qué cantidades comercializa al mes los siguientes Productos?

Cuadro N° 26

Cantidades Comercializadas de Sacos de Lana al Mes

Sacos de Niños		
Talla	Cantidad	%
0	304	24,48
2	464	37,36
4	235	18,92
6	239	19,24
Total	1242	100,00
Sacos de Adulto- Caballeros		
Talla	Cantidad	%
M	515	29,70
L	630	36,33
XL	589	33,97
Total	1734	100,00
Sacos de Adulto- Damas		
Talla	Cantidad	%
M	630	55,02
L	515	44,98
Total	1145	100,00

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado: El Autor

Cuadro N° 27

Tabla Consolidada de Comercialización de Sacos

Variable	Cantidad
Sacos de Niño	1242
Sacos Adulto- Caballero	1734
Sacos Adulto- Dama	1145
Total	4121

Elaborado: El Autor

Cuadro N° 28

Cantidad de Bufandas Comercializadas Mensualmente

Bufandas	Cantidad
Total	1950

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado: El Autor

Cuadro N° 29

Cantidad de Gorras Comercializadas Mensualmente

Gorras		
Talla	Cantidad	%
Small	945	10,48
Medium	5055	56,04
Large	3021	33,49
Total	9021	100,00

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado: El Autor

Cuadro N° 30

Cantidad de Guantes Comercializados Mensualmente

Guantes		
Talla	Cantidad	%
Small	0	0,00
Medium	150	66,67
Large	75	33,33
Total	225	100,00

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado: El Autor

Análisis:

Con los cuadros antes detallados podemos concluir que en la ciudad de Otavalo existe una oferta muy representativa de artículos a base de lana de oveja, lo cual demuestra que es el principal mercado de este tipo de productos a nivel nacional.

Es importante señalar con lo mencionado anteriormente se convierte en una oportunidad de inversión y facilita la viabilidad del presente proyecto.

5. ¿En qué condiciones recibe el producto?

Cuadro N° 31

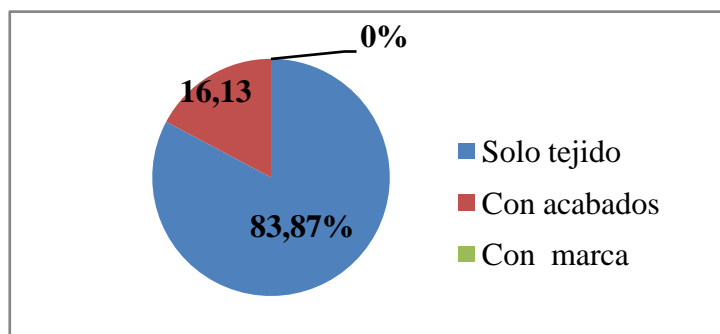
Condiciones de Recepción del Producto

Variable	Frecuencia	%
Solo Tejido	26	83,87
Con Acabados	5	16,13
Con Marca	0	0,00
Total	31	100,00

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado: El Autor

Gráfico N° 11

Condiciones de Recepción del Producto



Análisis:

Entre las condiciones de recepción de artículos de lana de oveja en los almacenes de la ciudad de Otavalo, la forma de recepción que predomina es el producto tejido artesanalmente, la cual es adoptada por cuatro quintas partes de los almacenes comerciantes, seguida de la recepción con acabados misma que se efectúa con una previa solicitud a los productores, y siendo nula la recepción de los productos con una imagen corporativa. Lo cual demuestra la importancia de que en la nueva unidad productiva se agregue procesos de acabados.

6. ¿En qué condiciones comercializa su producto?

Cuadro N° 32

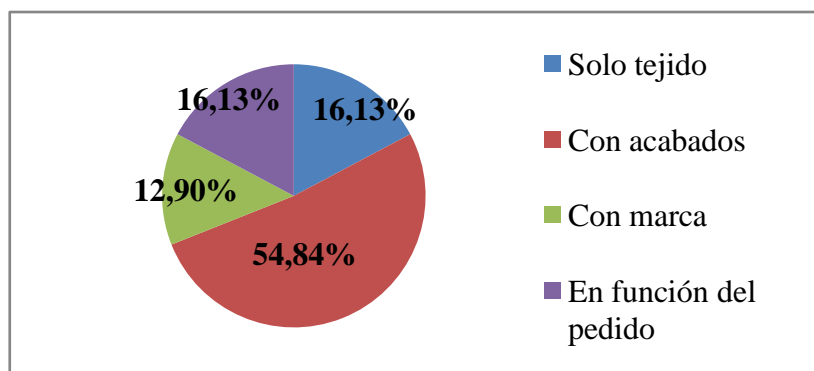
Condiciones de Comercialización del Producto

Variable	Frecuencia	%
Solo Tejido	5	16,13
Con Acabados	17	54,84
Con Marca	4	12,90
En función del pedido	5	16,13
Total	31	100,00

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado: El Autor

Gráfico N° 12

Condiciones de Comercialización del Producto



Análisis:

Los artículos tejidos con lana de oveja, para su uso en generalmente llevan acabados debido a que si se los utiliza sin forrado por la naturaleza textil produce una especie de picazón, las encuestas determinaron que para su comercialización final más de la mitad de los almacenes comercializan el producto con acabados, seguida con comercialización de productos únicamente tejidos y solo una decima parte de los almacenes cuentan con imagen corporativa mismos que comercializan sus productos con marca.

7. ¿A qué precio comercializa el producto?

Cuadro N° 33
Precio de Venta de los Productos

Descripción	Talla	Precio de venta	
		Tejido en Telar	Tejido a Mano
Sacos	0	3,75	6,5
	2	4	7,00
	4	4,5	7,50
	6	5	8,00
	M	9,5	14
	L	9,5	16
	X	11	17
Gorras Normales	Small	1,5	2,5
	Medium	2	3
	Large	2,5	3,25
Gorras de Animales	Small	-	3,5
	Medium	-	4
Guantes	Small	1,5	2,5
	Medium	2	3
	Large	2,5	3,25
Bufandas	Única	2,75	3,75

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado: El Autor

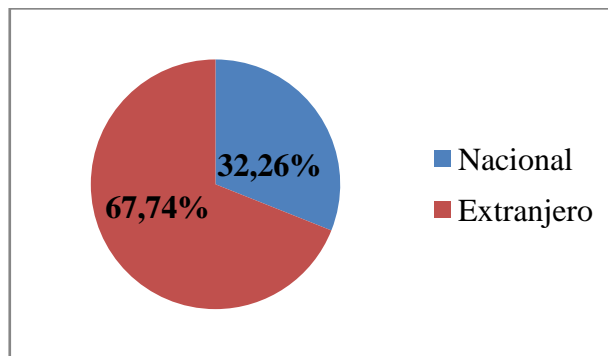
8. ¿A cuál mercado distribuye los productos de Lana de Oveja?

Cuadro N° 34
Destino de los Productos

Mercado	Frecuencia	%
Nacional	10	32,26
Extranjero	21	67,74
Total	31	100,00

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado:El Autor

Gráfico N° 13
Destino de los Productos



Análisis:

El destino de los productos artesanales a base de lana de oveja, que se comercializan en los almacenes de la ciudad de Otavalo tienen como principal destino el mercado internacional, es decir que siete décimas partes del total de los almacenes consultados distribuyen sus productos hacia el extranjero y únicamente tres décimas partes de los almacenes comercializan sus productos a nivel nacional.

9. ¿Cuáles son los colores que tienen mayor aceptación en los siguientes productos?

Cuadro N° 35

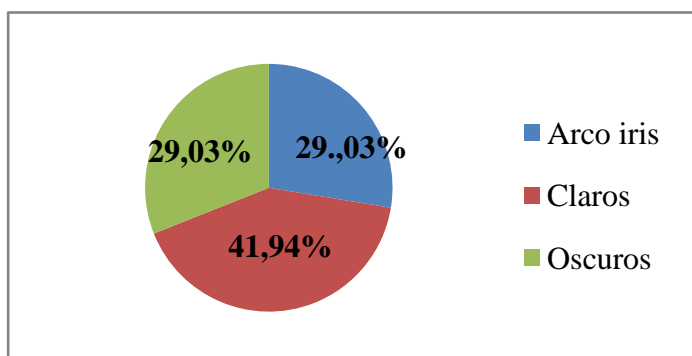
Aceptación del Color en Sacos de Lana

Sacos		
Color	Frecuencia	%
Arco Iris	9	29,03
Claros	13	41,94
Oscuros	9	29,03
Total	31	100,00

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado: El Autor

Gráfico N° 14

Aceptación del Color en Sacos de Lana



Análisis:

Se determinó que la aceptación de los colores en los sacos de lana de oveja, es mayor en colores claros representando cuatro décimas partes de los sacos comercializados, tanto sacos oscuros como en arco iris muestran la misma aceptación con tres décimas de representatividad comercial cada una, siendo característico en los de arco iris los colores llamativos y combinados.

Cuadro N° 36

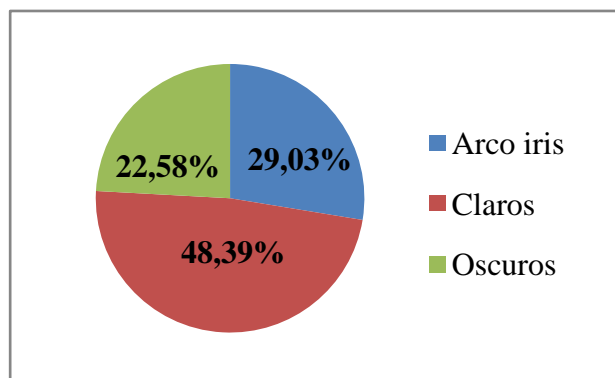
Aceptación del Color en Bufandas

Bufandas		
Color	Frecuencia	%
Arco Iris	9	29,03
Claros	15	48,39
Oscuros	7	22,58
Total	31	100,00

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado: El Autor

Gráfico N° 15

Aceptación del Color en Bufandas



Análisis:

Se observa que los colores preferidos en la comercialización de bufandas son los claros mismos que representan cinco decimas partes de los productos comercializados, seguidos por los arco iris puesto que son más llamativos y que se usan no solo en zonas frías sino también como accesorios por sus colores llamativos, y los colores oscuros representan dos decimas partes siendo los menos preferidos.

Cuadro N° 37

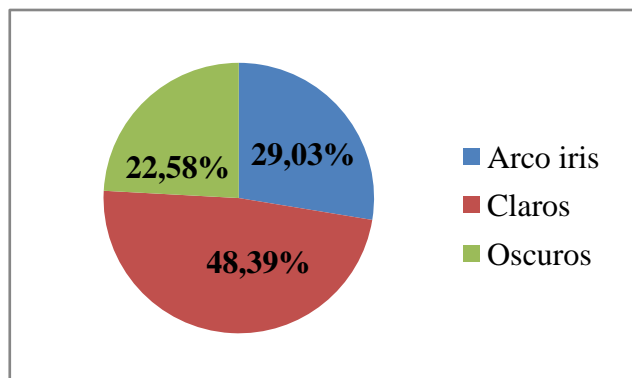
Aceptación del Color en Gorras de Lana

Gorras		
Color	Frecuencia	%
Arco Iris	9	29,03
Claros	15	48,39
Oscuros	7	22,58
Total	31	100,00

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado:El Autor

Gráfico N° 16

Aceptación del Color en Gorras de Lana



Análisis:

De la totalidad de los almacenes consultados, manifestaron que en la comercialización de gorras existe mayor aceptación por los colores claros mismos que representan cinco decimas de la cantidad comercializada, seguido de las gorras con colores en arco iris que representa tres decimas partes y el color con menos preferencia en esta gama de productos son los colores oscuros los cuales representan dos decimas partes de la totalidad comercializada.

Cuadro N° 38

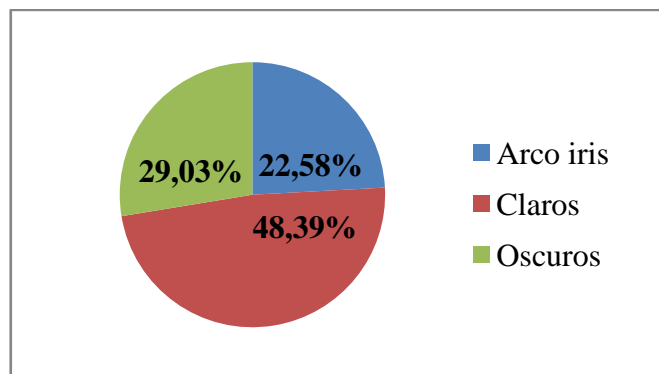
Aceptación del Color en Guantes de Lana

Guantes		
Color	Frecuencia	%
Arco Iris	7	22,58
Claros	15	48,39
Oscuros	9	29,03
Total	31	100,00

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado: El Autor

Gráfico N° 17

Aceptación del Color en Guantes de Lana



Análisis:

Se observa que la aceptación en los colores de los guantes a base de lana de oveja que se comercializan en los almacenes de la ciudad de Otavalo, se encuentran representados por cinco decimas partes en colores claros, tres decimas partes en colores oscuros y con menos preferencia se encuentran los colores en arco iris representando dos decimas partes del total comercializado.

10. ¿Si existiera una empresa en la ciudad que le provea de esta gama de productos estaría dispuesto a comprarle?

Cuadro N° 39

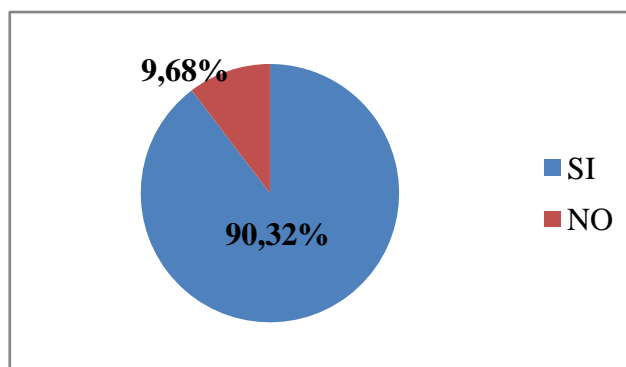
Disposición a Comprar Nuestros Productos

Variable	Frecuencia	%
SI	28	90,32
NO	3	9,68
Total	31	100,00

Fuente: Almacenes Comerciantes
Elaborado: El Autor

Gráfico N° 18

Disposición a Comprar Nuestros Productos



Análisis:

De la totalidad de los almacenes consultados nueve decimas partes de ellos expresaron su disposición a adquirir la producción a otra empresa que provea de una gama de productos de lana de oveja, puesto que supieron explicar que sería la solución para cubrir grandes pedidos que suelen llegar inesperadamente y que en muchos casos se han perdido, solo una decima parte manifestar su desinterés en adquirir productos de otra empresa proveedora.

3.7 Análisis de la Demanda

Para determinar la demanda de los productos exportados a base de lana de oveja se tomó datos históricos del portal del Banco Central del Ecuador en los cuales no se detallan unidades de cada producto razón por la cual se ha transformado en función de la cantidad ocupada de lana de oveja promedio en cada uno de los productos, además cabe señalar que en las subpartidas nandinas utilizadas no solo reflejan productos de lana de oveja sino que también incluyen los de lana de alpaca; pero la producción a base de lana de oveja es mayor.

Es importante señalar que a nivel nacional los principales lugares donde se comercializan los productos son Otavalo, Salinas de Guaranda, Gualaceo, Baños y Quito; siendo el principal mercado el Otavaleño.

3.7.1 Temporada y Destino de Cada Producto

Para determinar cuáles son los meses en los que se debe incrementar el stock de cada uno de los productos que ofrece la empresa se tomó como base la información otorgada por la Jefatura de Desarrollo Económico Local de Otavalo, mediante la Unidad de Turismo de la Municipalidad del Cantón; puesto que es de vital importancia ya que con esta se puede proyectar en función de las temporadas para así tener un manejo adecuado de los inventarios.

Cuadro N° 40
Temporada y Destino de Cada Producto

Producto	País Exportación	Meses Demanda
Bufandas lana	México, España, EE.UU, Canadá, Chile, Colombia	Mayo, Diciembre
Sacos lana	México, España, EE.UU, Canadá, Chile, Francia, y más países de Europa.	Marzo, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre

Gorras lana	México, España, EE.UU, Canadá, Chile, Colombia	Junio, Agosto, Octubre, Noviembre, Diciembre
Guantes	México, España, EE.UU, Canadá, Chile, Colombia.	Agosto, Septiembre

Fuente: Jefatura de Desarrollo Económico Local de Otavalo – Unidad de Turismo de Otavalo.

Elaborado: El Autor

3.7.2 Demanda de Sacos de Lana

La información necesaria para determinar la demanda de sacos de lana se tomó de los registros otorgados por el Banco Central del Ecuador en su portal.

La clasificación de subpartidas nandinas a utilizarse para determinar la demanda de sacos de lana se tomó del portal de Aduana del Ecuador en la cual clasifica a las subpartidas nandinas: 620331000, 620431000, como chaquetas o sacos de lana.

Cuadro N° 41

Clasificación de la Subpartida Pertinente a Sacos de Lana

Sección XI:	MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS
Capítulo 62:	Prendas y complementos (accesorios) de vestir, excepto los de punto.
Partida Sist. Armoniz. :	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, Faldas, faldas pantalón, pantalones.
Subpartida Regional :	De lana o pelo fino
Subpartidas :	620331000, 620431000
Producto :	Chaquetas (sacos)

Fuente: Portal Aduana del Ecuador. www.aduana.gov.ec

Elaborado: El Autor

3.7.2.1 Demanda Histórica por Tonelada de Sacos de Lana

La información obtenida en el portal del banco central se encuentra en las dos subpartidas que se refiere a información de sacos de lana o pelo fino, en donde solo se reflejan datos en toneladas métricas exportadas, cabe señalar que entre los sacos de lana de oveja y los de lana de alpaca no existe diferencia en sus diseños además los dos tipos de lana son semejantes. Es importante indicar que productos tales como Gorras, Bufandas, Guantes pertenecen a otras subpartidas.

Cuadro N° 42

Demanda Histórica por Tonelada de Sacos de Lana

AÑOS	Exportaciones al Mundo (Toneladas)
2010	166.49
2011	181.69

Fuente: Portal BCE, www.portal.bce.fin.ec
Elaborado: El Autor

3.7.2.2 Determinación de Sacos de Lana por Unidades

Luego de obtenida la demanda anual en toneladas se procedió a transformar las toneladas en unidades, para lo cual fue necesario pesar los sacos, obteniéndose que cada saco pesa 2 libras (907.03g), es decir que por tonelada se obtienen 1102,5 unidades.

Cuadro N° 43

Demanda Histórica por Unidades de Sacos de Lana

AÑOS	Exportación (Tonelada)	Demanda Anual (Unidades)
2010	166.49	183556
2011	181.69	200313

Fuente: Portal BCE, www.portal.bce.fin.ec Ver Anexo N° 6, Demanda en unidades
Elaborado: El Autor

3.7.2.3 Tasa de Crecimiento de Exportación de Sacos de Lana

La tasa de crecimiento fue determinada con la fórmula del monto, en donde se utilizó datos históricos de los años 2010 y 2011 obtenidos en el Portal del Banco Central del Ecuador.

Fórmula de Cálculo

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

Donde:

M = Consumo futuro

C = Consumo inicial

i = Tasa de crecimiento

n = Datos

$$200313 = 183556(1 + i)^{2-1}$$

$$i = \frac{200313}{183556} - 1 = 0,09129639 = 9,13\%$$

Se pudo determinar que la demanda de sacos de lana para exportación presenta un crecimiento del 9,13% en el año 2011 respecto del año 2010; se trabajará con la fórmula del monto y una tasa de crecimiento del 6,5% puesto que en años anteriores la demanda tuvo un comportamiento decreciente.

3.7.2.4 Proyección de la Demanda de Sacos de Lana

Cuadro N° 44
Proyección de La Demanda de Sacos

AÑOS	Exportación (Toneladas) $Q = Q_0 (1 + 0,065)^n$	Demanda Anual (Unidades) $C = C \text{ Toneladas} * 1102,5$
2011	181,69	200313
2012	193,50	213334
2013	206,08	227203
2014	219,47	241966
2015	233,74	257698
2016	248,93	274445

Fuente: Investigación directa
Elaborado: El Autor

Luego de haber proyectado la demanda con una tasa del 6,5%, se puede observar que esta seguirá incrementándose hasta el año 2016, llegando a una demanda de 274446 unidades.

3.7.3 Demanda de Bufandas

Cuadro N° 45
Clasificación de la Subpartida Pertinente a Bufandas

Sección XI:	MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS
Capítulo 62:	Prendas y complementos (accesorios) de vestir, excepto los de punto
Partida Sist. Armoniz. :	Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas velos y Artículos similares.
Subpartida Regional :	De lana o pelo fino
Subpartidas :	621420000
Producto :	Bufandas

Fuente: Portal Aduana del Ecuador. www.aduana.gov.ec
Elaborado: El Autor

3.7.3.1 Demanda Histórica de Bufandas

Para determinar la producción de bufandas se utilizó información del portal del Banco Central del Ecuador que se refiere a bufandas, además se determinó que por cada libra de lana se pueden producir 1,5 bufandas que equivale a 302,34 gramos de lana de oveja por unidad producida, es decir 3307,5 bufandas por tonelada.

Cuadro N° 46
Demanda Histórica de Bufandas

AÑOS	Exportación (Toneladas)	Demanda Anual (Unidades)
2005	20,29	67109
2006	18,22	60263
2008	19,13	63272
2009	32,53	107593
2010	36,49	120691
2011	26,32	87053

Fuente: Portal BCE, www.portal.bce.fin.ec
Elaborado: El Autor

Ver Anexo N° 7, Demanda en unidades

3.7.3.2 Proyección de la Demanda de Bufandas

Para realizar la proyección de la demanda de bufandas se usó el modelo de regresión lineal, misma que fue aplicado luego de realizar el análisis con los otros modelos y haber determinado que es óptimo para la aplicación.

Método de Regresión Lineal

Formula:

$$y = a + bx$$

Ecuaciones Normales:

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

Cuadro N° 47

Productos Utilizados en el Método de Regresión Lineal

Años	n(x)	Demanda (y)	xy	x²
2005	1	67109	67109	1
2006	2	60263	120526	4
2008	3	63272	189816	9
2009	4	107593	430372	16
2010	5	120691	603455	25
2011	6	87053	522318	36
\sumTotal	21	505981	1933596	91

Fuente: Portal BCE, www.portal.bce.fin.ec
Elaborado: El Autor

Método de Igualación

$$\mathbf{a. \sum y = an + b\sum x}$$

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

$$505981 = 6a + 21b$$

$$1933596 = 21a + 91b$$

$$\mathbf{a. 505981 = 6a + 21b (-21)}$$

$$\mathbf{b. 1933596 = 21a + 91b (6)}$$

$$\mathbf{a. -10625601 = -126a - 441b}$$

$$\mathbf{b. 11610576 = 126a + 546b}$$

$$\mathbf{975975 = 0 + 105b}$$

$$b = 975975 / 105 = 9295$$

Reemplazando valor b en a:

$$505981 = 6a + 21(9295)$$

$$a = 310786 / 6 = 51797,6$$

Ecuación de Proyección:

$$y = a + bx$$

$$y = 51797,6 + 9295X$$

Cuadro N° 48

Proyección de la Demanda de Bufandas

Año	Demanda Unidades	Demanda Toneladas
2012	116863	35,33
2013	126158	38,14
2014	135453	40,95
2015	144748	43,76
2016	154043	46,57

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

3.7.3.3 Tasa de Crecimiento en la Demanda de Bufandas

La tasa de crecimiento utilizada para determinar la oferta de bufandas fue utilizada también para determinar el crecimiento en la demanda de los productos: guantes y gorras, puesto que los accesorios y complementos de vestir de lana han presentado el mismo comportamiento en su crecimiento.

Para determinar la tasa de crecimiento lo realizamos con la fórmula del monto:

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

$$i = 4 \sqrt[4]{\frac{154043}{116863}} - 1 = 0,07149 = 7,15\%$$

Para este tipo de productos se presenta un crecimiento anual de 7,15%; no se utilizó datos del año 2007 por la variación excesiva por lo cual se estandarizó los valores para obtener un comportamiento normal y obtener un mejor resultado.

3.7.4 Proyección de la Demanda de Gorras

Según la investigación directa realizada en la ciudad de Otavalo, se determinó que en comparación a la oferta de de bufandas la oferta de gorras representa un 170% y en base a este antecedente se estableció la demanda (ver anexo N° 5). Por cada libra de lana de oveja se produce 3 gorras lo cual equivale en promedio a 151,17 gramos de lana de oveja por unidad producida de gorras, es decir 6615 unidades por tonelada; la tasa de crecimiento utilizada fue tomada del crecimiento que han tenido las prendas o complementos de vestir.

Cuadro N° 49
Proyección de la Demanda de Gorras

Años	Exportación (Tonelada) Q = Qo (1+ 0,0715)ⁿ	Demanda Anual (Unidades) D = D_o Toneladas* 6615
2011	44,74	295955
2012	47,94	317123
2013	51,37	339812
2014	55,04	364090
2015	58,97	390087
2016	63,19	418002

Fuente: Investigación directa

Ver Anexo N° 8, Demanda en unidades

Elaborado: El Autor

3.7.5 Proyección de la Demanda de Guantes

Para determinar la demanda que se refiere a guantes se realizó un análisis con los datos obtenidos en el estudio de mercado realizado en el mes de diciembre del 2011 a los almacenes de la ciudad de Otavalo determinando que la producción de guantes representa el 12.30% en comparación con la demanda de bufandas (ver anexo N° 7) ; se tomó como referencia las bufandas puesto que este tipo de artículos o accesorios complementarios para vestir ha tenido el mismo crecimiento es por eso que se ha utilizado la misma tasa de crecimiento de las bufandas. La cantidad producida por cada libra de lana de oveja es de 3 pares de guantes, lo que equivale a 151.17 gramos por par de guantes y cada tonelada representa 6615 unidades.

Cuadro N° 50
Proyección de la Demanda de Guantes

Años	Exportación (Toneladas) $Q = Q_0 (1 + 0,0715)^n$	Demanda Anual (Unidades) $D = D_0 \text{ Toneladas} * 6615$
2011	3,24	21433
2012	3,47	22954
2013	3,72	24608
2014	3,99	26394
2015	4,27	28246
2016	4,58	30297

Fuente: Investigación directa

Ver Anexo N° 9, Demanda en unidades

Elaborado: El Autor

3.8 Análisis de la Oferta de Productos de Lana de Oveja

Los productores de sacos de lana de Oveja en las provincias de Imbabura y Carchi se estima que son más de 800 familias, no existe un dato exacto que demuestre cuantas personas se dedican a esta actividad pero principalmente son

habitantes de los cantones: Otavalo (en las comunidades de Carabuela y Peguche), Cantón Ibarra, Mira, Espejo, Bolívar, Montufar y Huaca. Es importante señalar que gran parte de la oferta se elabora en las provincias de: Cotopaxi, Tunguragua, Chimborazo y en el cantón Gualaceo provincia del Azuay, Según un estudio realizado por la Universidad de Otavalo.

Para objeto de estudio se realizó una encuesta a los productores más representativos del cantón Otavalo en este caso, Comunidad de Carabuela, en donde se recabo información importante para iniciar en esta comunidad como proveedor, se recibirá productos en el almacén y se pretende a futuro ir ampliando la cobertura a otros lugares del cantón y de las provincias de Imbabura y Carchi.

3.8.1 Oferta de Sacos de Lana

Los datos históricos fueron tomados del estudio realizado por la federación Indígena y Campesina de Imbabura (FICI), durante el periodo 2007 a 2010, para el año 2011 se determinó con la encuesta realizada en los almacenes de la ciudad a la cual se sumó la oferta que existe en la plaza de ponchos mediante un estudio realizado por la Dirección de Turismo del Municipio de Otavalo, para tener una información que se sujeta más a la realidad.

Para determinar el número de toneladas se dividió el número de unidades históricas para 1102,5 unidades que es el número de unidades que contiene cada tonelada.

Cuadro N° 51

Oferta Histórica de Sacos de Lana de Oveja en la Ciudad de Otavalo

Años	Oferta Histórica (Unidades)	Oferta Histórica (Toneladas)
2007	96400	87,44
2008	95040	86,20
2009	97606	88,53
2010	105100	95,33
2011	116600	105,76

Fuente: Dirección de Turismo de Otavalo, FICI

Elaborado: El Autor

Ver Anexo N° 10, cálculo de la Oferta 2011

3.8.1.1 Tasa de Crecimiento

Para determinar la tasa de crecimiento de la oferta de sacos de lana se la realizó con el modelo exponencial, puesto que se realizó un análisis con los otros modelos llegando a la conclusión que este es el ideal para la aplicación.

La oferta en la ciudad de Otavalo en los últimos años tuvo un ligero crecimiento aunque en el año 2008 decayó, esto se debe a que ese fue un año de crisis económica que repercutió principalmente a los Estados Unidos el cual es el principal mercado razón por la cual se encontró perjudicado este sector artesanal.

Modelo Exponencial

Función Exponencial: $y = ab^x$

Ecuaciones Normales: 1. $\sum \log y = n \log a + \log b \sum x$

2. $\sum \log x^*y = \log a \sum x + \log b \sum x^2$

Cuadro N° 52

Productos Utilizados en el Modelo Exponencial

Años	Tiempo (x)	Consumo (y)	Log (y)	Log y*x	x²
2007	1	96400	4,98408	4,98408	1
2008	2	95040	4,97791	9,95582	4
2009	3	97606	4,98948	14,96844	9
2010	4	105100	5,02160	20,08640	16
2011	5	116600	5,06670	25,3335	25
ΣTotal	15		25,03977	75,32824	55

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado: El Autor

Método de Igualación

$$1. \sum \log y = n \log a + \log b \sum x \qquad 2. \sum \log x*y = \log a \sum x + \log b \sum x^2$$

$$25,03977 = 5 \log a + 15 \log b \qquad 75,32824 = 15 \log a + 55 \log b$$

$$25,03977 = 5 \log a + 15 \log b \quad (-3)$$

$$\underline{75,32824 = 15 \log a + 55 \log b}$$

$$-75,11931 = - 15 \log a - 45 \log b$$

$$\underline{75,32824 = 15 \log a + 55 \log b}$$

$$0,20893 = 0 + 10 \log b$$

$$\text{Log } b = 0,20893 / 10 = 0,020893$$

$$b = 1,04928 - 1 = 0,04928 * 100 = \mathbf{4,93\%}$$

La tasa de crecimiento de la Oferta es del 4,93%

3.8.1.2 Proyección de la Oferta de Sacos de Lana de Oveja

Para proyectar la Oferta de sacos de lana se procede a reemplazar el valor del logaritmo de b en la ecuación N° 1.

$$25,03977 = 5 \log a + 15*(0,020893)$$

$$25,0397 = 5 \log a + 0,313395$$

$$\log a = 24,7263 / 5 = 4,94526$$

$$\mathbf{a = 88157,65}$$

Reemplazando

$$\mathbf{y = ab^x}$$

$$y = 88157,65*(1,04928)^x$$

$$\mathbf{Año 2012. Y= 88157,65*(1,04928^6) = 117654}$$

Cuadro N° 53

Proyección de la Oferta de Sacos de Lana en la Ciudad de Otavalo

Años	Oferta Proyectada (Unidades)	Oferta Proyectada (Toneladas)
2012	117654	106,72
2013	123452	111,97
2014	129536	117,49
2015	135920	123,28
2016	142618	129,36

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: El Autor

3.8.2 Oferta de Bufandas

Mediante el estudio de mercado se determinó que la oferta de Bufandas en la ciudad de Otavalo representa 11,38 toneladas equivalente a 37639 unidades, en donde para determinar este número se sumó a la oferta de los almacenes con la oferta que existe en el mercado centenario que es en promedio 14239 unidades anuales, mas la oferta de los almacenes que fue de 23400 unidades.

Para proyectar la oferta se utilizó la tasa de crecimiento determinada en la oferta de sacos, esto se debe al criterio que la producción Otavaleña de artículos de lana de oveja ha mantenido el mismo comportamiento.

3.8.2.1 Proyección de la Oferta de Bufandas en la Ciudad de Otavalo

Cuadro N° 54

Proyección de la Oferta de Bufandas en la Ciudad de Otavalo

Años	Oferta Proyectada (Toneladas) $Q = Q_0 (1 + 0,0493)^n$	Oferta Proyectada (Unidades) $O = O_0 \text{ Toneladas} * 3307,5$
2011	11,38	37639
2012	11,94	39492
2013	12,53	41443
2014	13,15	43494
2015	13,80	45644
2016	14,48	47893

Fuente: Investigación directa
Elaborado: El Autor

Ver Anexo N° 11, Cálculo de la Oferta 2011

3.8.3 Oferta de Gorras en la Ciudad de Otavalo

Mediante el estudio de Mercado realizado en el mes de diciembre del 2011, se determinó mediante una ponderación de gorras debido a las distintas tallas, en donde se sumo la oferta de los almacenes más la del mercado centenario la cual represento 19.36 toneladas equivalentes a 128066 unidades.

3.8.3.1 Proyección de la Oferta de Gorras de Lana de Oveja en la Ciudad de Otavalo

Para realizar la proyección se utilizó la tasa de crecimiento determinada en este tipo de productos en la ciudad de Otavalo, del 4,93%.

Cuadro N° 55

Proyección de la Oferta de Gorras en la Ciudad de Otavalo

Años	Oferta Proyectada (Toneladas) $Q = Q_0 (1 + 0,0493)^{n-1}$	Oferta Proyectada (Unidades) $O = O_0 \text{ Toneladas} * 6615$
2011	19,36	128066
2012	20,31	134351
2013	21,32	141032
2014	22,37	147978
2015	23,47	155254
2016	24,63	162927

Fuente: Investigación directa

Ver Anexo N° 12, Cálculo de la Oferta 2011

Elaborado: El Autor

3.8.4 Oferta de Guantes de Lana de Oveja en la Ciudad de Otavalo

Para determinar la oferta de guantes en la ciudad de Otavalo se utilizó datos obtenidos en el estudio de mercado, a los cuales se sumó la información otorgada por la unidad de turismo del municipio en donde se ponderó debido a las tallas de guantes.

3.8.4.1 Proyección de la Oferta de Guantes en la Ciudad de Otavalo

Para realizar la proyección se utilizó la tasa de crecimiento obtenida en este tipo de productos en la ciudad de Otavalo, la tasa de crecimiento es del 4,93% anual.

Cuadro N° 56**Proyección de la Oferta de Guantes en la Ciudad de Otavalo**

Años	Oferta Proyectada (Toneladas) $Q = Q_0 (1 + 0,0493)^{n-1}$	Oferta Proyectada (Unidades) $O = O_0 \text{ Toneladas} * 6615$
2011	1,40	9261
2012	1,47	9724
2013	1,54	10187
2014	1,62	10716
2015	1,70	11246
2016	1,78	11775

Fuente: Investigación directa

Ver Anexo N° 13, Cálculo de la Oferta 2011

Elaborado: El Autor

3.9 Determinación de la Demanda Insatisfecha Proyectada**3.9.1 Demanda Insatisfecha de Sacos de Lana de Oveja****Cuadro N° 57****Demanda Insatisfecha Proyectada en Unidades de Sacos de Lana**

Años	Demanda Futura	Oferta Futura	Demanda Insatisfecha
2011	200313	116600	83713
2012	213334	117654	95680
2013	227203	123452	103751
2014	241966	129536	112430
2015	257698	135920	121778
2016	274445	142618	131827

Fuente: Investigación directa

Elaboración: El Autor

De acuerdo al análisis de la oferta y la demanda se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha permanente, esto garantiza la viabilidad del proyecto además permite con el presente proyecto mejorar la competitividad para seguir

conservando el mercado y permitir que exista una preferencia de parte de los consumidores los productos ecuatorianos.

3.9.2 Demanda Insatisfecha Proyectada de Bufandas

Cuadro N° 58

Demanda Insatisfecha Proyectada en Unidades de Bufandas

Años	Demanda Futura	Oferta Futura	Demanda Insatisfecha
2011	87053	37639	49414
2012	116863	39492	77371
2013	126158	41443	84715
2014	135453	43494	91959
2015	144748	45644	99104
2016	154043	47893	106150

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

Se puede observar que la demanda insatisfecha de bufandas para exportación, mantiene un comportamiento creciente, además el porcentaje de crecimiento de la demanda es mayor al porcentaje de crecimiento de la oferta existente en la ciudad de Otavalo, lo cual es muy atractivo y positivo para llevar a cabo el presente proyecto.

3.9.3 Demanda Insatisfecha Proyectada de Gorras

Cuadro N° 59

Demanda Insatisfecha Proyectada de Gorras

Años	Demanda Futura	Oferta Futura	Demanda Insatisfecha
2011	295955	128066	167889
2012	317123	134351	182772
2013	339812	141032	198780
2014	364090	147978	216112
2015	390087	155254	234833
2016	418002	162927	255075

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

El cuadro anterior demuestra que la demanda insatisfecha para los siguientes años tiende a ser alta lo cual permitirá que el actual proyecto pueda contribuir para disminuir la demanda insatisfecha generando un dinamismo en la economía de la sierra norte del país.

3.9.4 Demanda Insatisfecha Proyectada de Guantes

Cuadro N° 60

Demanda Insatisfecha Proyectada de Guantes

Años	Demanda Futura	Oferta Futura	Demanda Insatisfecha
2011	21433	9261	12172
2012	22954	9724	13230
2013	24608	10187	14421
2014	26394	10716	15678
2015	28246	11246	17000
2016	30297	11775	18522

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

Según el cuadro anterior podemos observar que la producción de guantes a base de lana de oveja no tiene tanta representatividad como los sacos, bufandas y gorras, pero es un mercado agradable para explotar, además podemos observar que existirá una demanda insatisfecha atractiva lo cual es una razón para la viabilidad del presente proyecto.

3.10 Capacidad Proyectada del Proyecto

Luego de haber determinado la demanda insatisfecha que tendrán cada uno de nuestros productos, se estableció que la capacidad de comercializar los productos por parte de la empresa será del 15% de la demanda insatisfecha en todos los años. Hay que tener en cuenta que solo el 50% llevara su respectivo acabado.

Cuadro N° 61

Capacidad Proyectada en Unidades de Sacos de Lana

AÑOS	Demanda Insatisfecha	Capacidad 15%	Con Acabados 50%	Sin Acabados 50%
2012	95680	14352	7176	7176
2013	103751	15563	7782	7782
2014	112430	16865	8433	8433
2015	121778	18267	9134	9134
2016	131827	19774	9887	9887

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

La capacidad del proyecto fue determinada, en función del presupuesto, capacidad instalada, cobertura del mercado y criterio de que los productos a comercializar por tener naturaleza artesanal, no se puede generar gran cantidad de unidades producidas ya que su producción es limitada

Cuadro N° 62**Capacidad Proyectada en Unidades de Bufandas**

AÑOS	Demanda Insatisfecha	Capacidad 15%
2012	77371	11606
2013	84715	12707
2014	91959	13794
2015	99104	14866
2016	106150	15923

Fuente: Investigación directa
Elaborado: El Autor

Cuadro N° 63**Capacidad Proyectada en Unidades de Gorras**

AÑOS	Demanda Insatisfecha	Capacidad 15%	Con acabados 50%	Sin acabados 50%
2012	182772	27416	13708	13708
2013	198780	29817	14909	14909
2014	216112	32417	16209	16209
2015	234833	35225	17613	17613
2016	255075	38261	19131	19131

Fuente: Investigación directa
Elaborado: El Autor

Cuadro N° 64**Capacidad Proyectada en Unidades de Guantes**

AÑOS	Demanda Insatisfecha	Capacidad 15%	Con acabados 50%	Sin acabados 50%
2012	13230	1985	993	993
2013	14421	2163	1082	1082
2014	15678	2352	1176	1176
2015	17000	2550	1275	1275
2016	18522	2778	1389	1389

Fuente: Investigación directa
Elaborado: El Autor

3.11 Determinación del Precio

Para determinar los precios de los productos que se comercializan en la ciudad de Otavalo se realizó un estudio de mercado en el mes de diciembre a almacenes de la ciudad de Otavalo y a las familias de la comunidad de Carabuela, del cantón Otavalo.

Cuadro N° 65
Precios de los Productos en la Ciudad de Otavalo

Descripción	Talla	Precio de Compra		Precio de Venta	
		Tejido en Telar	Tejido a Mano	Tejido en Telar	Tejido a Mano
Sacos	0	3	4,50	3,75	6,5
	2	3,5	5,00	4	7,00
	4	4	5,50	4,5	7,50
	6	4,5	6,00	5	8,00
	M	7,5	9,5	9,5	14
	L	8	10,5	9,5	16
	X	8,5	11,5	11	17
Gorras Normales	Small	1	1,75	1,5	2,5
	Medium	1,25	2	2	3
	Large	1,5	2,25	2,5	3,25
Gorras de Animales	Small	-	2,5	-	3,5
	Medium	-	3	-	4
Guantes	Small	1,25	1,75	1,5	2,5
	Medium	1,5	2	2	3
	Large	1,75	2,25	2,5	3,25
Bufandas	Única	1,5	2,5	2,75	3,75

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: El Autor

3.11.1 Tasa de Crecimiento del Precio de Compra y Venta de los Productos

Para determinar el crecimiento de precio de compra y venta en los productos artesanales a base de lana de oveja se tomo en cuenta datos del estudio de factibilidad de la microempresa morales desde el año 2006 al 2010 en los precios de compra, para el año 2011 se tomo en cuenta el dato del estudio de mercado realizado a productores de la Comunidad de Carabuela, cabe señalar que este análisis se basa en sacos artesanales realizados en telares más no son sacos tejidos a mano, además la tasa de crecimiento será utilizada en precios de compra y venta puesto que su crecimiento ha sido similar.

Cuadro N° 66

Precio de Compra Histórico de Sacos de Lana

Años	Precio de Venta
2006	6,75
2007	6,75
2008	7
2009	7,5
2010	8
2011	8,5

Fuente: Microempresa Morales, Estudio de Mercado.

Elaborado: El Autor

Para determinar la tasa de crecimiento en los precios se aplico la fórmula del monto.

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

$$i = 5 \sqrt{\frac{8,5}{6,75}} - 1 = 0,0472 = 4.72\% \text{ anual}$$

3.11.2 Proyección de Precios de Compra y Venta

Para determinar los precios de compra y venta futuros de los productos a base de lana de oveja se utilizó información del estudio de mercado realizado en el mes de diciembre del 2011, se realizó la proyección en los productos con mayor presencia en el mercado razón por la cual no se hizo por todas las tallas.

Para proyectar precios de compra y venta se utilizó la misma tasa de crecimiento, puesto que los precios de compra y venta han sido semejantes en su crecimiento, por lo cual los precios tendrán un crecimiento moderado, lo cual es beneficioso para llevar a cabo el presente estudio.

Cuadro N° 67

Proyección del Precio de Compra de los Productos Sin Acabados

$$((Q_n=Q_o(1+0,0472)^{n-1}))$$

AÑOS	Sacos		Bufandas		Gorras		Guantes	
	Telar	Mano	Telar	Mano	Telar	Mano	Telar	Mano
2011	8,50	11,50	1,25	2,00	1,25	2,00	1,50	2,00
2012	8,90	12,04	1,31	2,09	1,31	2,09	1,57	2,09
2013	9,32	12,61	1,37	2,19	1,37	2,19	1,64	2,19
2014	9,76	13,21	1,44	2,29	1,44	2,29	1,72	2,29
2015	10,22	13,83	1,50	2,41	1,50	2,41	1,80	2,41
2016	10,70	14,48	1,57	2,52	1,57	2,52	1,89	2,52

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: El Autor

Cuadro N° 68
Proyección de Precio de Venta de Productos Sin Acabados

$$((Q_n=Q_0(1+0,0472)^{n-1}))$$

AÑOS	Sacos		Bufandas		Gorras		Guantes	
	Telar	Mano	Telar	Mano	Telar	Mano	Telar	Mano
2011	11,00	17,00	2,75	3,75	2,00	3,00	2,00	3,00
2012	11,52	17,80	2,88	3,93	2,09	3,14	2,09	3,14
2013	12,06	18,64	3,02	4,11	2,19	3,29	2,19	3,29
2014	12,63	19,52	3,16	4,31	2,30	3,45	2,30	3,45
2015	13,22	20,44	3,31	4,51	2,41	3,61	2,41	3,61
2016	13,85	21,41	3,46	4,72	2,52	3,78	2,52	3,78

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

Cuadro N° 69
Proyección del Precio de Venta de los Productos con Acabados

$$((Q_n=Q_0(1+0,0472)^{n-1}))$$

Años	Sacos (Telar)	Bufandas (Telar)	Gorras (Telar)	Guantes (Telar)
2011	17,50	2,75	3,60	3,75
2012	18,33	2,88	3,77	3,93
2013	19,19	3,02	3,95	4,11
2014	20,10	3,16	4,13	4,31
2015	21,05	3,31	4,33	4,51
2016	22,04	3,46	4,53	4,72

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

3.11.3 Precio de Sacos de Lana de Oveja en el Mercado Internacional

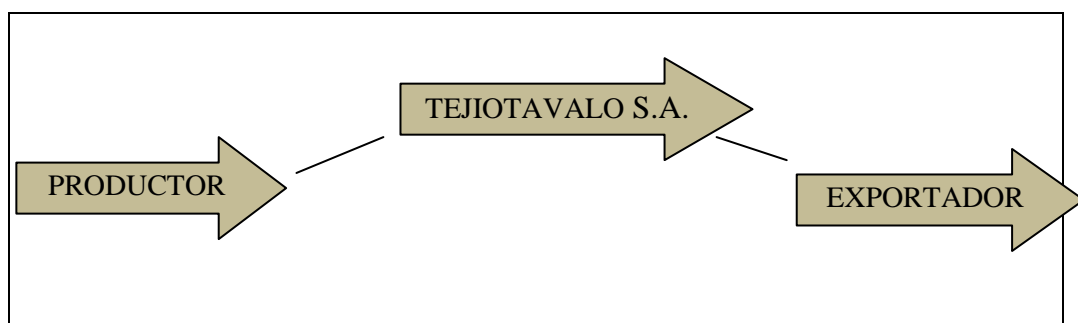
Según datos del Centro de Información e Inteligencia Comercial (CICO) de la CORPEI, en el año 2008 se realizó un estudio en el cual se determinó que el precio promedio de sacos de lana fue de \$66,23 para ese año, y que para el año 2012 el precio promedio en el mercado internacional es de \$ 79,07 dólares, concluyendo así que el precio que tienen los productos a base de lana de oveja representa de 3 a 4 veces más en el mercado internacional que el existente en el mercado nacional; siendo esta una razón para la intermediación que se pretende lograr con la empresa.

3.12 Comercialización

La empresa ha determinado como competencia ser proveedor de almacenes y empresas exportadoras principalmente para lo cual necesitamos abastecernos de este tipo de productos en las comunidades que en frecuencia producen este tipo de artículos, que al final en la empresa se pretende comercializar con acabados en función de los pedidos además contar con innovación de los mismos.

Cuadro N° 70

Proceso de Comercialización de los Productos



Comercialización del producto

Elaborado: El Autor.

El objeto de este canal es contar con un stock adecuado para entregar y ayudar a cumplir con los pedidos que existen de por parte de los importadores, puesto que al ser considerado un producto artesanal la producción de este es muy demorada y

en muchos casos al momento de cumplir con pedidos es muy dificultoso razón por la cual se puede perder clientes en el exterior.

3.12.1 Logotipo de la Empresa

Empresa "TEJIOTAVALO"



Gráfico N° 19 Logotipo de la Empresa

Elaborado: El Autor

3.12.2 Etiqueta que Llevarán los Productos






Gráfico N° 20 Etiqueta que llevaran los productos

Elaborado: El Autor

3.12.3 Diseños que Intervienen en el Logotipo de la Empresa y en la Etiqueta del Producto.

Cuadro N° 71

Diseños Usados en el Logotipo de la Empresa y en la Etiqueta de sus Productos

Diseño	Significado
	<p>OVEJA.- Representa a que el producto es elaborado a base de lana de oveja.</p>
	<p>TEJI = Proviene de la palabra TEJIDOS Tipo de letra= JOKERMAN Tamaño de Letra = 20 pts.</p> <p>OTAVALO = Significa OTAVALO Tipo de letra= JOKERMAN Tamaño de Letra = 20 pts.</p> <p>Color: Amarillo, Azul y Rojo = Se refiere a que es un producto ecuatoriano.</p>
	<p>T= Significa TEJIDOS Tipo de letra= KRISTEN ITC Tamaño de letra= 30 pts.</p> <p>O = Inicial de la palabra OTAVALO Tipo de letra: JOKERMAN Tamaño de letra: 44 pts.</p> <p>TAVALO= Letras complementarias de la palabra OTAVALO Tamaño letra=14 pts.</p>

<p>“Vivimos para Abrigarte”</p>	<p>Vivimos para Abrigarte= Significa que son cálidos. Tipo de letra= HARRINGTON Tamaño de letra: 14 pts.</p>
	<p>COLOR = Contorno Verde significa que se utilizan productos naturales.</p>
<p>MADE IN ECUADOR</p>	<p>MADE IN ECUADOR = Significa hecho en Ecuador Tipo de Letra= Comic Sans MS Tamaño de letra= 12 pts.</p>

Elaborado: El Autor

3.13 Promoción y Publicidad

A proveedores frecuentes se les cancelará de contado y dará beneficios como capacitaciones y la posibilidad de incrementar sus ingresos ya que no tendrán un stock definido, con clientes frecuentes o que realicen compras en grandes cantidades se realizará alianzas estratégicas en beneficio de las dos partes. Se puede crear como atractivo para proveedores, la comercialización de la materia prima a un costo más bajo que en el resto de almacenes.

Realizar publicidad mediante la entrega de afiches, reuniones, capacitaciones y promoción con un altavoz en el vehículo, dentro de las comunidades productoras de este tipo de artículos, para motivarles a trabajar con nuestra empresa.

En un inicio se empezará como proveedor de almacenes exportadores, a quienes haremos llegar invitaciones para proveerse de nuestros productos, dentro de estas invitaciones se detallara el tipo de servicio que se ofrece y se invitará a conocer nuestras instalaciones.

Se realizara publicidad mediante la implementación de una página Web en la cual puedan conocer de nuestra empresa y puedan contactarse, para ampliar nuestro nivel de competitividad y permitirnos llegar a todos los lugares del mundo.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del Proyecto

Para determinar el tamaño óptimo del proyecto se toma en cuenta algunos factores que determinarían si es factible o no la creación de la nueva unidad productiva, considerando la capacidad de comercialización normal, máxima y mínima de artículos a base de lana de oveja, por lo cual es necesario analizar los factores que determinarían el tamaño del proyecto:

4.1.1 Mercado

El mercado de productos artesanales a base de lana de oveja se encuentra muy bien constituido a nivel nacional, pero sobretodo en la ciudad de Otavalo con una permanencia de varios años, lo cual es un atractivo para la inversión y garantiza que seguirá funcionando, esto es ideal para la realización del presente proyecto; al mismo tiempo podemos darnos cuenta que existe una demanda insatisfecha y que tanto productores como comerciantes han mostrado interés de formar parte de este tipo de intermediación.

4.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros

Luego de realizar un análisis se determinó que el presente proyecto se llevara a cabo en una parte con capital propio y el resto con un préstamo a través de la Corporación Financiera Nacional que es una entidad gubernamental y se encarga de otorgar financiamiento para PYMES, razón por la cual no es un limitante para llevar a cabo el presente estudio. Lo importante es determinar los menores costos

si es posible con un alto rendimiento del capital, sin dejar de lado la calidad y la inversión adecuada.

4.1.3 Disponibilidad de Mano de Obra

En lo que corresponde a mano de obra, el presente estudio ha determinado que se requiere de personal con conocimientos en corte y confección, administración y conocimientos contables-financieros, además generará alrededor de 150 empleos indirectos.

4.1.4 Disponibilidad de Producto

Es indispensable crear nexos con los productores de artículos a base de lana de oveja, que en un inicio serán los productores de la comunidad de Carabuela, además de un manejo adecuado de inventarios, un dato importante es que el 92,32% de los productores de esta comunidad mostraron interés de vender sus productos a "TEJIOTAVALO", asimismo se recibirá productos de otras provincias lo cual es una ventaja para el presente proyecto.

4.1.5 Disponibilidad de Materia Prima

Para una mayor eficiencia en la inversión de los recursos es indispensable adquirir la cantidad óptima necesaria de materia prima e insumos para la consecución del producto final sin descuidar la calidad de los mismos.

En la ciudad de Otavalo existen grandes proveedores de tela, algodón e hilo así como etiquetas y botones, se encuentran ubicados en la ciudad de Otavalo ya que esta es una ciudad dedicada en gran escala a la producción textil, siendo esta una ventaja para el presente proyecto.

4.1.6 Determinación de la Capacidad de Comercialización

De acuerdo a la investigación realizada, se establece que la capacidad de comercialización que podrá tener "TEJIOTAVALO" será del 15% de la demanda insatisfecha en todos los productos siendo estos:

Cuadro N° 72
Capacidad de Comercialización

Producto	Total Unidades	Con Acabados	Sin Acabados
Sacos de Lana	14352	7176	7176
Bufandas	11606		11606
Gorras	27416	13708	13708
Guantes	1986	993	993

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: El Autor

Es importante tener en cuenta que solo el 50% de estos productos se comercializarán con acabados, a excepción de las bufandas que solo llevarán etiquetas, además se maneja el stock en función de la temporada y se trabajará para objeto de estudio con productos tejidos en telares.

Se manejará el siguiente stock en función de colores:

Cuadro N° 73
Stock en Función de Colores

Producto	Colores claros	Colores Oscuros	Arco Iris
Sacos de Lana	41,94%	29,03%	29,03%
Bufandas	48,39%	22,58%	29,03%
Gorras	48,39%	22,58%	29,03%
Guantes	48,39%	29,03%	22,58%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: El Autor

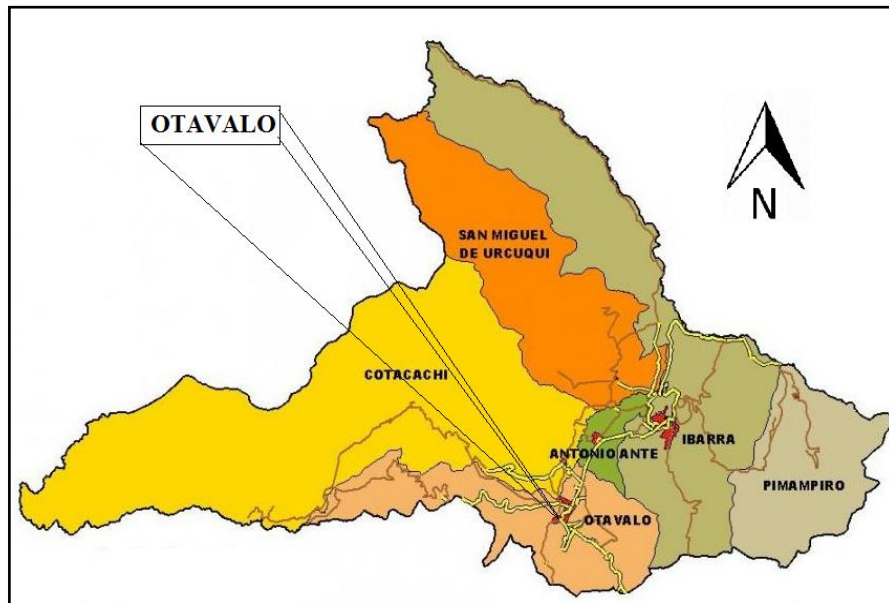
4.2 Localización del Proyecto

Para determinar la localización óptima del proyecto se realizó un análisis en función de factores que disminuyeran costos, así como la existencia del mercado de este tipo de productos, esto se lo realizó mediante una macro y micro localización.

4.2.1 Macro Localización

Para realizar la actividad comercial de productos artesanales a base de lana de oveja, se consideraron factores necesarios que permitan el adecuado funcionamiento de la empresa comercializadora.

Gráfico N° 21
Mapa de Macro Localización



Fuente: Imbabura.wordpress.com

Elaborado: El Autor

Dentro del análisis de macro-localización a la empresa "TEJIOTAVALO", se determinó ubicarla en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo específicamente en la ciudad de Otavalo, la cual tiene como límites al norte con los Cantones Antonio Ante y Cotacachi, al sur con la Provincia de Pichincha al este con el Cantón Ibarra y al oeste con el Cantón Cotacachi.

Debido a los favorables factores que existen en la ciudad como el mercado artesanal más grande del Ecuador y uno de los más importantes del mundo en este tipo de producción, se cree importante la creación de esta empresa para fortalecer la comercialización de este segmento de productos y alcanzar mayor competitividad a nivel mundial.

4.2.2 Micro Localización

4.2.2.1 Determinación Óptima de la Micro Localización

Con el fin de determinar la ubicación óptima para la implantación del proyecto, se aplicará los siguientes factores que influyen en la decisión:

Cuadro N° 74
Factores de Localización
Método Cualitativo por Puntos

Factores Imprescindibles	60%
Disponibilidad de clientes y proveedores (Mercado)	30%
Existencia de locales comerciales de arriendo	10%
Acceso a servicios básicos	10%
Existencia de vías de acceso	10%
Factores Importantes	30%
Seguridad	7,5%
Calidad de infraestructura	7,5%
Costos de arrendamiento adecuados	7,5%
Tamaño de locales comerciales	7,5%
Factores Adicionales	10%
Existencia de mano de obra	5%
Existencia de servicios complementarios (financieros, transporte, mantenimiento)	5%
Total	100%

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

Se determino tres sitios de la ciudad de Otavalo para ser evaluados en función de un puntaje cuya calificación se encuentra comprendida entre 1 a 10 puntos, a la cual se le estableció una ponderación generando los siguientes resultados:

Cuadro N° 75

Método Cualitativo por Puntos

		URB. 31 DE OCTUBRE		BARRIO CENTRAL		COOP. VALLE DEL AMANECER	
CATEGORÍA DEL FACTOR	Peso	Calif.	Calif. Pond.	Calif.	Calif. Pond.	Calif.	Calif. Pond.
FACTORES IMPRESCINDIBLES	60%	28	3,8	35	5,3	29	4,1
Disponibilidad de clientes y proveedores (Mercado)	30%	5	1,5	9	2,7	6	1,8
Existencia de locales comerciales de arriendo	10%	7	0,7	8	0,8	7	0,7
Acceso a servicios básicos	10%	9	0,9	9	0,9	9	0,9
Existencia de vías de acceso	10%	7	0,7	9	0,9	7	0,7
FACTORES IMPORTANTES	30%	29	2,18	33	2,49	30	2,26
Seguridad	7,5%	8	0,6	9	0,68	8	0,6
Calidad de infraestructura	7,5%	6	0,45	9	0,68	7	0,53
Costos de arrendamiento adecuados	7,5%	8	0,6	6	0,45	8	0,6
Tamaño de locales comerciales	7,5%	7	0,53	9	0,68	7	0,53
FACTORES ADICIONALES	10%	13	0,65	18	0,9	15	0,75
Existencia de mano de obra	5%	8	0,4	9	0,45	8	0,40
Existencia de servicios complementarios (financieros, transporte, mantenimiento)	5%	5	0,25	9	0,45	7	0,35
Total	100%		6,63		8,69		7,11

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis, se determinó que la zona más conveniente para la instalación de la empresa se encuentra en el Barrio Central de la ciudad de Otavalo, cuya ubicación específica se encuentra en la Calle Bolívar y Salinas a una cuadra del mercado Centenario (Plaza de Ponchos).

Para la realización del presente proyecto se ha considerado arrendar un local comercial puesto que el sector ideal para este tipo de negocios es la parte céntrica la cual se encuentra poblada y cuenta con construcciones, mismas que tienen un valor comercial muy elevado, por lo que se cree conveniente en un inicio arrendar un local amplio para desarrollar esta actividad.

Para llevar a cabo el presente proyecto es indispensable analizar otros factores que afectan la ubicación de la nueva unidad productiva.

4.2.2.2 Costos y Disponibilidad de Locales Comerciales

Un factor indispensable para la localización del presente proyecto es contar con locales comerciales disponibles para arriendo, teniendo en cuenta que en un inicio se llevarán a cabo las actividades en un local arrendado se ha determinado que la zona ideal es la céntrica cercana al mercado centenario, la misma que cuenta con construcción adecuadas y sus costos de arriendo son accesibles; no se tomo en cuenta la posibilidad de adquirir un inmueble por la razón del alto costo de terrenos y construcciones. Es importante señalar que el presente proyecto no necesita de construcciones especializadas, sino un local amplio y con gran visibilidad.

4.2.2.3 Costos y Disponibilidad de Mano de Obra

La mano de obra que se requiere existe en la ciudad, y se encontrará remunerada de acuerdo a las leyes establecidas por el Ministerio de Relaciones Laborales del Ecuador.

4.2.2.4 Abastecimiento de Productos

El abastecimiento de los productos para la comercialización se lo realizará en un inicio desde la comunidad de Carabuela la cual se encuentra a 3.9 km del norte de la ciudad de Otavalo por lo cual el costo y tiempo de transporte no son

elevados. El presente proyecto además se abastecerá mediante la recepción de productos, provenientes de otras comunidades o provincias en el almacén.

4.2.2.5 Fuentes de Abastecimiento de Materias Primas

Por ser Otavalo una ciudad comercial, y tener a la empresa ubicada en un punto céntrico existen proveedores de la misma ciudad, así como también por la cercanía de la ciudad de Atuntaqui podemos abastecernos de insumos en esta ciudad teniendo siempre en cuenta el adquirir la cantidad óptima para disminuir costos.

4.2.2.6 Infraestructura

La infraestructura necesaria para la nueva unidad debe de contar con servicios básicos, no requiere tantos componentes técnicos puesto que se va a dedicar en gran porcentaje a la intermediación, para lo cual es necesario es que cuente con una amplia capacidad de almacenamiento.

4.2.2.7 Cercanía al Mercado

El local comercial se encuentra ubicado en la parte céntrica de la ciudad de Otavalo específicamente cercano al mercado Centenario, lugar en el cual se encuentran ubicados la mayoría de los comerciantes de este tipo de productos, además es un lugar importante ya los productores generalmente entregan sus productos en almacenes que circundan este mercado y por su afluencia de visitantes nacionales y extranjeros es una ventaja competitiva, permitiendo abastecimiento y comercialización de productos.

4.2.2.8 Factores Ambientales

El clima de la ciudad de Otavalo es adecuado para almacenar este tipo de productos por lo cual no existe problema alguno al tener estos productos en stock, además es importante señalar que en la ciudad de Otavalo no existen normativas

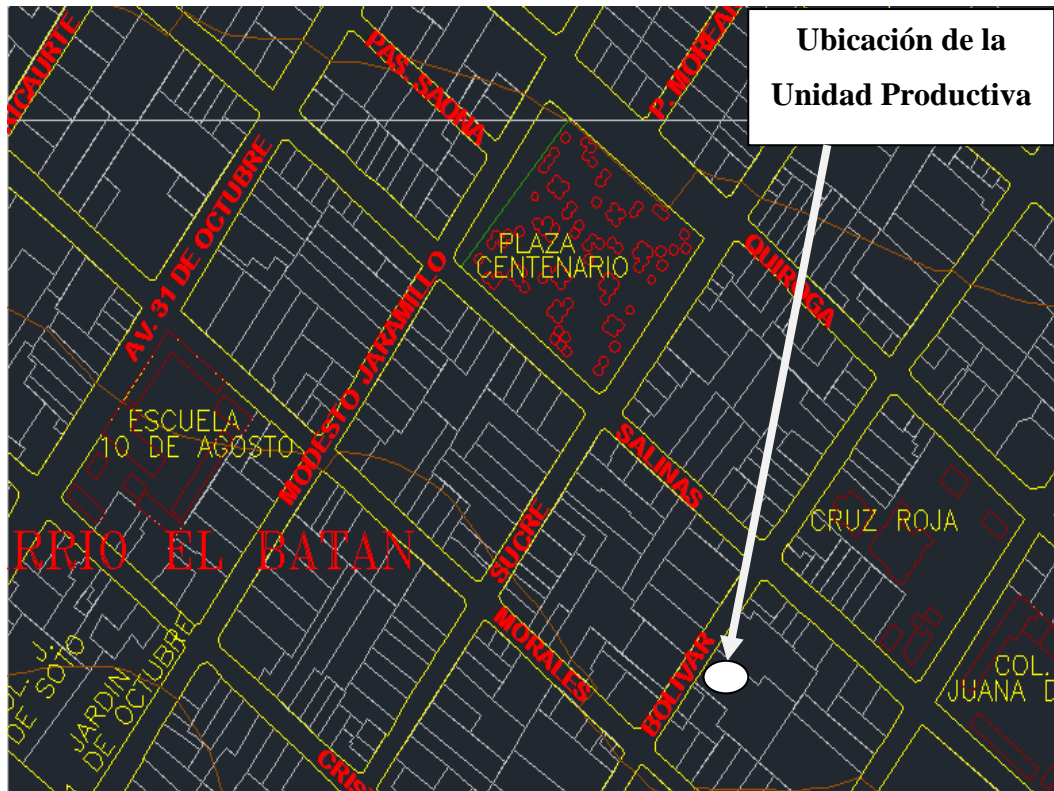
ambientales para prohibir este tipo de negocios, teniendo en cuenta que durante el proceso productivo que llevará a cabo "TEJIOTAVALO", no producirá ruido significativamente, puesto que utilizará maquinas de coser eléctricas y modernas.

4.2.2.9 Planos de la Micro Localización

Almacén ubicado en la ciudad de Otavalo, parroquia el Jordán en la calle Bolívar y Salinas, es importante señalar que las instalaciones a ocuparse se encuentran construidas y existe la seguridad de arrendamiento para la creación de esta nueva unidad productiva.

Gráfico N° 22

Planos de Ubicación Geográfica de la Empresa



Fuente: Gobierno municipal del cantón Otavalo.
Elaborado: El Autor

4.3 Ingeniería del Proyecto

Para la ejecución del proyecto se necesitan conocimientos sobre la actividad artesanal y comercial para lo cual es indispensable consultar a personas con experiencia en este tema.

4.3.1 Procesos Productivos

4.3.1.1 Elaboración de Productos Artesanales a Base de Lana de Oveja

La elaboración de estos productos tiene un proceso complejo si se analiza desde la obtención de la materia prima, pero empieza desde la crianza de la oveja hasta una edad adecuada en donde se procede con el esquilado, permitiendo de esta manera seguir con el proceso descrito a continuación:

a. Aprovechamiento de Lana Sucia

La lana sucia es la lana trasquilada de las ovejas, traída directamente tal como se obtiene con todas las impurezas y suciedad. Para aprovecharse hay que verificar que la lana sea realmente natural y que no tenga un alto grado de impurezas porque es más fácil el lavado y disminuye en volumen neto para la producción.

b. Lavado de Lana Sucia

Este lavado se hace en una lavadora especialmente construida y diseñada para este tipo de trabajo que consiste en algunos canales de cemento armado en donde se encuentran una especie de aspas de hierro que mueven y desperdican la lana sucia utilizando detergentes industriales concentrados que provienen generalmente de Ambato.

c. Mezclado con Aceite de Ensimaje

Luego de lavar la lana y colocarla en una centrifuga para facilitar el escurrido de agua, se mezcla con aceite de ensimaje que puede ser de origen animal o vegetal, esto se hace manualmente y sirve luego para facilitar el cardado. No se puede obviar este paso porque permite que se elimine impurezas y a la vez se suavice la lana antes de ser cardada.

d. Cardado de la Lana

El proceso de cardado significa la limpieza, eliminación de impurezas y paralelización de las fibras textiles, esto se hace en una máquina textil grande compuesta de 3 cuerpos generalmente en donde cada vez la dejan más cardada y apta para el hilado.

La calidad en la paralelización de la lana depende de la tecnología de la máquina adquirida y el técnico tiene que calibrar el diámetro a 5 mm., como la cardadora tiene 3 cuerpos en cada uno de ellos va obteniéndose una hebra más regular y uniforme. Cardan la lana con cardas de acero, para que las fibras queden en una dirección.

e. Hilado

Luego de que la lana está cardada se pasa la hiladora en donde se dan torsiones necesarias para obtener una fibra más consistente de aproximadamente unos 3mm, cada hebra. El hilado es de 2/3 y 4 hebras o cabos.

f. Madejar

Una vez hilado se pasa a madejar la lana que consiste en dar vueltas iguales a las fibras, por lo general cada madeja es de 1 y 1.5 libras y cada bulto o paquete de 40 madejas, o dependiendo de la conveniencia de la fabrica.

g. Tinturado

El tinturado se hace si es que se desea colores diferentes al natural de la lana, por lo general el gris, negro y blanco son naturales, los otros colores se tinturan en base a productos químicos.

El proceso de tinturado ha sido uno de los puntos débiles de la producción de la lana, pues han transcurrido más de 25 años para que en la actualidad se pueda obtener colores firmes, principalmente si la fabricación es de una empresa conocida y garantizada.

h. Lavado y Secado

Después de tinturar, una forma rápida de saber si está bien realizado este trabajo es volviendo a lavar la lana y comprobar que el tinturado no se salga en el agua, posterior a esto se pone a secar, para dejarla lista, etiquetarla y finalmente venderla.

4.3.1.2 Elaboración de Productos

a. Abastecimiento

El abastecimiento de la materia prima para elaborar los productos textiles a base de lana de oveja se lo puede realizar mediante abastecimiento local, de otras provincias o de otros países.

b. Tejido

MORALES, Walter, 2010, pág. 95. Añade: "Este proceso se realiza a mano, con la cual se teje al hilo y se va dando formas al saco en piezas y se obtiene el producto semi elaborado. En este proceso es muy importante la experiencia del trabajador, ya que de ella depende el volumen de producción para que no exista el riesgo de dañarse".

El tejido es el proceso que se realiza a mano mediante la utilización de agujones, en donde se teje el hilo para dar formas creando así gran variedad de productos como: gorras, bufandas, sacos, guantes entre otros.

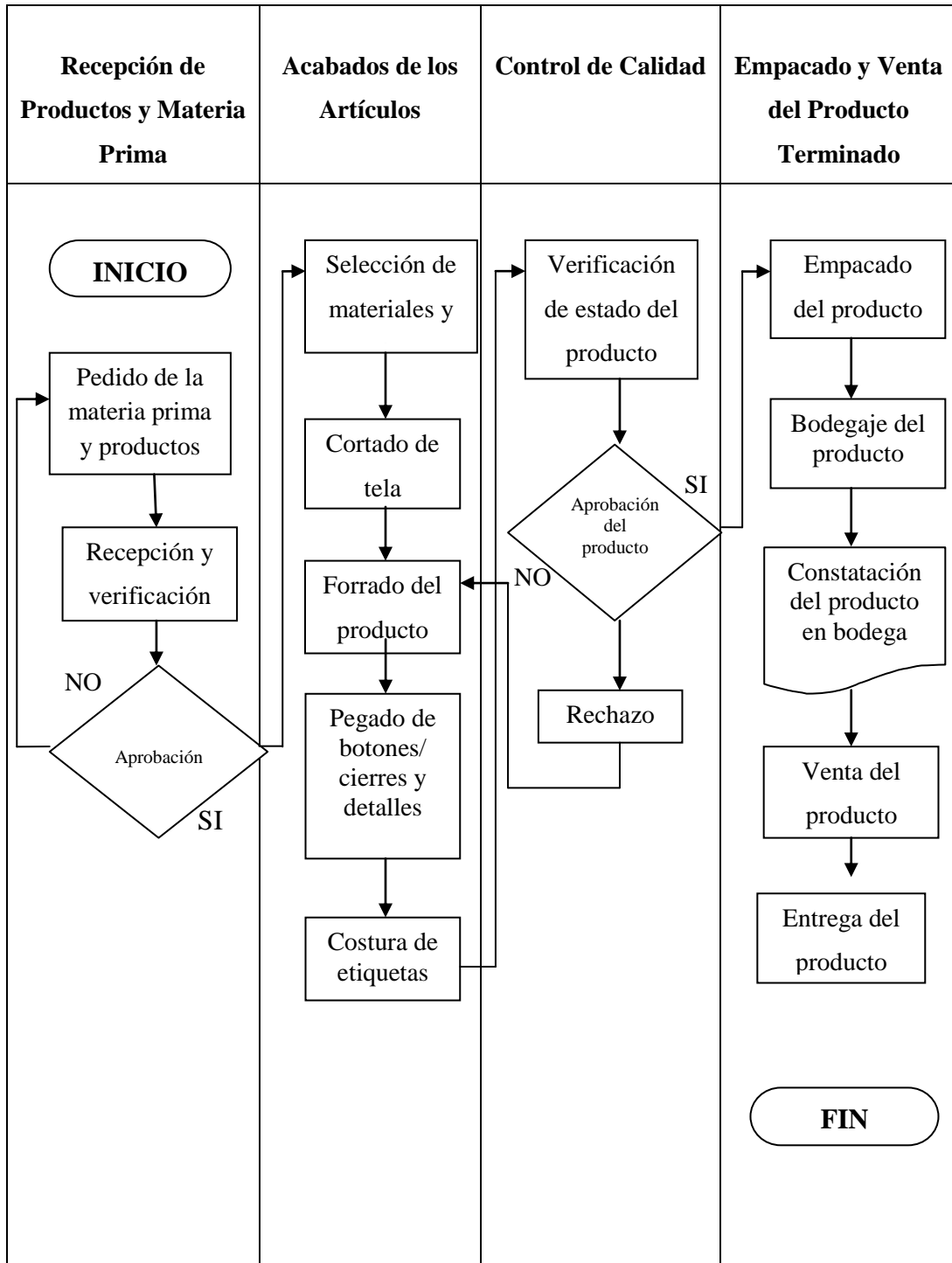
c. Costura

Después del proceso de tejido se procede a coser e ir dando forma al saco, el cual se realiza en forma manual y con la ayuda de una aguja. En este proceso la destreza y la experiencia tienen mucha importancia para que se obtenga un producto de calidad.

4.3.1.3 Flujograma del Proceso Comercial de Artículos de Lana de Oveja

Cuadro N° 76

Flujograma del Proceso Comercial



Elaborado: El Autor

4.3.1.4 Proceso de Acabados de los Artículos de Lana de Oveja

Gráfico N° 23

Proceso de Acabados de los Artículos de Lana de Oveja



Elaborado: El Autor

a) Selección de Materiales y Productos

El primer paso para dar acabados a los artículos artesanales de lana de oveja, es la selección de materiales en función del producto a terminarse, esto se hace de acuerdo al color tamaño y necesidad de elementos para estar acorde al pedido por parte de los clientes.

b) Cortado y Preparado de Tela

Este proceso consiste en realizar el corte de la tela en función del artículo a elaborarse, es un proceso que necesita de mucha experiencia puesto que se trata de no desperdiciar materia prima.

c) Forrado del Producto

Este proceso consiste en coser la piezas de tela previamente cortadas, en el

producto semi terminado con la ayuda de maquinas de coser eléctricas para facilitar el proceso y aumentar la velocidad de acabados del producto.

d) Colocación de Botones y Detalles

Luego de que el producto se encuentre forrado se procede a agregar detalles tales como botones, cierres u otros adornos en función de la característica del producto y de la necesidad del cliente.

e) Etiquetado

Es el proceso en el cual se pone la identidad de la empresa, es importante señalar que si existen pedidos de productos que no lleven etiqueta se los entregara sin este proceso.

f) Empacado

Este proceso consiste que luego de que el producto haya pasado por el control de calidad, será empacado con funda, el empacado se lo realizará por docenas o en función del pedido y si el pedido lo dispone se empacara en cajas de cartón.

4.3.2 Tecnología

La empresa "TEJIOTAVALO", contará con equipos y maquinaria con tecnología de punta ya que esto permitirá un mejor desempeño en todas sus áreas de trabajo.

A continuación se presentan algunas ilustraciones de maquinaria y equipo que se incorporará en el proceso productivo.

4.3.2.1 Maquinas y Equipos

Las maquinas de coser ideales para este tipo de trabajos son maquinas de coser rectas, overlock, coser recubridora, además es indispensable un cortador de tela puesto que facilitarán el trabajo en la empresa.

Gráfico N° 24
Maquinas de Coser



Fuente: Investigación de Campo

Gráfico N° 25
Equipos Varios



Fuente: Investigación de Campo

4.3.3 Obras Civiles

Para tener un lugar adecuado en donde se lleve a cabo el presente proyecto productivo las instalaciones necesitan una adecuación a pesar de que las instalaciones son nuevas y adecuadas además se pone en conocimiento que el presente proyecto no contara por el momento con planta propia y arrendará las instalaciones.

Dentro de la planta se tomaran en cuenta varios aspectos:

- a)** El área de acabados y almacenaje debe tener suficiente iluminación, suficiente espacio y debe prestar las condiciones adecuadas para conservación del producto.

- b)** El área de marketing debe tener un acceso a la calle principal y debe tener amplia visibilidad puesto que en este se ofertaran los productos al cliente y público en general el mismo que tendrá acceso visual primario.

- c)** Las oficinas y el resto de instalaciones deben tener una apariencia ordenada y deben presentar comodidad para nuestros clientes; además deben tener acceso de primera a sistemas de comunicación.

- d)** El área de carga debe ser amplia y con facilidades para la movilización tanto para acceso de productos semi terminados como de productos terminados.

Gráfico N° 26
Planos de Instalaciones y Diseños de la Planta



Elaborado: El Autor

Gráfico N° 27
Vista Superior de la Planta



Elaborado: El Autor

Gráfico N° 28
Fachada Principal de la Planta



Elaborado: El Autor

4.4 Presupuesto Técnico

4.4.1 Inversiones Fijas

4.4.1.1 Adecuación de la Planta

Por ser la instalación nueva y contar con todos los requerimientos necesarios el costo de adecuación no será elevado, se realizó una cotización en la cual se determinó un valor de \$ 4500 USD, según demuestra el siguiente cuadro.

Cuadro N° 77
Adecuación de la Planta

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Adecuación de paredes de la planta	1	3500	3500
Instalaciones eléctricas e Informáticas.	1	1000	1000
Total			4500

Fuente: Varios Constructores

Elaborado: El Autor

4.4.1.2 Maquinaria y Equipos de Acabados

Los equipos necesarios para el acabado de los productos serán adquiridos directamente en la ciudad de Otavalo a grandes proveedores como son: Mundimaquinas con maquinas de marca Siruba, o Singer, puesto que ofrece garantía y mantenimiento en la misma ciudad, el resto de equipos se cotizó en la misma ciudad puesto que existen varios proveedores.

Cuadro N° 78
Maquinaria y Equipos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Maquinas de Coser Rectas	2	600	1200
Maquinas Recubridora	2	1200	2400
Maquinas Overlok	2	600	1200
Mesa para Cortar Material	2	120	240
Mesa de Trabajo	2	100	200
Báscula	1	180	180
Tijeras	10	6.5	65
Cintas Métricas	8	1.5	12
Planchas	4	60	240
Sillas para Trabajadores	5	30	150
Otros	4	30	120
Total			6007

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado: El Autor

4.4.1.3 Mostradores de Productos

Teniendo en cuenta que la principal actividad que tendrá la empresa es la comercial se establece como necesaria la adquisición de elementos que faciliten mostrar los productos, para lo cual se detalla a continuación cual será la adquisición.

Cuadro N° 79
Mostradores de productos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mostradores de Artículos	6	45	270
Maniquís Exhibidores de Ropa	8	10	80
Perchas	50	0.40	20
Total			370

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado: El Autor

4.4.1.4 Vehículo

Se necesitara de un vehículo que por cuyas características es adecuado para carga tanto en recepción como en entrega de productos para lo cual se reviso proformas de las casas comerciales existentes en la provincia, decidiendo tomar en cuenta la de IMBAUTO, específicamente con una camioneta LUV D-MAX 4x4, cabina sencilla.

Cuadro N° 80

Vehículo

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Vehículo	1	26000	26000
Total			26000

Fuente: IMBAUTO
Elaborado: El Autor

4.4.1.5 Muebles y Equipos de Oficina

Para iniciar la actividad productiva se requiere contar con equipos de oficina, para lo cual se realizo cotizaciones en distintos locales comerciales que cuentan con equipos informáticos. En el futuro se incrementaran conforme al crecimiento de la planta productiva.

Cuadro N° 81

Muebles y Equipos de Oficina

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios de Oficina	5	160	800
Sillas de Espera	6	25	150
Sillas de Oficina	3	45	135
Mesa de Reuniones	1	350	350
Sillón de Oficina de Gerencia	1	120	120
Archivadores	5	100	500
Teléfonos	4	20	80
Telefax	1	110	110
Total			2245

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado: El Autor

4.4.1.6 Equipo de Cómputo

Los equipos que necesitaremos son los básicos para la puesta en marcha del presente proyecto a continuación se detallan:

Cuadro N° 82
Equipo de Cómputo

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Equipos de Computación.	5	700	3500
Impresoras Multifunción	3	85	255
Otros Equipos	3	60	180
Total			3935

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado: El Autor

4.4.1.7 Resumen de la Inversión Fija

Cuadro N° 83
Resumen de la Inversión Fija

Detalle	Valor Total
Vehículo	26000
Adecuación del Local	4500
Maquinaria y Equipo de Acabados	6007
Muebles y Equipos de Oficina	2245
Mostradores de Productos	370
Equipos de Computo	3935
Total Inversión Fija	43057

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado: El Autor

4.4.2 Inversiones Diferidas

Cuadro N° 84
Inversiones Diferidas

Detalle	Valor Total
Tramites de Constitución	800
Gastos de Instalación	400
Subtotal	1200
Imprevistos 5%	60
Total	1260

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: El Autor

4.4.3 Capital de Trabajo

En el siguiente cuadro se detalla la inversión variable necesaria para llevar a cabo el presente proyecto.

Para el determinar el Capital de Trabajo se tomo en cuenta lo requerido para la operación de dos meses puesto que es un tiempo considerable para empezar a ver resultados y posicionamiento en el mercado.

Cuadro N° 85
Capital de Trabajo

Detalle	Valor en Un Año	Valor en Un Mes	Valor en Dos Meses
Costos de Producción	242589,81	20215,82	40431,64
Gastos Administrativos	36063,19	40695,23	44025,29
Gastos de Ventas	12823,02	1068,59	2137,18
Total	291476,02	24289,67	48579,34

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: El Autor

4.4.4 Inversión Total del Proyecto

La inversión total necesaria para la comercialización de productos artesanales a base de lana de oveja se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 86
Total Inversión

Detalle	Valor Total	Porcentaje
Inversión Fija	43057	46,35%
Inversión Diferida	1260	1,36%
Inversión Capital de Trabajo	48579,34	52,29%
Total Inversión del proyecto	92896,34	100%

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: El Autor

4.4.5 Financiamiento

"TEJIOTAVALO", para su creación contará con 3 socios los mismos que aportaran dinero el cual conformará el capital social cuyo monto asciende \$57896,34, la aportación personal será equitativa es decir \$ 19298,78 cada uno, mientras que el saldo restante se obtendrá con recursos financiados por la Corporación Financiera Nacional CFN con el producto financiero PYMES el cual se maneja con una tasa efectiva 10.85% anual para 3 años.

Cuadro N° 87
Financiamiento

Detalle	Monto	Porcentaje
Capital Propio	57896,34	62,32%
Crédito	35000	37,68%
Total	92896,34	100%

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: El Autor

4.4.6 Talento Humano

El talento humano necesario para la ejecución de la nueva unidad productiva se detalla a continuación, es importante señalar que para determinar el salario básico unificado para cada sector se consulto en el portal del Ministerio de Relaciones Laborales.

Cuadro N° 88
Talento Humano

Personal	Salario Básico Unificado 2012
Área Administrativa	
1 Gerente	800
1 Contador	450
1 Secretaria General	325
Área de Producción	
1 Jefe de Producción-Bodeguero	320
3 Obreros	295
1 Persona de Aseo	295
Área de Ventas	
1 Vendedor	350
1 Chofer - Distribuidor	320

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: El Autor

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1 Determinación de Ingresos Proyectados

Para determinar los ingresos es importante multiplicar los precios por la cantidad de artículos a comercializarse, teniendo en cuenta el tipo de artículo y que el 50% de estos cuentan con acabados, esta cantidad fue determinada en el estudio de mercado.

Cuadro N° 89

Ingresos Proyectados por Venta de Sacos de Lana

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Sacos Con Acabados					
Cantidad Proyectada	7176	7782	8433	9134	9887
Precio del Producto	18,33	19,19	20,10	21,05	22,04
Valor	131536,08	149336,58	169503,3	192270,7	217909,48
Sacos Sin Acabados					
Cantidad Proyectada	7176	7782	8433	9134	9887
Precio Producto	11,52	12,06	12,63	13,22	13,85
Valor	82667,52	93850,92	106508,79	120751,48	136934,95
Total	214203,60	243187,50	276012,09	313022,18	354844,43

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: El Autor

Cuadro N° 90**Ingresos Proyectados por Venta de Bufandas**

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad Proyectada	11606	12707	13794	14866	15923
Precio del Producto	2,88	3,02	3,16	3,31	3,46
Total	33425,28	38375,14	43589,04	49206,46	55093,58

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: El Autor

Cuadro N° 91**Ingresos Proyectados por Venta de Gorras**

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Gorras Con Acabados					
Cantidad Proyectada	13708	14909	16209	17613	19131
Precio del Producto	3,77	3,95	4,13	4,33	4,53
Valor	51679,16	58890,55	66943,17	76264,29	86663,43
Gorras Sin Acabados					
Cantidad Proyectada	13708	14909	16209	17613	19131
Precio Producto	2,09	2,19	2,30	2,41	2,52
Valor	28649,72	32650,71	37280,7	42447,33	48210,12
Total	80328,88	91541,26	104223,87	118711,62	134873,55

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: El Autor

Cuadro N° 92**Ingresos Proyectados por Venta de Guantes**

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Guantes Con Acabados					
Cantidad Proyectada	993	1082	1176	1275	1389
Precio del Producto	3,93	4,11	4,31	4,51	4,72
Valor	3902,49	4447,02	5068,56	5750,25	6556,08
Guantes Sin Acabados					
Cantidad Proyectada	993	1082	1176	1275	1389
Precio Producto	2,09	2,19	2,30	2,41	2,52
Valor	2075,37	2369,58	2704,80	3072,75	3500,28
Total	5977,86	6816,60	7773,36	8823	10056,36

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: El Autor

Cuadro N° 93**Resumen de Ingresos por Ventas Proyectadas**

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Sacos	214203,60	243187,50	276012,09	313022,18	354844,43
Bufandas	33425,28	38375,14	43589,04	49206,46	55093,58
Gorras	80328,88	91541,26	104223,87	118711,62	134873,55
Guantes	5977,86	6816,60	7773,36	8823	10056,36
Total	333935,62	379920,50	431598,36	489763,26	554867,92

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: El Autor

5.2 Determinación de Egresos

Es necesario determinar la inversión variable ya que establecerá el capital de trabajo necesario para la puesta en marcha del proyecto, ya que esta información es indispensable para la toma de decisiones.

Nota: La proyección de los precios de los productos semiterminados fue determinada en el estudio de mercado y el resto se realizó con la tasa de inflación real del año 2011 otorgada por el Banco Central del Ecuador que fue de 4,47%

5.2.1 Costos de Producción

5.2.1.1 Materia Prima

Dentro de la gama de productos que comercializarán la empresa se dividió en dos grupos, los productos semi terminados que son productos que se comercializan en las mismas condiciones recibidas de los productores; y el otro segmento de productos con acabados los mismos que necesitan de la incorporación de materia prima.

Cuadro N° 94

Proyección de Materia Prima Directa (Sacos)

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad Proyectada	14352	15564	16866	18268	19774
Precio del Producto	8,90	9,32	9,76	10,22	10,70
Total	127732,80	145056,48	164612,16	186698,96	211581,80

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado: El Autor

Cuadro N° 95**Proyección de Materia Prima Directa (Bufandas)**

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad Proyectada	11606	12707	13794	14866	15923
Precio del Producto	1,31	1,37	1,44	1,50	1,57
Total	15203,86	17408,59	19863,36	22299	24999,11

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado: El Autor

Cuadro N° 96**Proyección de Materia Prima Directa (Gorras)**

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad Proyectada	27416	29818	32418	35226	38262
Precio del Producto	1,31	1,37	1,44	1,50	1,57
Total	35914,96	40850,66	46681,92	52839	60071,34

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado: El Autor

Cuadro N° 97**Proyección de Materia Prima Directa (Guantes)**

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad Proyectada	1986	2164	2352	2550	2778
Precio del Producto	1,57	1,64	1,72	1,80	1,89
Total	3118,02	3548,96	4045,44	4590	5250,42

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado: El Autor

Cuadro N° 98

Proyección de Egresos por Materia Prima Directa

Producto	2012	2013	2014	2015	2016
Sacos	127732,80	145056,48	164612,16	186698,96	211581,80
Bufandas	15203,86	17408,59	19863,36	22299	24999,11
Gorras	35914,96	40850,66	46681,92	52839	60071,34
Guantes	3118,02	3548,96	4045,44	4590	5250,42
Total	181969,64	206864,69	235202,88	266426,96	301902,67

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado: El Autor

5.2.1.2 Mano de Obra Directa

Mediante un análisis realizado un en el estudio técnico se estableció que durante los años 2012, 2013 y 2014 la empresa contará con 3 obreros y para el año 2015 y 2016 se incorporará un obrero más es decir se trabarará con 4 obreros esto debido al incremento en la demanda.

Para determinar el crecimiento existente en los salarios se determino en base a la serie Histórica:

Cuadro N° 99

Serie Histórica Salario Básico Unificado

Año	SBU
2008	200
2009	218
2010	240
2011	264
2012	292

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado: El Autor

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

$$i = 4 \sqrt[4]{\frac{292}{200}} - 1 = 0,0992 * 100 = 9,92\%$$

La tasa de crecimiento en los salarios es del 9,92%.

Cuadro N° 100
Proyección del Salario Básico Unificado

Año	SBU
2012	292
2013	320,97
2014	352,81
2015	387,80
2016	426,27

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado: El Autor

Cuadro N° 101
Proyección del Salario Básico Unificado (Mano de Obra Directa)

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
1 Jefe de Producción	320	351,74	386,64	424,99	467,15
Obreros	295	324,26	356,43	391,79	430,65
1 Persona de Mantenimiento y Aseo	295	324,26	356,43	391,79	430,65
Total Mensual	910	1000,26	1099,5	1208,57	1328,45
Total Anual	10920	12003,12	13194	14502,84	15941,4
Total Salario Básico Unificado	18000	19785,36	21748,32	28607,28	31444,8

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado: El Autor

Cuadro N° 102

Proyección del Costo Total de la Mano de Obra Directa

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Salario Básico Unificado	18000	19785,36	21748,32	28607,28	31444,80
Aporte Patronal	2187	2403,92	2642,42	3475,78	3820,54
Fondos de Reserva	0	1648,78	1812,36	2383,94	2620,40
13° Sueldo	1500	1648,78	1812,36	2383,94	2620,40
14° Sueldo	1460	1604,85	1764,05	2326,80	2557,62
Total Costo de Mano de Obra.	23147	27091,69	29779,51	39177,74	43063,76

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado: El Autor

Cuadro N° 103

Resumen Costos Directos de Fabricación

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Materia Prima directa	181969,64	206864,69	235202,88	266426,96	301902,67
Mano de Obra Directa	23147	27091,69	29779,51	39177,74	43063,76
Total	205116,64	233956,38	264982,39	305604,70	344966,43

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: El Autor

5.2.1.3 Costos Indirectos de Fabricación

5.2.1.3.1 Materia Prima Indirecta

Para dar acabado a los productos dependiendo del artículo la necesidad de insumos varía, se detalla la necesidad de insumos por producto:

Necesidad de tela:

Sacos: Cada saco objeto de estudio necesita 1,45 metros de tela hay que tener en

cuenta que únicamente el 50% del total de la capacidad de comercialización van Forrados. Costo unitario = \$ 3,6 dólares.

Bufandas: No llevan forro, es decir no necesitan la utilización de tela.

Gorras: Cada gorra necesita $\frac{1}{4}$ de metro para su forrado.

Guantes: Cada par de guantes requiere de $\frac{1}{4}$ metro de tela para su forrado.

Para objeto de estudio se toma en cuenta que solo el 50% de los sacos llevan por su diseño botones cada saco necesita 3 botones.

Del total de productos que se van a comercializar, únicamente el 50% llevan etiqueta.

Cuadro N° 104
Materia Prima Indirecta

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Tela (Metros)					
Cantidad Proyectada	14080,45	15281,65	16574,10	17966,30	19466,15
Precio del Producto	2,48	2,59	2,71	2,83	2,95
Subtotal	34919,52	39579,47	44915,81	50844,63	57425,14
Botones					
Cantidad Proyectada (1000 Unidades)	22	24	26	28	30
Precio	40	41,79	43,66	45,61	47,65
Subtotal	880	1002,96	1135,16	1277,08	1429,50
Etiquetas					
Cantidad Proyectada (1000 Unidades)	28	31	33	36	39
Precio	30	31,34	32,74	34,21	35,73
Subtotal	840	971,54	1080,42	1231,56	1393,47

Hilo (1000m)					
Cantidad Proyectada	32	35	38	41	44
Precio	2,2	2,3	2,4	2,51	2,62
Subtotal	70,40	80,50	91,20	102,91	115,28
Fundas Plásticas Para Sacos					
Cantidad(100 unidades)	15	16	17	19	20
Precio	3	3,13	3,27	3,42	3,57
Subtotal	45	50,08	55,59	64,98	71,4
Fundas Plásticas para Otros Productos					
Cantidad(100 unidades)	42	45	49	53	57
Precio	2	2,09	2,18	2,28	2,38
Subtotal	84	94,05	106,82	120,84	135,66
Costales Grandes para Sacos					
Cantidad (Unidades) 30 Sacos por Costal	431	467	506	549	594
Precio	0,75	0,78	0,82	0,86	0,89
Subtotal	323,25	364,26	414,92	472,14	528,66
Costales Grandes para Otros Productos					
Cantidad (Unidades)	250	272	295	321	346
Precio	0,75	0,78	0,82	0,86	0,89
Subtotal	187,5	212,16	241,90	276,06	307,94
Total	37349,67	42355,02	48041,82	54390,20	61407,05

Fuente: Estudio Técnico

Los cálculos se detallan en el Anexo N° 15

Elaborado: El Autor

5.2.1.3.2 Otros Costos Indirectos de Fabricación

Cuadro N° 105
Otros Costos Indirectos de Fabricación

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Energía Eléctrica					
Cantidad (kWh)	124	146	146	194	194
Precio	0,083	0,087	0,091	0,095	0,099
Total Mensual	10,292	12,702	13,286	18,43	19,206
Total Anual	123,50	152,42	159,43	221,16	230,47

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: El Autor

Los cálculos se detallan en el Anexo N° 16

Cuadro N° 106
Resumen Costos Indirectos de Fabricación

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Materia Prima Indirecta	37349,67	42355,02	48041,82	54390,20	61407,05
Otros Costos Indirectos de Fabricación	123,50	152,42	159,43	221,16	230,47
Total	37473,17	42507,44	48201,25	54611,36	61637,52

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado: El Autor

5.2.2 Gastos Administrativos

5.2.2.1 Sueldos al Personal Administrativo

Cuadro N° 107

Proyección del Salario Básico Unificado

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
1 Gerente General	800	879,36	966,59	1062,48	1167,88
1 Contador	450	494,64	543,71	597,64	656,93
1 Secretaria General	325	357,24	392,68	431,63	474,45
Total Mensual	1575	1731,24	1902,98	2091,75	2299,26
Total Anual	18900	20774,88	22835,76	25101	27591,12
Total Salario Básico Unificado	18900	20774,88	22835,76	25101	27591,12

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: El Autor

Cuadro N° 108

Proyección del Gasto Total del Personal Administrativo

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Salario Básico Unificado	18900	20774,88	22835,76	25101	27591,12
Aporte Patronal	2296,35	2524,15	2774,54	3049,77	3352,32
Fondos de Reserva	0	1731,24	1902,98	2091,75	2299,26
13° Sueldo	1575	1731,24	1902,98	2091,75	2299,26
14° Sueldo	876	962,91	1058,43	1163,40	1278,81
Total Personal Administ.	23647,35	27724,42	30474,69	33497,67	36820,77

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: El Autor

5.2.2.2 Suministros y Materiales de Oficina

Cuadro N° 109
Suministros y Materiales de Oficina

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Resma Papel Bond	55	57,46	60,03	62,71	65,51
Hojas Membretadas	60	62,68	65,48	68,41	71,47
Carpetas	70	73,13	76,40	79,81	83,38
Papel Fax	45	47,01	49,11	51,31	53,60
Agendas	15	15,67	16,37	17,10	17,87
Grapadoras	20	20,89	21,83	22,80	23,82
Grapas	10	10,45	10,91	11,40	11,91
Perforadoras	20	20,89	21,83	22,80	23,82
CD'S	45	47,01	49,11	51,31	53,60
Marcadores	30	31,34	32,74	34,21	35,73
Resaltadores	10	10,45	10,91	11,40	11,91
Esferos, Lápiz	35	36,56	38,20	39,91	41,69
Factúrelo	30	31,34	32,74	34,21	35,73
Otros	30	31,34	32,74	34,21	35,73
TOTAL	475	496,22	518,40	541,59	565,77

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: El Autor

5.2.2.3 Gastos Generales de Administración

Cuadro N° 110
Gastos Generales de Administración

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Arriendo	10200	10655,94	11132,26	11629,87	12149,73
Energía Eléctrica	657,36	686,74	717,44	749,51	783,01
Agua Potable	144	150,44	157,16	164,19	171,53
Teléfono	403,20	421,22	440,05	459,72	480,27
Internet	536,28	560,25	585,29	611,46	638,79
Total	11940,84	12474,59	13032,20	13614,75	14223,33

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: El Autor

Los cálculos se detallan en el Anexo N° 17

Cuadro N° 111
Resumen Gastos Administrativos

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldos Personal	23647,35	27724,42	30474,69	33497,67	36820,77
Suministros y Materiales de Oficina	475	496,22	518,40	541,59	565,77
Gastos Generales de Administración	11940,84	12474,59	13032,20	13614,75	14223,33
Total	36063,19	40695,23	44025,29	47654,01	51609,87

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado: El Autor

5.2.3 Gasto de Ventas

5.2.3.1 Sueldos al Personal de Ventas

Cuadro N° 112
Proyección del Salario Básico Unificado

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
1 Vendedor	350	384,72	422,88	464,83	510,95
1 Chofer	320	351,74	386,64	424,99	467,15
Total Mensual	670	736,46	809,52	889,82	978,1
Total Anual	8040	8837,52	9714,24	10677,84	11737,2
Total Salario Básico Unif.	8040	8837,52	9714,24	10677,84	11737,2

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: El Autor

Cuadro N° 113
Proyección del Gasto Total del Personal de Ventas

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Salario Básico Unificado	8040	8837,52	9714,24	10677,84	11737,2
Aporte Patronal	976,86	1073,76	1180,28	1297,36	1426,07
Fondos de Reserva	0	736,46	809,52	889,82	978,1
13° Sueldo	670	736,46	809,52	889,82	978,1
14° Sueldo	584	641,94	705,62	775,6	852,54
Total Personal de Ventas	10270,86	12026,14	13219,18	14530,44	15972,01

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: El Autor

5.2.3.2 Gasto Publicidad

Cuadro N° 114
Gasto Publicidad

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Publicidad en Internet	180	188,05	196,45	205,23	214,41
Otros	480	501,46	523,87	547,29	571,75
Total	660	689,51	720,32	752,52	786,16

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: El Autor

Los cálculos se detallan en el Anexo N° 18

5.2.3.3 Movilización y Transporte

Cuadro N° 115
Movilización y Transporte

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Combustible	1172,16	1224,56	1279,29	1336,48	1396,22
Mantenimiento	720	752,18	785,81	820,93	857,63
Total	1892,16	1976,74	2065,10	2157,41	2253,85

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: El Autor

Los cálculos se detallan en el Anexo N° 19

Cuadro N° 116
Resumen Gastos de Ventas

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldos Personal	10270,86	12026,14	13219,18	14530,44	15972,01
Publicidad	660	689,51	720,32	752,52	786,16
Movilización y Transporte	1892,16	1976,74	2065,10	2157,41	2253,85
Total	12823,02	14692,39	16004,60	17440,37	19012,02

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: El Autor

5.3 Tabla de Amortización del Préstamo

Préstamo	35000, Dólares
Interés	10,85%
Plazo	3 Años

Fuente: CFN

Elaborado: El Autor

Cuadro N° 117

Tabla de Amortización del Préstamo

Años	Monto	Cuotas	Interés	Amortizado	Saldo
1	35000	13720,45	3288,86	10431,58	24568,41
2	24568,41	13720,45	2099,02	11621,43	12946,99
3	12946,99	13720,45	773,46	12946,99	0,00
Total				35000	0,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: El Autor

5.4 Depreciación de Activos Fijos

Cuadro N° 118

Depreciación de Activos Fijos

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Depreciación Edificio					
Adecuaciones de la Planta	225	225	225	225	225
Total	225	225	225	225	225
Depreciación Vehículo					
Vehículo	5200	5200	5200	5200	5200
Total	5200	5200	5200	5200	5200

Depreciación Maquinaria y Equipo					
Maquinas Rectas	120	120	120	120	120
Maquinas Recubridoras	240	240	240	240	240
Maquinas Overlok	120	120	120	120	120
Bascula	18	18	18	18	18
Total	498	498	498	498	498
Deprec. Equipos de Computación					
Equipo de Computación	1166,67	1166,67	1166,67	1166,67	1166,67
Reinversión de Activos Fijos (Año 2015)	0,00	0,00	0,00	798	798
Total	1166,67	1166,67	1166,67	1964,67	1964,67
Deprec. Otros Equipos					
Telefax	11	11	11	11	11
Total	11	11	11	11	11
Deprec. Muebles y Enseres					
Mesas para cortar material	24	24	24	24	24
Mesas de Trabajo	20	20	20	20	20
Escritorios de Oficina	80	80	80	80	80
Mesa de Reuniones	35	35	35	35	35
Sillon de Gerencia	12	12	12	12	12
Archivadores	50	50	50	50	50
Total	221	221	221	221	221
Total Costo Depreciaciones	7321,67	7321,67	7321,67	8119,67	8119,67

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: El Autor

Nota: En el estudio contable se considera bienes depreciables a aquellos que superan el valor unitarios de 100 USD, caso contrario son bienes fungibles. El cálculo de la depreciación se detalla en el Anexo N° 20

5.5 Resumen de los Egresos proyectados

Cuadro N° 119

Resumen de los Egresos proyectados

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Costos Directos de Fabricación	205116,64	233956,38	264982,39	305604,70	344966,43
Costos Indirectos de Fabricación	37473,17	42507,44	48201,25	54611,36	61637,52
Gasto Administrativo	36063,19	40695,23	44025,29	47654,01	51609,87
Gasto Ventas	12823,02	14692,39	16004,60	17440,37	19012,02
Gasto Financiero	13720,45	13720,45	13720,45	0	0
Gasto Depreciación	7321,67	7321,67	7321,67	8119,67	8119,67
Total Egresos proyectados	312518,14	352893,56	394255,65	433430,11	485345,51

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: El Autor

5.6 Balance General
Cuadro N° 120
EMPRESA "TEJIOTAVALO"
Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS LARGO PLAZO	
Capital de Trabajo	48579,34	Préstamo por Pagar	35000
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	48579,34	TOTAL PASIVOS LARGO PLAZO	35000
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
Vehículo	26000	Capital Social	57896,34
Adecuación de la Planta	4500		
Maquinaria y Equipo	6007		
Equipo de Computo	3935		
Muebles y Enseres	2615		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	43057	TOTAL PATRIMONIO	57896,34
ACTIVOS INTANGIBLES			
Activos Diferidos	1260		
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	1260		
TOTAL ACTIVOS	92896,34	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	92896,34

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: El Autor

5.7 Estado de Pérdidas y Ganancias

Cuadro N° 121
Estado de Pérdidas y Ganancias

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS	333935,62	379920,50	431598,36	489763,26	554867,92
EGRESOS					
(-) COSTOS DIRECTOS DE OPERACIÓN					
Materia Prima Directa	181969,64	206864,69	235202,88	266426,96	301902,67
Mano de Obra Directa	23147	27091,69	29779,51	39177,74	43063,76
Costos Indirectos de Fabricación	37473,17	42507,44	48201,25	54611,36	61637,52
SUBTOTAL	242589,81	276463,82	313183,64	360216,06	406603,95
(=) UTILIDAD BRUTA	91345,81	103456,68	118414,72	129547,20	148263,97
(-) OTROS GASTOS					
Gastos					
Administrativos	36063,19	40695,23	44025,29	47654,01	51609,87
Gastos de Ventas	12823,02	14692,39	16004,60	17440,37	19012,02
Gasto Financiero	13720,45	13720,45	13720,45	0	0
Gasto Depreciación	7321,67	7321,67	7321,67	8119,67	8119,67
TOTAL EGRESOS	69928,33	76429,74	81072,01	73214,05	78741,56
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	21417,48	27026,94	37342,71	56333,15	69522,41
(-) 15% Participación Trabajadores	3212,62	4054,04	5601,41	8449,97	10428,36
(=)UTILIDAD ANTES Imp. Renta	18204,86	22972,90	31741,30	47883,18	59094,05
(-) 23%, 22% Impuesto Renta	4187,12	5054,04	6983,09	10534,30	13000,69
(=) SUPERAVIT O DEFICIT	14017,74	17918,86	24758,21	37348,88	46096,36

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: El Autor

Nota: Según la Ley de Régimen Tributario Interno, la tarifa de impuesto a la renta para el año 2012 es del 23% y desde el año 2013 en adelante será del 22%, tarifas que fueron aplicadas en los cálculos.

5.8 Flujo de Caja

Cuadro N° 122

Flujo de Caja

DETALLE	AÑO 0	2012	2013	2014	2015	2016
Inversión						
Capital Propio	57896,34					
Crédito	35000					
Utilidad Operacional		21417,48	27026,94	37342,71	56333,15	69522,41
(+)Recuperación Venta de Activos						4448
(-) Reinversión Activo Fijo					2394	
(+)Depreciaciones		7321,67	7321,67	7321,67	8119,67	8119,67
(-)15% Participación Trabajadores		3212,62	4054,04	5601,41	8449,97	10428,36
(-) 23%, 22% Impuesto a la Renta		4187,12	5054,04	6983,09	10534,30	13000,69
TOTAL INVERSIÓN	92896,34					
FLUJO NETO DE CAJA		21339,41	25240,53	32079,88	43074,55	58661,03

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: El Autor

Nota: Para el año 2016 se tiene previsto liquidar el proyecto razón por la cual se hace una recuperación en venta de activos;
Ver Anexo N° 21

5.9 Evaluación Financiera

5.9.1 Costo de Oportunidad

Cuadro N° 123
Costo de Oportunidad

Descripción	Valor	Porcentaje	Tasa de rendimiento	Valor Ponderado
Inversión Propia	57896,34	62,32%	4,53%	2,82%
Inversión Financiada	35000	37,68%	10,85%	4,09%
Inversión Total	92896,34	100%		6,91

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: El Autor

CK = El Costo de Capital 6,91%

RP = Riesgo País 8,47%

$$i = (1 + CK) * (1 + RP) - 1$$

$$i = (1 + 0,0691) * (1 + 0,0847) - 1$$

$$i = 0,1597$$

$$i = 15,97\%$$

5.9.2 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Con el Valor Actual Neto podemos determinar el valor presente de los flujos futuros de efectivo, para mediante este evaluar la inversión del capital utilizado, descontados a la tasa de descuento del 15,97 %.

Cuadro N° 124
Cálculo del Valor Actual Neto

Años	Flujos Netos	Tasa Redescuento (15,97%)	Flujos Netos Actualizados
0	-92896,34		
1	21339,41	1,15970	18400,80
2	25240,53	1,34490	18767,59
3	32079,88	1,55969	20568,11
4	43074,55	1,80877	23814,28
5	58661,03	2,09763	27965,42
∑FNA			109516,20

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: El Autor

$$\text{VAN} = \sum \text{FNA} - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = 109516,20 - 92896,34$$

$$\text{VAN} = 16619,86$$

El Valor Actual Neto del proyecto es \$ 16619,86 dólares durante 5 años, valor positivo y mayor que cero, lo cual respalda la rentabilidad del proyecto y demuestra la factibilidad del mismo. Al invertir \$ 92896,34 en 5 años se está obteniendo \$16619,86 más que la inversión realizada.

5.9.3 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para determinar la TIR se calcula el valor presente neto con una tasa superior e inferior aproximada para determinar luego con exactitud cuál es el valor real de esta tasa.

Cuadro N° 125
VAN Con Tasa Superior

Años	Flujos Netos	Tasa Redescuento (22,16%)	Flujos Netos Actualizados
0	-92896,34		
1	21339,41	1,22160	17468,41
2	25240,53	1,49231	16913,73
3	32079,88	1,82300	17597,30
4	43074,55	2,22698	19342,14
5	58661,03	2,72048	21562,75
Σ FNA			92884,33
VAN Tasa Superior			-12,01

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado: El Autor

Datos para la formula de Interpolarización:

Tasa Inferior	15,97%
Tasa Superior	22,16%
VAN Tasa Inferior	16619,86
VAN Tasa Superior	-12,01

Formula:

$$\mathbf{TIR} = \text{Tasa Inferior} + (\text{Tasa Superior} - \text{Tasa Inferior}) \left[\frac{\text{VAN Tasa Inferior}}{\text{VAN Tasa Inferior} - \text{VAN Tasa Superior}} \right]$$

$$\mathbf{TIR} = 0,1597 + (0,2216 - 0,1597) * \left[\frac{16619,86}{(16619,86) - (-12,01)} \right]$$

$$\mathbf{TIR} = 22,1555 \approx 22,16\%$$

La Tasa Interna de Retorno calculada es del 22,16% valor que supera a la tasa del Costo de Oportunidad, por lo tanto respalda la factibilidad del proyecto.

5.9.4 Relación Beneficio-Costo

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto determinando cual es el valor recuperado por cada dólar invertido durante su vida útil.

Formula:

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\sum \text{FNA ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$\text{Beneficio-Costo} = \frac{109516,20}{92896,34} = 1,18$$

El Beneficio-Costo es mayor que uno. Razón por la cual el proyecto es viable. Por cada dólar invertido el proyecto genera 1,18 dólares que demuestra un superávit de 0,18 dólares o 18 centavos de dólar.

5.9.5 Punto de Equilibrio

Cuadro N° 126

Proyección del Punto de Equilibrio

DETALLE	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS					
Ventas	333935,62	379920,50	431598,36	489763,26	554867,92
COSTOS FIJOS					
Gasto Administrativo	36063,19	40695,23	44025,29	47654,01	51609,87
Gasto Ventas	12823,02	14692,39	16004,60	17440,37	19012,02
Depreciaciones	7321,67	7321,67	7321,67	8119,67	8119,67
Gasto Financiero	13720,45	13720,45	13720,45	0	0
Total costos Fijos	69928,33	76429,74	81072,01	73214,05	78741,56
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	181969,64	206864,69	235202,88	266426,96	301902,67
Mano de Obra Directa	23147	27091,69	29779,51	39177,74	43063,76
Costos Indirectos de Fabricación	37473,17	42507,44	48201,25	54611,36	61637,52
Total costos Variables	242589,81	276463,82	313183,64	360216,06	406603,95
Punto Equilibrio (Dólares)	255639,10	280670,37	295491,53	276791,41	294684,98
Punto Equilibrio (Unidades)					
Sacos	10987	11498	11547	10324	10502
Con Acabados	5494	5749	5773	5162	5251
Sin Acabados	5493	5749	5774	5162	5251

Bufandas	8876	9387	9445	8404	8457
Gorras	20992	22033	22196	19910	20324
Con Acabados	10495	11016	11098	9954	10162
Sin Acabados	10497	11017	11098	9956	10162
Guantes	1506	1594	1610	1440	1474
Con Acabados	753	797	805	720	737
Sin Acabados	753	797	805	720	737

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: El Autor

Formulas Punto de Equilibrio monetario

Año 2012

$$PE \$ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{Costos Variables/Ventas})}$$

$$PE \$ = \frac{69928,33}{1 - (242589,81/333935,62)}$$

PE \$ = 255639,10 Dólares.

El punto de equilibrio en unidades tiene varias combinaciones por el hecho de que el presente estudio tiene una gama de cuatro productos en dos segmentos, con acabados y sin acabados. La combinación que se detalla se la realizó en función de un nivel medio entre productos con acabados y sin acabados; los cálculos se detallan en el Anexo N° 22.

5.9.6 Período de Recuperación de la Inversión

Para obtener esta información se relaciona los flujos netos de efectivo con la inversión inicial.

Cuadro N° 127
Período de Recuperación de la Inversión

Año	Flujos de Efectivo Actualizados	Flujos Netos Acumulados
1	18400,80	
2	18767,59	37168,39
3	20568,11	57736,50
4	23814,28	81550,78
5	27965,42	109516,20

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado: El Autor

Su cálculo es:

$81550,78 = \sum 4 \text{ años}$
$92896,34 = \text{Inversión}$
$92896,34 - 81550,78 = 11345,56$
$27965,42 / 12 = 2330,45 \text{ (mes)}$
$11345,56 / 2330,45 = 4,87 \text{ (4 meses)}$
$0,87 * 30 = 26,1 = 26 \text{ días}$

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado: El Autor

La inversión inicial para la puesta en marcha del Proyecto, se recuperará en 4 años, 4 meses y 26 días; con lo cual se puede afirmar que el negocio es rentable y factible para la puesta en marcha.

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 La Empresa

Mediante la Ley de Compañías existen diferentes formas de Constituir una empresa, para este caso concreto se sugiere la legalización como Sociedad Anónima instancia que es reconocida por la Superintendencia de Compañías y tendrá como competencia la actividad comercial, Su constitución constará con la aportación de capitales de los Socios y financiamiento por parte de La Corporación Financiera Nacional (CFN).

La Compañía se constituirá con 3 socios, y si durante su existencia jurídica se necesitara incrementar el capital se analizará la posibilidad de vincular nuevos socios, lo cual obligará a realizar cambios en la titularidad de acciones.

6.2 Razón Social



El nombre que llevará la Empresa es "TEJIOTAVALO S.A", que significa tejidos de Otavalo, misma que tendrá como actividad comercializar productos artesanales a base de lana de oveja, los mismos que serán comercializados con acabados y sin acabados.

Los acabados de los productos son el valor agregado de la empresa los mismos que pasaran por procesos mínimos de transformación, razón por la cual la maquinaria y equipo son muy elementales y reducidos.

6.3 Aspecto Legal de la Empresa

Para el funcionamiento de una empresa en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura se debe cumplir con requerimientos los cuales se tramitan en diversas instituciones, mismos que evitara problemas legales y permitirán el desempeño normal de las actividades.

- a) Constitución de la Empresa.
- b) Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC) Para Sociedades Comerciales.
- c) Registro ante la Superintendencia de Compañías.
- d) Patente de Funcionamiento.
- e) Permiso de Funcionamiento.
- f) Permiso del Cuerpo de Bomberos.

6.4 Misión

"TEJIOTAVALO S.A", es una empresa dedicada a la comercialización y acabado de productos artesanales a base de lana de oveja, demostrando calidad y compromiso en cada uno de sus procesos, y manteniendo una relación justa con nuestros Clientes, Proveedores, La Comunidad, El Medio Ambiente y la Cultura

6.5 Visión

Consolidarse en los próximos tres años como la mejor empresa privada a nivel nacional y regional que fomenta las actividades artesanales, mediante una intermediación justa en donde los beneficiarios sean la empresa y toda la comunidad, alcanzando así el fortalecimiento del mercado interno y constituyendo al Ecuador en un mercado competitivo a nivel internacional.

6.6 Política

Mantener una imagen Institucional enfocada en alta calidad de nuestros productos y en el trato justo a clientes, proveedores, empleados, comunidad y medio ambiente, mediante la aplicación continua de procesos de competitividad, mismos que deben encontrarse acorde a normativas legales.

6.7 Objetivos Organizacionales

a) Objetivos Generales

- Conseguir posicionamiento significativo en el mercado artesanal de la ciudad.
- Buscar nuevos mercados.
- Promover el mejoramiento continuo de cada uno de nuestros procesos.
- Impulsar la innovación de nuestros productos.
- Mejorar la competitividad de nuestro país a nivel internacional en nuestra gama de productos.

b) Objetivos Específicos

- Obtener rentabilidad.
- Alcanzar una imagen institucional fortalecida.
- Mantener procedimientos eficientes en la institución.

c) Objetivos Estratégicos

- Incentivar la producción artesanal de artículos a base de lana de oveja.
- Desarrollar un mercado competitivo en la ciudad y a nivel de país.
- Promover la intermediación justa entre productores y clientes.

6.8 Valores Corporativos

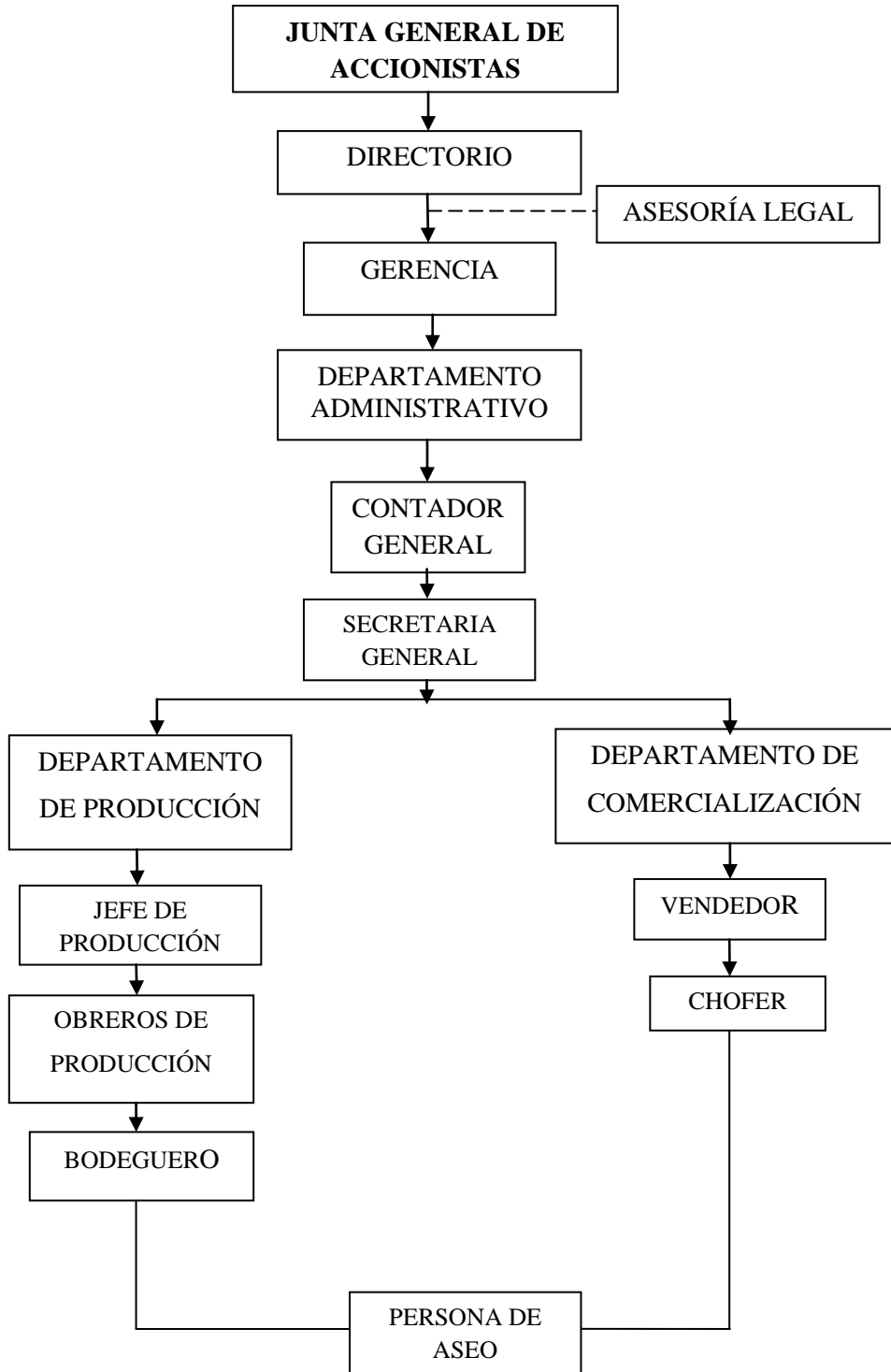
Son características individuales de la organización, las mismas que se encuentran enfocadas a promover prácticas éticas consientes y evitar irregularidades dentro y fuera de la institución, razón por la cual deberán ser asumidas por todos quienes conforman "TEJIOTAVALO S.A".

- a) Trabajar bajo normas de puntualidad, honestidad, equidad, solidaridad, compromiso con la comunidad y el medio Ambiente.
- b) Trabajar con actitud proactiva para generar un ambiente adecuado de labores.
- c) Intermediar entre productores y clientes de manera justa y con trato adecuado.
- d) Buscar mejoramiento continuo en cada una de las áreas de la empresa, en la competitividad del mercado y en la calidad de sus productos.
- e) Alcanzar una imagen reconocida en Ecuador y a nivel regional, por su calidad, procesos y manejo Organizacional.

6.9 Organización Estructural

La Organización estructural de una empresa es fundamental ya que de esta dependen los niveles de autoridad y direccionamiento, mismos que servirán para llevar a cabo un adecuado proceso de interrelación e integración, de empleados con sus actividades para conseguir las metas anheladas.

Gráfico N° 29
Organigrama Estructural de "TEJIOTAVALO S.A "



Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado: El Autor

6.10 Orgánico Funcional

6.10.1 Funciones y Descripción del Puesto

6.10.1.1 Junta General de Accionistas

La Junta General de Accionistas es el órgano con máximo poder en la empresa y es absolutamente soberana en sus decisiones se encuentra formada por todos los accionistas.

Funciones:

- a.** Nombrar y remover al presidente, consejo de administración.
- b.** Aprobar los estatutos por los que se va a regir la empresa.
- c.** Definir los objetivos básicos y fundamentales.
- d.** Aprobar las cuentas de cada ejercicio así como los presupuestos del siguiente periodo.
- e.** Aprobar las ampliaciones o reducciones de capital así como los repartos de dividendos.

6.10.1.2 Directorio

LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO
Art.30, afirma: Los miembros del directorio serán civil y penalmente responsables por sus acciones u omisiones en el cumplimiento de sus respectivas atribuciones y deberes. Son atribuciones y deberes del directorio, sin perjuicio del cumplimiento de otras obligaciones legales y estatutarias, las siguientes:

- a.** Definir la política financiera y crediticia de la institución y controlar su Ejecución.
- b.** Emitir opinión, bajo su responsabilidad, sobre los estados financieros y el informe de auditoría interna, que deberá incluir la opinión del auditor.

- c. Conocer y resolver sobre el contenido y cumplimiento de las comunicaciones de la Superintendencia de Compañías referentes a disposiciones, observaciones, recomendaciones o iniciativas sobre la marcha de la institución.

6.10.1.3 Gerente

a. Perfil

- Ser responsable.
- Tener Liderazgo.
- Manejo de Buenas relaciones Humanas.
- Creativo e innovador en las actividades.
- Capacidad de Negociación y toma de decisiones.
- Trabajar en función de alcanzar objetivos.

b. Requerimientos

- Profesional en administración de empresas, economía, contabilidad o carreras afines.
- Experiencia en dirección de empresas, mínimo 3 años.
- Manejo adecuado de personal y clientes.
- Edad mínima de 27 años, edad máxima 52 años.

c. Funciones

- Cumplir y hacer cumplir las políticas y normas de la empresa.
- Manejo apropiado de la situación económica y financiera de la empresa.
- Manejo adecuado del personal.
- Gestionar el financiamiento de las actividades de la empresa cuando la situación así lo disponga.
- Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.

- Desarrollar estrategias para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- Mantener contacto continuo con proveedores, en busca de nuevas tecnologías, materias primas, insumos y productos para la búsqueda y posicionamiento en nuevos mercados.

6.10.1.4 Contador General

a. Perfil

- Responsable.
- Manejo imparcial de información.
- Trabajo en equipo.
- Ética profesional.

b. Requerimientos

- Educación superior en contabilidad y auditoría.
- Experiencia mínima de 5 años en el área contable y financiera.
- Manejo adecuado de sistemas informáticos y contables.
- Edad mínima 28 años.
- Capacidad de trabajar bajo presión.
- Facilidad de relacionarse.

c. Funciones

- Registrar las transacciones diarias.
- Elaboración de balances financieros y su análisis.
- Elaboración de Informes.
- Manejo adecuado de la normativa impuesta por el Servicio de Rentas Internas.
- Pagos a proveedores.
- Pagos al IESS por aportación de empleados.
- Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.

- Elaborar reportes financieros y de los de su competencia para poner en conocimiento de gerencia.

6.10.1.5 Jefe de Producción - Bodeguero

a. Perfil

- Responsable.
- Ética moral y profesional.
- Mantener buenas relaciones humanas.
- Capacidad de orientación y comunicación con el personal.

b. Requerimientos

- Estudios de Bachiller y certificado de estudios en corte y confección conocimientos en manejo de bodega.
- Experiencia mínima de 2 años en corte y confección.
- Demostración de conocimientos en liderazgo y capacidad de dirigir un equipo de trabajo.
- Tener conocimiento en producción artesanal a base de lana de oveja, y en manejo de maquinas de coser.
- Edad mínima de 23 años.

c. Funciones

- Manejo adecuado del personal de producción.
- Planificar los procesos de producción en función de los requerimientos del mercado.
- Supervisar el proceso de producción.
- Capacitar a su equipo de trabajo en la utilización de tecnología, optimización de recursos y requerimientos en el acabado de productos.
- Verificar la calidad del producto terminado
- Velar por el orden y el manejo adecuado del área de producción.

- Realizar informes sobre aspectos relacionados con la producción.
- Mantener un control adecuado del inventario, (Ingreso y salida de productos e insumos)
- Manejo guías de salida y entradas de insumos utilizados por las diferentes áreas de trabajo.
- Velar por el orden y manejo adecuado de la bodega y custodia de inventarios.
- Mantener un stock adecuado de inventarios.
- Realizar informes para el área contable financiera sobre al manejo de bodega y relacionados con la producción, el mismo que refleje datos precisos.
- Trabajo a tiempo completo.

6.10.1.6 Obreros de Producción

a. Perfil

- Responsables.
- Trabajo en equipo
- Ética moral y profesional

b. Requerimientos

- Certificado de estudios o capacitación en corte, confección o áreas textiles.
- Tener experiencia en corte y confección de productos textiles.
- Edad mínima 18 años.
- Facilidad de relacionarse con compañeros de trabajo.

c. Funciones

- Se ocuparán del corte, confección y recubrimiento de las prendas que la empresa comercializará.

- Confeccionar de forma oportuna y reparar cuando corresponda, todas las piezas textiles garantizando la calidad de las unidades procesadas con la finalidad de minimizar costos.
- Resguardar y garantizar el apropiado uso de los equipos, instrumentos y materiales de trabajo.
- Mantener limpias y lubricadas de la máquina de coser.
- Capacidad de realizar trabajo a tiempo completo.

6.10.1.7 Personal de Aseo y Mantenimiento

a. Perfil

- Responsable.
- Facilidad de comunicación.
- Trabajo en equipo.

b. Requerimientos

- Bachiller.
- Edad mínima 23 años.
- Experiencia de haber realizado trabajos anteriormente.

c. Funciones

- Mantener limpias y ordenadas todas las áreas de la empresa.
- Cooperar en apoyo cuando alguna área así lo requiera.
- Manejo adecuado de materiales de aseo.
- Capacidad para trabajar a tiempo completo.

6.10.1.8 Comercialización-Vendedor

a. Perfil

- Responsable.
- Profesionalismo.
- Facilidad de comunicación (buenas relaciones humanas).
- Trato adecuado al cliente.
- Manejo de técnicas de ventas.

b. Requerimientos

- Experiencia mínima en ventas 2 años.
- Tener conocimiento en productos artesanales.
- Título superior en Marketing y ventas.
- Facilidad de trabajo en equipo.
- Edad mínima 27 años.
- Manejo intermedio del idioma Ingles.

c. Funciones

- Planificación operativa del área de ventas.
- Manejo adecuado del presupuesto programado para ventas.
- Mantener un carácter adecuado para la atención al cliente.
- Ventas directas en la planta y en campo.
- Responsable de la promoción.
- Desarrollar estrategias de mercado y ventas.
- Desarrollar alianzas estratégicas.
- Administrar el sistema comercial de facturación, recaudación, cobranzas, nuevos productos.
- Elaboración de informes relacionados con ventas y promoción.

6.10.1.9 Chofer Mensajero

a. Perfil

- Responsable.
- Facilidad de comunicación (buenas relaciones humanas).
- Facilidad para trabajar en equipo.
- Facilidad de comunicación (Buenas Relaciones Humanas).

b. Requerimientos

- Chofer profesional.
- Experiencia mínima 2 años como chofer.
- Conocimiento de la vialidad de la zona norte del país.
- Edad mínima 23 años.
- Capacidad de trabajar a tiempo completo.

c. Funciones

- Manejar y velar por la adecuada utilización del vehículo a su cargo.
- Pago de facturas, entrega y retiro de documentos.
- Velar por el buen funcionamiento del vehículo asignado.
- Realizar un mantenimiento adecuado del vehículo.
- Realizar informes de la utilización y estado del vehículo.

6.10.1.10 Secretaria General

a. Perfil

- Responsable.
- Buenas relaciones humanas.
- Conocimiento en contabilidad y auditoría.
- Capacidad de trabajo bajo presión.

b. Requerimientos

- Estudios superiores o bachiller en secretariado ejecutivo.
- Facilidad de expresión verbal y escrita.
- Persona proactiva y organizada.
- Experiencia en cargos similares mínimo 2 años.
- Manejo adecuado de sistemas informáticos.
- Edad mínima 24 años.
- Disponibilidad de trabajo a tiempo completo.

c. Funciones

- Mantener ordenados los archivos de la empresa.
- Ser puntual en todas sus actividades y funciones.
- Manejo adecuado de la información a su cargo.
- Realizar informes del departamento a cargo.
- Coordinar las labores de relaciones públicas y comunicación.
- Organizar y asistir a reuniones para el registro e informes de actas.
- Atención de los servicios generales y de administración de la empresa.

CAPÍTULO VII

ESTUDIO DE IMPACTOS

El presente capítulo consta de un análisis técnico de los impactos que generará el proyecto durante su vida útil, dentro de los cuales se enfoca en los sectores: Social, Económico, Educativo, Cultural, Empresarial y Ambiental.

Para el análisis se ha determinado un rango de niveles de impactos positivos y negativos, para lo cual se especifica en la siguiente tabla:

Cuadro N° 128

Tabla de Medición de Impactos

3	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
1	Impacto Bajo Positivo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Alto Negativo

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: El Autor

Por cada impacto se elabora una matriz independiente en la misma que se establecen indicadores medibles, los mismos que permitirán tener un resultado.

Bajo cada matriz se realiza un análisis por cada indicador, en donde se argumenta las razones por las cuales se determino el nivel de cada indicador.

7.1 Impacto Social

El Impacto Social, se refiere a la incidencia que tendrá el proyecto frente a la sociedad y comunidad cuando este se encuentre en funcionamiento dentro de parámetros socio-económicos.

Cuadro N° 129
Medición de Impacto Social

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicador								
Calidad de vida						X		2
Empleo							X	3
Seguridad Laboral							X	3
Integración Social						X		2
Integración Familiar							X	3
Contribución al Desarrollo del Socio-Económico de la Ciudad						X		2
TOTAL								15
<p>Nivel de Impacto Social= $\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}$</p> <p>Nivel de Impacto Social= $\frac{15}{6}$</p> <p>Nivel de Impacto Social= $2,5 = 3$</p> <p>Nivel de Impacto Social= Alto Positivo</p>								

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: El Autor

7.1.1 Análisis

La inclusión del presente proyecto en el contexto social busca mejorar la calidad de vida de la población y los niveles de satisfacción de la comunidad y empleados que trabajarán para nuestra empresa.

Por ser la desocupación uno de los principales problemas que existen dentro de la sociedad, con el presente proyecto se generara nuevas fuentes de empleo ya que se estarán vinculando directa e indirectamente la mano de obra y prestación de servicios de un gran número de personas. Para lo cual se buscará llegar a un nivel Alto Positivo.

Por ser la actividad artesanal a base de lana de oveja, una actividad conocida y por existir el mercado adecuado se garantiza que los pequeños productores y empleados tendrán seguridad de empleo puesto que todo el año existe comercialización de este tipo de productos.

La falta de empleo en las comunidades ha generado migración hacia el sector urbano lo que ha generado desintegración familiar y por ende problemas sociales, con el presente proyecto se busca que las familias se encuentren unidas y trabajen en sus comunidades en nuestra actividad ya que ellos serán nuestros proveedores directos y se vincularan económicamente en la sociedad.

Una sociedad beneficiada por la puesta en marcha de una empresa siempre es un factor positivo, por lo tanto se pretende aportar con inversión, nuevas fuentes de empleo y en si dinamizar la economía Otavaleña para contribuir en el desarrollo social.

7.2 Impacto Económico

Con relación al impacto económico se lo podrá determinar en función mejoramiento del ingreso per cápita, incremento en el acceso de la

comercialización de sus productos, acrecentamiento de las oportunidades de negocio y del crecimiento de los ingresos de la economía Otavaleña.

Cuadro N° 130

Medición de Impacto Económico

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Contribuir con Inversión							X	3
Rentabilidad del Proyecto						X		2
Costo de Producción						X		2
Ingreso de la Empresa						X		2
TOTAL								9
<p>Nivel de Impacto Económico = $\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}$</p> <p>Nivel de Impacto Económico = $\frac{9}{4}$</p> <p>Nivel de Impacto Económico = $2,25 = 2$</p> <p>Nivel de Impacto Económico = Medio Positivo</p>								

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: El Autor

7.2.1 Análisis

La puesta en marcha del presente proyecto aportará con inversión en la comunidad Otavaleña, y al ser esta la variable principal del desarrollo se busca generar un impacto económico Medio Positivo.

Con la aplicación del presente proyecto se busca también encontrar rentabilidad, ya que de esto dependerá que el proyecto se mantenga en el mercado y por ende

siga generando impactos positivos para la comunidad y empresa. Por existir una demanda insatisfecha se busca aplicar correctamente estrategias para alcanzar la rentabilidad deseada.

Los costos de producción que tendrá nuestro proyecto no serán muy altos, ya que nosotros receiptamos el producto semi terminado, lo cual a darle un proceso de acabado obtendremos una rentabilidad significativa.

Los ingresos que se esperan de la empresa serán adecuados para su funcionamiento y rentabilidad, pero es importante señalar que al ser un producto que se encuentra casi terminado su costo de adquisición es significativo y de la misma manera su precio de venta al salir de nuestra empresa se aplicará de la misma manera.

7.3 Impacto Educativo y Empresarial

Cuadro N° 131
Medición de Impacto Educativo y Empresarial

Indicador \ Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Creación de Valor de la Empresa						X		2
Mejoramiento Continuo de Procesos							X	3
Generación de Conocimientos						X		2
Participación del Personal							X	3
Gerencia Proactiva							X	3
TOTAL								13

Nivel de Impacto Educativo y Empresarial=	$\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}$
Nivel de Impacto Educativo y Empresarial =	$\frac{13}{5}$
Nivel de Impacto Educativo y Empresarial =	$2,6 = \mathbf{3}$
Nivel de Impacto Educativo y Empresarial =	Alto Positivo

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado: El Autor

7.3.1 Análisis

Para generar un Impacto Empresarial se pretende incrementar los indicadores que muestren la gestión empresarial, el número de acuerdos comerciales firmados, el ingreso obtenido en ventas, la utilidad y la expansión de la empresa. Se espera alcanzar un impacto Alto Positivo.

El proyecto tiene como finalidad crear el valor de la empresa dentro del ámbito económico, sin dejar de lado factores que beneficien a la comunidad; los mismos que prestarán importancia al funcionamiento y generaran una imagen positiva en el mercado local y regional.

Con la puesta en marcha del actual proyecto será indispensable el conocimiento de la administración adecuada de recursos, además de un manejo leal del mercado, para lo cual es indispensable la constante innovación de cada uno de nuestros procesos y productos.

Para mejorar los resultados del proyecto se realizará constantemente capacitación adecuada de nuestros empleados.

Dentro de la funcionalidad del proyecto se permitirá y fomentará la participación del personal en las decisiones lo cual permitirá que exista una mayor integración y se sientan bien trabajando en la empresa.

El manejo adecuado de la empresa es necesario ya que de esto depende la toma de decisiones importantes, por lo cual se busca una gerencia enfocada en la consecución de objetivos y metas positivas durante la vida útil del proyecto.

7.4 Impacto Ambiental

Cuadro N° 132
Medición de Impacto Ambiental

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Conservación del Medio Ambiente							X	3
Utilización de Materiales Naturales.							X	3
Aprovechamiento de recursos							X	3
Manejo adecuado de desechos							X	3
Disminución del ruido					X			1
TOTAL								13

Nivel de Impacto Ambiental=	Sumatoria Número de Indicadores
Nivel de Impacto Ambiental=	$\frac{13}{5}$
Nivel de Impacto Ambiental =	2,6= 3
Nivel de Impacto Ambiental =	Alto Positivo

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: El Autor

7.4.1 Análisis

El presente proyecto busca la generación mínima de desechos por lo cual el factor anhelado es tener un medio ambiente limpio. Se busca conseguir un impacto Alto Positivo.

Se busca la utilización de fibras naturales como lana de oveja que genera una contaminación mínima, dejando de lado el uso fibras sintéticas contaminantes además se aplicará estándares de calidad que disminuyan la contaminación y mejoren de los procesos de producción.

Teniendo en cuenta que la utilización ineficiente de recursos y la generación de gran número de desechos es una pérdida económica y ambiental; se busca potenciar el manejo de mismos en cada uno de los procesos para en un futuro no tener que realizar inversiones por remediación ambiental.

El manejo adecuado de los desechos será una política corporativa, dentro de la cual se busca reciclar la mayoría de los desechos sólidos para darles un nuevo uso,

y así disminuir la contaminación que estos pudieran ocasionar al arrojarlos libremente en el medio ambiente.

El ruido es un elemento negativo que genera contaminación ambiental, con la puesta en marcha del presente proyecto se implementará tecnología de punta para el proceso de acabados, lo cual disminuirá el ruido que generalmente generan las maquinas al coser.

7.5 Impacto Cultural

Una empresa comprometida con la sociedad y la nación siempre genera riqueza, confianza y beneficio colectivo por lo tanto se pretende generar un impacto ético el cual se encontrará determinado por el índice de satisfacción en el reconocimiento del costo justo que implica la elaboración de productos manufacturados, por el incremento de la calidad del producto, por el incremento en el índice de cumplimiento tanto de entrega de mercadería como de pago y con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Cuadro N° 133

Medición de Impacto Cultural

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Fomento de la Actividad Artesanal							X	3
Intermediación Justa						X		2
Integración del Sector Productivo						X		2
Competitividad del Mercado Artesanal.							X	3
Total								10
<p>Nivel de Impacto Cultural= $\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}$</p>								

Nivel de Impacto Cultural =	$\frac{10}{4}$
Nivel de Impacto Cultural =	2,5 = 3
Nivel de Impacto Cultural =	Alto Positivo

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado: El Autor

7.5.1 Análisis

La aplicación del actual proyecto se encuentra dirigida al fomento de la actividad artesanal en la zona norte del país ya que gran parte de la población se dedica a la producción de artículos artesanales a base de lana de oveja desde hace muchos años y por ende se fomenta la cultura con la permanencia de esta actividad y la producción de lana de oveja que es una actividad tradicional. Se espera lograr un impacto Alto Positivo.

El proyecto busca también generar una intermediación justa con nuestros proveedores y clientes lo cual generará un incentivo para nuestros proveedores y un beneficio para cumplir con pedidos de nuestros clientes.

Con la ejecución del proyecto se integrara la empresa y la sociedad dentro del ámbito productivo ya que se generarán nuevas fuentes de empleo y por ende se mejorará la calidad de vida de nuestros proveedores y de nuestros clientes.

El mercado artesanal a base de lana de oveja en la ciudad de Otavalo en los últimos años se ha visto afectado por tener una producción limitada lo cual no ha permitido tener competitividad con otros países puesto que los pedidos que provienen de los países consumidores de este tipo de productos es a gran escala, con la puesta en marcha del proyecto se busca proveer a clientes que tienen un mercado conocido en el mundo lo cual generará mayor competitividad nacional y regional del mercado otavaleño en este tipo de actividad.

7.6 Impactos Generales

Para tener una idea general del impacto que se encuentra generando el presente proyecto se realiza un análisis global de los impactos.

Cuadro N° 134
Medición de Impactos Generales

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Impacto Social							X	3
Impacto Económico						X		2
Impacto Empresarial y Educativo							X	3
Impacto Ambiental							X	3
Impacto Cultural							X	3
Total								14
<p>Nivel de Impacto General= $\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}$</p> <p>Nivel de Impacto General= $\frac{14}{5}$</p> <p>Nivel de Impacto General= $2,8 = 3$</p> <p>Nivel de Impacto General= Alto Positivo</p>								

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: El Autor

7.6.1 Análisis

De acuerdo a los parámetros de estudio establecidos, se puede concluir que la puesta en marcha del proyecto generará un impacto General con categoría de "Alto Positivo", lo cual nos indica que contribuirá positivamente en beneficio de la comunidad, creando así grandes expectativas de su implantación; Además es importante señalar que no solo se buscará beneficio para la empresa sino, también para la sociedad lo cual generará bienestar social y competitividad del Ecuador a nivel Internacional.

CONCLUSIONES

- ❖ De acuerdo al Diagnostico Situacional se pudo determinar la realidad económica y social de la población otavaleña, siendo elementos importantes la actividad artesanal y el turismo mismos que generan fuentes de empleo enfocadas en micro emprendimientos, permitiendo así proyectar el presente estudio hacia la creación de una Empresa de Acabados y Comercialización de Productos de Lana de Oveja, con el fin de fomentar la actividad artesanal y alcanzar competitividad.

- ❖ El Marco Teórico se sustenta en una base teórica y científica, fundamentada en una investigación bibliográfica y documental de fuentes como libros e internet, misma que permite esclarecer adecuadamente términos que se incluyen en el presente estudio.

- ❖ Partiendo del Estudio de Mercado se ha podido determinar la aceptación del puesta en marcha del proyecto por parte de los comerciantes en un 90,32%, puesto que generará mayores niveles de competitividad en el mercado nacional e internacional, siendo el principal elemento en el fomento y provisión de productos de lana de oveja, que por tener origen artesanal se ha visto limitada su producción siendo esta una de las razones para no lograr competitividad con otros países del mundo.

- ❖ Mediante el análisis del Estudio Técnico se ha determinado alternativas de inversión enfocadas en la capacidad que tendrá el proyecto, misma que ha sido determinada por la infraestructura, equipamiento, financiamiento y bajo el concepto de que la producción artesanal es limitada, concluyendo así que su cobertura en la demanda insatisfecha nacional será del 15% anual, buscando no saturar el mercado interno y alcanzar una adecuada competitividad.

- ❖ En el Estudio Financiero se ha podido determinar la viabilidad del proyecto puesto que generará rentabilidad económica, permitiendo de esta manera no solo crear beneficio económico para sus socios sino también para los negocios y personas que tienen relación con este tipo de productos, mejorando así la competitividad del Ecuador frente al mundo, la generación de fuentes de empleo y dinamizando la economía del cantón Otavalo y del país.

- ❖ Para determinar la Estructura Organizacional se ha establecido la misión, visión, política, objetivos y requerimiento de personal, mismos que permitirán avanzar adecuadamente y alcanzar los objetivos esperados del proyecto.

- ❖ El Análisis de Impactos ha permitido determinar que la puesta en marcha del proyecto generará impactos positivos, ya que contribuirá con la generación de empleo, fomento de la actividad artesanal, conservación de la cultura y dinamización de la economía sin afectar el medio ambiente.

RECOMENDACIONES

- ❖ Por las condiciones favorables en el ámbito artesanal y turístico del Cantón Otavalo, se recomienda buscar alternativas de inversión que fomenten dichas actividades y permitan generar mayores fuentes de empleo sin poner en riesgo las raíces culturales, permitiendo lograr competitividad frente al resto de países y así mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón.

- ❖ Es importante actualizar constantemente términos, reglamentos y normativas, a través de citas bibliográficas confiables para que exista una adecuada comprensión de conceptos que se utilizaron en el desarrollo del presente proyecto.

- ❖ De acuerdo al Estudio de Mercado se ha determinado la existencia de demanda insatisfecha y falta de competitividad en el mercado internacional, razón por la cual se recomienda cubrir de manera adecuada la mencionada demanda, mediante la utilización de estrategias competitivas enfocadas en promoción, producto y precios.

- ❖ Para tener competitividad y posicionamiento en el mercado, es recomendable el mejoramiento continuo de procesos de transformación e innovación en sus productos, buscando minimizar costos sin dejar de lado la calidad, además es indispensable buscar financiamiento y administración adecuada para la nueva unidad productiva.

- ❖ De acuerdo a la Evaluación Financiera, se recomienda implementar la nueva unidad productiva ya que es una oportunidad de inversión y generará un nivel adecuado de rentabilidad.

- ❖ Se recomienda controlar adecuadamente los procesos administrativos y organizacionales, puesto que son base importante en el direccionamiento de la empresa y le permitirán actuar eficientemente en la consecución de sus objetivos.

- ❖ Con el fin de contribuir positivamente en el desarrollo socio-económico del cantón Otavalo se recomienda actuar adecuadamente sin afectar al medio ambiente, buscando ser actor importante en el fomento de la actividad artesanal y conservación de la cultura.

BIBLIOGRAFÍA

- ARBOLEDA, Germán; Proyectos Formulación, Evaluación y Control, Cuarta Edición, AD Editores 2001, Cali-Colombia.

- BACA, Gabriel; Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, MC Graw-Hill 2006, Distrito Federal-México.

- BRAVO, Mercedes; Contabilidad General, Séptima Edición, Editorial Nuevo Día 2007, Quito-Ecuador

- CÓRDOBA, Marcial; Formulación y Evaluación de Proyectos, Primera Edición, Editorial Kimpres Ltda. 2009, Bogotá-Colombia.

- ESTÉVEZ, Viviana y CHAMORRO, Mónica; Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Sacos Tejidos a Mano en el Cantón Otavalo, Universidad Técnica del Norte 2005, Ibarra-Ecuador.

- HURTADO, Edison; Una participación en Busca de Actores Otavalo 2000-2002, Primera Edición, Gobierno Municipal de Otavalo 2004, Otavalo-Ecuador.

- JÁCOME, Walter; Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, Primera Edición, Editorial Universitaria UTN 2005, Ibarra-Ecuador.

- MENDOZA, Franklin; Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Granola en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, Universidad Técnica del Norte 2010, Ibarra-Ecuador.

- MEZA, Jhonny; Evaluación Financiera de Proyectos, Segunda Edición, Editorial Linotipia Bolívar 2010, Bogotá-Colombia.
- MICROSOFT, Encarta; 2009.
- MORALES, Walter; Estudio de Factibilidad para Ampliar la Producción en la Microempresa Morales, Aplicando Nueva Tecnología en la Fabricación de Sacos de Lana, en la Comunidad de Carabuela, Cantón Otavalo, Universidad Técnica del Norte 2010, Ibarra-Ecuador.
- SAPAG, Nassir y SAPAG, Reinaldo; Preparación y Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Editorial MC Graw-Hill 2008, Distrito Federal-México.
- SARMIENTO, Rubén; Contabilidad General, Décima Edición, Editorial Voluntad 2008, Quito-Ecuador.
- TABANGO, Mesías; Testimonio de las Actas de la Conformación Constitucional del Cabildo Otavaleño, Primera Edición, Edición Gobierno Municipal de Otavalo 2010, Otavalo-Ecuador.
- TAPIA, Ana; Estudio de Factibilidad Para la Creación de Un Centro de Recreación y Esparcimiento con Membrecías, en el Sector de la Laguna de Yahuarcocha, Perteneciente a la Parroquia La Dolorosa del Priorato, de la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, Universidad Técnica del Norte 2010, Ibarra-Ecuador.
- ZAPATA, Pedro; 2008. Contabilidad General, Sexta Edición, MC Graw-Hill 2008, Distrito Federal-México.

DOCUMENTOS CONSULTADOS DE GRAN IMPORTANCIA

- Corporación Financiera Nacional; Matriz de Tasa de Interés Crédito Primer Piso, Del 1 al 31 de diciembre 2011.
- Gobierno Municipal de Otavalo, Análisis de la situación de los Productores Artesanos, Jefatura de Desarrollo Económico Local de Otavalo-Unidad de turismo 2009, Otavalo-Ecuador.
- Gobierno Municipal de Otavalo, Padrón de Patentes del Cantón Otavalo al 14/10/2011, Otavalo-Ecuador.
- Gobierno Municipal Otavalo, Croquis de la ciudad de Otavalo, Departamento de Planificación 2011, Otavalo-Ecuador.
- MORENO, Mariana y MOREANO, Andrés; Otavalo Ayer, Hoy y Siempre, Primera Edición 2003, Quito-Ecuador.
- Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador; Ley General de Instituciones del Sistema Financiero 2001, Quito-Ecuador.
- Superintendencia de Compañías; Instructivo para sociedades y compañías 2008, Quito-Ecuador.

LINCOGRAFÍA

- es.wikipedia.org
- imbabura.wordpress.com
- promonegocios.net
- www.aduana.gov.ec
- www.cfn.fin.ec
- www.definicion.org

- www.ecuadorencifras.com
- www.ecuadorexporta.org - CORPEI
- www.gestiopolis.com
- www.inec.gob.ec
- www.mira.com.ec
- www.monografias.com
- www.otavalo.gob.ec
- www.portalbce.fin.ec
- www.pymesfuturo.com
- www.sbs.gob.ec
- www.trademap.org

ANEXOS

ANEXO N° 1

MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	PÚBLICO
Realizar un análisis sobre las condiciones del mercado artesanal textil, enfocado en la creación de la empresa de acabados y comercialización de productos artesanales a base de lana de oveja, para determinar la oferta y demanda de este tipo de productos.	Producción	-Volumen de Producción. -Variedad de Productos. -Zonas de Producción. -Tecnología -Ciclo de Producción -Materia Prima.	-Primaria -Secundaria	-Encuesta y Documentación. -Encuesta -Encuesta -Encuesta -Documentación -Encuesta	-Comerciantes, BCE, Aduana del Ecuador. -Comerciantes -Comerciantes -Productores -Municipio de Otavalo -Productores
Diseñar un modelo de mercado adecuado para la creación de esta empresa.	Manejo Financiero	-Precio de Compra -Precio de Venta -Rentabilidad	Primaria	-Encuesta -Encuesta -Encuesta	-Productores -Comerciantes -Comerciantes
Determinar la situación actual de los almacenes que comercializan productos artesanales a base de lana de oveja en la ciudad, para establecer una funcionalidad adecuada de la empresa.	Comercialización	-Mercado Meta -Competencia -Forma de Comercialización. -Presentación de Productos	Primaria	-Encuesta -Encuesta -Encuesta -Encuesta	-Comerciantes -Comerciantes -Comerciantes -Comerciantes
Fijar estrategias y políticas que se llevaran a cabo la creación de la empresa.	Estrategias Competitivas	-Políticas Empresariales -Objetivos y Metas	Primaria	-Encuesta -Encuesta	-Productores -Comerciantes

Identificar el tipo de promoción y publicidad que llevaran a TEJIOTAVALO a posicionarse adecuadamente en el mercado.	Promoción Publicidad	-Publicidad -Estrategias de Comercialización	Primaria	-Encuesta -Encuesta	-Productores, Comerciantes -Comerciantes
Establecer las fortalezas y debilidades del mercado artesanal textil.	Mercado	Canales de Distribución, Nuevos Mercados	Primaria	-Encuesta -Encuesta	-Productores, Comerciantes -Comerciantes



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA DIRIGIDA PRODUCTORES

OBJETIVO

Identificar la demanda de productos artesanales a base de lana de oveja en la ciudad de Otavalo para establecer la forma de producción.

Género: _____ **Lugar de donde se produce:** _____

PREGUNTAS

1. ¿Alrededor de cuántos años se dedica a tejer productos de lana de oveja?

Menos de 1 año 1 a 3 años Más de 3 años

2. ¿En qué lugar entrega su producto?

Almacén en Otavalo Otras Provincias Su domicilio En el Exterior

Otros: _____

3. ¿Cada qué tiempo entrega sus productos?

1 vez por mes 2 veces por mes 3 veces por mes más de 4 veces por mes

4. ¿Qué cantidades produce al mes de los siguientes Productos?

➤ **Sacos Talla**

Niños: 2 _____ 4 _____ 6 _____ 8 _____

Caballeros: M _____ L _____ XL _____ **Dama:** M _____ L _____

➤ **Bufandas** _____ No Produce

➤ **Gorras** Small _____ Medium _____ Large _____ No Produce

➤ **Guantes** Small _____ Medium _____ Large _____ No Produce

5. ¿En qué condiciones entrega su producto?

Solo Tejido Con Acabados Con Marca

6. ¿Estaría en capacidad de ampliar su producción?

SI NO

7. ¿A qué precio entrega su producto?

➤ **Sacos Talla**

Niños: 2 _____ 4 _____ 6 _____ 8 _____

Adultos Caballeros:M _____ L _____ XL _____ **Dama:** M _____ L _____

➤ **Bufandas** _____ No comercializa

➤ **Gorras** Small _____ Medium _____ Large _____ No comercializa

➤ **Guantes** Small _____ Medium _____ Large _____ No comercializa

8. ¿Si existiera una empresa en la ciudad de Otavalo que le compre esta gama de productos estaría dispuesto a venderle sus productos?

SI NO

¡Muchas gracias por su atención!



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIALIZADORES DE LA CIUDAD DE
OTAVALO

OBJETIVO

Identificar la Oferta y Demanda de los productos Artesanales Base de Lana de Oveja en la Ciudad de Otavalo.

PREGUNTAS

1. ¿Alrededor de cuántos años se dedica a comercializar productos de lana de oveja?

Menos de 1 año 1 a 5 años Más de 5 años

2. ¿Dónde adquiere el Producto?

Le entregan en el almacén Otras Provincias Comunidades cercanas
Produce
Otro:

3. ¿Cada qué tiempo se abastece de los productos?

1 vez por mes 2 veces por mes 3 veces por mes más de 4 veces por mes

4. ¿Qué cantidades compra al mes los siguientes Productos?

➤ **Sacos Talla**

Niños: 2 _____ 4 _____ 6 _____ 8 _____
Adultos Caballeros: M _____ L _____ XL _____ **Dama:** M _____ L _____

➤ **Bufandas** _____ No comercializa

➤ **Gorras** Small _____ Medium _____ Large _____ No comercializa

➤ **Guantes** Small _____ Medium _____ Large _____ No comercializa

5. ¿En qué condiciones recibe el producto?

Solo Tejido Con Acabados Con marca

6. ¿En qué condiciones comercializa su producto?

Solo Tejido Con Acabados Con marca

7. ¿A qué precio comercializa el producto?

➤ **Sacos Talla**

Niños: 2 _____ 4 _____ 6 _____ 8 _____
Adultos Caballeros: M _____ L _____ XL _____ Dama: M _____ L _____

➤ **Bufandas** _____ **No comercializa**

➤ **Gorras** Small _____ Medium _____ Large _____ **No comercializa**

➤ **Guantes** Small _____ Medium _____ Large _____ **No comercializa**

8. ¿A cuál mercado distribuye los productos de Lana de Oveja?

Nacional Extranjero Otro _____

9. ¿Cuáles son los colores que tienen mayor aceptación en los siguientes productos?

Sacos: Arco Iris Claros Oscuros Otro _____

Bufandas: Arco Iris Claros Oscuros Otro _____

Gorras: Arco Iris Claros Oscuros Otro _____

Guantes: Arco Iris Claros Oscuros Otro _____

10. ¿Si existiera una empresa en la ciudad que le provea de esta gama de productos estaría dispuesto a comprarle?

SI NO

¡Muchas gracias por su atención!

ANEXO N° 4

Mercado Meta

Exportadores Otavaleños de Sacos y Productos de Lana

En la Base de datos del Banco Central del Ecuador se encuentran Registrados como exportadores los siguientes almacenes cabe resaltar que muchos de los almacenes dedicados a este tipo de actividades no se encuentra registrado como exportador el propietario razón por la cual no se puede determinar cuántos de estos en realidad exportan; pero en el cruce de información realizado se teremino como exportadores a los almacenes: Native Pride Artesanías, Buque Yarina, Hecho a Mano. Quichua Creations, TejiAli Maqui, Native American Handicraft, A Mano Artesanías, Inty Taita, La Casa de la Lana, Tejidos Rumiñahui, Tejidos Indígenas Ecuatorianos y Distribuidor Tabi.

Lista de Exportadores de Productos de Lana de Oveja del Cantón Otavalo.

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Aguilar Anrango José Remigio	Barrio comunidad de Imbabuela Bajo	062924561
Aguilar Gualsaqui María Yolanda	Atahualpa 169 e Imbabura, sec. la compañía	062918561
Andrango Álvarez Virginia	Calle principal a dos cuadras del estadio	062926050
Andrango Morales Zoila	Calle Roca 8-01 y Colon frente taxis Lagos	062920647
Anrango Maldonado Julio Enrique	San Luis de Agualongo, calle Atahualpa y Shiris	062946014
Anrango Males José Segundo	Eugenio Espejo, calle Enrique Garcés	069362535

Arciniega Ibáñez María Sofía	Calle Roca y Morales 304	094223072
Black Sheep Exports S.A	Calle Sucre 1106	062921760
Cabascango Guajan José Rafael	Cdla. Selva Alegre calle principal	062921777
Cabascango Quinchuqui María Lucia	Cristóbal Colon 4-78 y Modesto Jaramillo	062921254
Cachiguango Vásquez Rafael	Calle Sucre 915 - parroquia El Jordán	062920968
Cachimuel Guajan María Elsa	Comunidad Guamani, a cuatro cuadras del estadio	099455297
Campo Lema Blanca Marina	Miguel Egas Cabeza- Peguche	097255044
Campo Otavalo Jesús Rafael	Barrio Atahualpa	062922751
Castañeda Burga Elsa María	Urb. La Joyita - Calle Vicente Larrea	062926809
Castañeda Maldonado Luis Alberto	Calle Sucre 13-04 y Salinas	
Chalampunte Maigua Fernando Alfonso	Calle 31 de octubre s/n	062921608
Cifuentes Ruiz Grace Alexandra	Calle Ricaurte y Colon	062920185
Cushcagua Lema José Alberto	San Luis, urb. Marco Proaño Maya, Calle Bolívar	062690004
De La Torre De La Torre Janeth Del Carmen	San Juan de Iluman, calle principal	062946028
Días Pineda Celia María	Pasaje Moreano y Quiroga	062922270
Vásquez Morales Ernesto	Calle Colon 3-07 y Bolívar	062921362
Gualsaquí Morales Marcelo Giovany	Luis Alberto de la torre no. 6-25 y Quito	062921428
Guashco Chango Salomón	Guayaquil 5-18 y Abdón Calderón	062923993
Lema Amaguaña José Franklin	Calle principal, comunidad de Quinchuqui	099371922

Lema Lema Blanca	Calle Neptalí Ordóñez,12-24 entre Bolívar y Roca	062921066
Lema Lema Lucila	Calle Bolívar 12-17 y Quiroga	062921458
Lema Lema Luis Humberto	Calle Quiroga y Bolívar	062920840
Lema Lema María Olga	Calle Roca 9011 y Salinas	062921604
Lema Maldonado Luis Humberto	Calle Modesto Jaramillo y pasaje Saona	062921455
Lema Pineda José	Calle Sucre 1009 y Colon	062923586
Lema Pineda María Petrona	Calle Bolívar 44 y Quito	062921141
MaiguaCachiguango Edwin Fernando	Cdla. Jacinto Collahuazo I etapa	062922182
Maigua Quinche José Rafael	Calle Modesto Jaramillo 847 entre Morales y Salinas	062921280
Maldonado Iza Lucila	Miguel Egas Cabezas (Peguche), barrio Atahualpa	069369326
Males Camuendo Jaime Segundo	Calle Morales 510 y Sucre frente a " Yuratur " "	062922319
Males Lema Mercedes	Calle Sucre 11-12 entre Colon y Morales	062921763
Males Morales Luis Alfonso	Calle Luis Chávez Guerrero 6-33	062922264
Mármol Fuerez Wilson Rodrigo	Cdla. Rumiñahui barrio El Valle	062925177
Matango Guajan José Julián	Comunidad Quitugo grande calle principal	099379532
Morales Chalapuento Luis Alfonso	Calle Bolívar 1407 y Quito	062920284
Pichamba Oyagata Humberto Benjamín	Peguche, calle principal	
Pineda Lema José Rafael Rodrigo	Calle Roca 810 y Morales	062920231

Ramos Cachiguango José Humberto	Calle Ricaurte no. 111	062923529
Saransig Campo José Humberto	Parroquia San Roque, calle principal	
Tabí Cando Luis Enrique	Calle Morales 4-10 y Sucre	062922474
Vallejo Ayala Yolanda Elizabeth	Calle Salinas y Modesto Jaramillo	062926015 062923731
Vargas Guachamin José Álvaro	Barrio Monserrath, Calle Luis Alberto de la Torre 650	069181383
Velásquez Anrango Luis Alberto	Comunidad de Pucará (Calpaquí)	099368101
Yacelga Romero Margarita	Calle, Luis Alberto de la Torre 1248	062922338
YaselgaCamuendo Verónica Soledad	Av. 31 de Octubre y Quito a una cuadra de Habana Club	062923282

Fuente: Portal BCE www.portal.bce.fin.ec
Elaborado: El Autor.

ANEXO N° 5

Determinación de la Demanda de Bufandas, Gorras y Guantes

Para determinar el porcentaje en la demanda de productos a base de lana de oveja se utilizó información de la de la Oferta existente en el año 2011.

Oferta Año 2011

Producto	Toneladas
Bufandas	11,38
Gorras	19,36
Guantes	1,40

Fuente: Sumatoria de Encuestas e Información de Municipio de Otavalo.

Cálculo:

Tomaremos como base de comparación a las bufandas que para el 2011 registraron 11,38 toneladas, buscaremos la relación existente con los otros productos.

Bufandas: 11,38 toneladas dividido para 11,38 toneladas = $1 * 100 = 100\%$

Gorras: 19,36 Toneladas dividido para 11,38 toneladas = $1,70 * 100 = 170\%$

Guantes: 1,40 toneladas dividido para 11,38 toneladas = $0,123 * 100 = 12,30\%$

Se puede apreciar la relación que existe al comparar con la bufanda, misma que será utilizada para proyectar la demanda de gorras y guantes debido a que no existe información precisa de estos productos.

Demanda de Bufandas 2011 = 26,32 toneladas = 100% proyectamos en función de la relación.

Demanda Gorras = $26,32 * 170\% = 44,74$ toneladas.

Demanda Guantes = $26,32 * 12,30\% = 3,24$ toneladas.

ANEXO N° 6

Demanda de Sacos de Lana

Para determinar el número de unidades de sacos de lana por tonelada hay que tener en cuenta que cada saco tiene un peso de 2 libra equivalente a 907,03 gramos es decir:

1 tonelada = 1000000 gramos dividida para 907,03 gramos

Unidades totales por tonelada = $1000000 \text{ g} / 907,03 \text{ g} = 1102,5$ unidades.

Cálculo:

Año 2010 166,49 toneladas * 1102,5 unidades = 183556

Año 2011 181,69 toneladas*1102,5 unidades = 200313

Demanda de Sacos de Lana

Años	Exportación (Tonelada)	Demanda Anual (Unidades)
2010	166.49	183556
2011	181.69	200313

Fuente: Portal BCE

ANEXO N° 7

Demanda de Bufandas

Para determinar el número de unidades de bufandas por tonelada, hay que tener en cuenta que cada bufanda tiene un peso de 302,34 gramos es decir:

1 Tonelada = 1000000 gramos dividida para 302,34 gramos.

Unidades Totales por tonelada = $1000000 / 302,34 = 3307,5$ unidades.

Cálculo:

Año 2005 20,29 Toneladas * 3307,5 unidades = 67109 unidades

Demanda Histórica de Bufandas Exportadas

Años	Exportación (Toneladas)	Demanda Anual (Unidades)
2005	20,29	67109
2006	18,22	60263
2008	19,13	63272
2009	32,53	107593
2010	36,49	120691
2011	26,32	87053

Fuente: Portal BCE, www.portalbce.fin.ec

ANEXO N° 8

Demanda de Gorras

Para determinar el número de unidades de gorras por tonelada, hay que tener en cuenta que cada bufanda tiene un peso de 151,17 gramos es decir:

1 Tonelada = 1000000 gramos dividida para 151,17 gramos.

Unidades Totales por tonelada = $1000000 / 151,17 = 6615$ unidades.

Cálculo:

Año 2011 44,74 Toneladas * 6615 unidades = 295955 unidades

Proyección de la Demanda de Gorras

Años	Exportación (Tonelada) $Q = Q_0 (1 + 0,0715)^{n-1}$	Demanda Anual (Unidades) $D = D_0 \text{ Toneladas} * 6615$
2011	44,74	295955
2012	47,94	317123
2013	51,37	339812
2014	55,04	364090
2015	58,97	390087
2016	63,19	418002

Fuente: Investigación Directa

Para la proyección se utilizó la tasa de crecimiento relativa a Bufandas ya que se asume que tuvieron el mismo crecimiento entre gorras, guantes y bufandas.

ANEXO N° 9

Demanda guantes

Para determinar el número de unidades de guantes por tonelada, hay que tener en cuenta que cada guante tiene un peso de 151,17 gramos es decir:

1 Tonelada = 1000000 gramos dividida para 151,17 gramos.

Unidades Totales por tonelada = $1000000 / 151,17 = 6615$ unidades

Cálculo:

Año 2011 3,24 Toneladas * 6615 unidades = 21433 unidades

Proyección de la Demanda de Guantes

Años	Exportación (Toneladas) $Q = Q_0 (1 + 0,0715)^{n-1}$	Demanda Anual (Unidades) $D = D_0 \text{ Toneladas} * 6615$
2011	3,24	21433
2012	3,47	22954
2013	3,72	24608
2014	3,99	26394
2015	4,27	28246
2016	4,58	30297

Fuente: Investigación directa

Para la proyección se utilizó la tasa de crecimiento calculada en las bufandas ya que se maneja el criterio que existió un crecimiento igual entre gorras, guantes y bufandas.

ANEXO N° 10

Oferta de Sacos en la Ciudad de Otavalo Durante el Año 2011

Para obtener la oferta en el año 2011 es necesario sumar la oferta obtenida en las encuestas con la de la dirección de turismo.

Resultado Encuesta:

Tabla Consolidada de Comercialización de Sacos	
Variable	Cantidad
Sacos de Niño	1242
Sacos Adulto- Caballero	1734
Sacos Adulto- Dama	1145
TOTAL MENSUAL	4121

Fuente: Encuesta a Comerciantes Capítulo III, pregunta 4

Se ponderó de la siguiente manera los sacos de niño por cada 2 equivale a 1 saco normal, el resto conserva el mismo valor unitario.

Oferta en almacenes mensual = $(1242/2) + 1734 + 1145 = 3500$

Para un año 2011: La oferta es de $3500 * 12 = 42000$ unidades.

Información de la Dirección de Turismo en la Plaza Centenario

La proyección es de 74600 unidades, comercializadas en la plaza de ponchos.

La sumatoria de las dos cantidades es: 116600 unidades.

Total Oferta de Sacos de Lana en la Ciudad de Otavalo

Año	Oferta Unidades	Oferta Toneladas
2011	116600	105,76

Para obtener en toneladas el valor hay que tener en cuenta que por tonelada hay 1102.5 unidades de sacos de lana ya que técnicamente cada saco pesa 2 libras equivalente a (907,03 g).

1 tonelada = 1000 Kg

1 Kg = 1000g

1 Tonelada = 1'000'000g

División = $1000000 / 907,03 = 1102,05$ unidades.

ANEXO N° 11

Oferta de Bufandas en la Ciudad de Otavalo Durante el Año 2011

Para obtener la oferta en el año 2011 es necesario sumar la oferta obtenida en las encuestas con la de la dirección de turismo.

Resultado de la Encuesta:

Bufandas	Cantidad
Total Mensual	1950

Fuente: Encuesta a Comerciantes Capítulo III, pregunta 4

La oferta de bufandas, producto de la comercialización de los almacenes es de 1950 mensuales y de 23400 al año.

Información de la Dirección de Turismo en la Plaza Centenario

En la plaza centenario mediante la proyección e determina una oferta de 14239 unidades de bufandas.

La sumatoria de las dos cantidades genera un total de 37639

Total Oferta de Bufandas de Lana en la Ciudad de Otavalo

Año	Oferta Unidades	Oferta Toneladas
2011	37639	11,38

Para determinar el número es toneladas, hay que tener en cuenta que una bufanda tiene un peso de 302,34 gramos.

Unidades por tonelada.

1 tonelada= $1000000 \text{ g} / 302,34 \text{ g} = 3307.5$ unidades de bufandas por tonelada.

ANEXO N° 12

Oferta de Gorras en la Ciudad de Otavalo Durante el Año 2011

Para obtener la oferta en el año 2011 es necesario sumar la oferta obtenida en las encuesta con la de la dirección de turismo.

Resultados de la Encuesta:

Cantidad de Gorras por Mes	
Talla	Cantidad
Small	945
Medium	5055
Large	3021
Total	9021

Fuente: Encuesta a Comerciantes Capítulo III, pregunta 4

La oferta de gorras en los almacenes de la ciudad de Otavalo asciende a 9021 unidades mensualmente, que representan un valor unitario anual de 108252.

Información de la Dirección de Turismo en la Plaza Centenario

En la plaza centenario mediante la proyección e determina una oferta de 19814 unidades de gorras.

La suma de las dos cantidades es de 128066

Total Oferta de Gorras de Lana en la Ciudad de Otavalo

Año	Oferta Unidades	Oferta Toneladas
2011	128066	19,36

Para determinar el número en toneladas, hay que tener en cuenta que una bufanda tiene un peso de 151,17 gramos.

Unidades por tonelada:

1 Tonelada= $1000000 \text{ g} / 151,17 \text{ g} = 6615$ unidades de gorras por tonelada.

ANEXO N° 13

Oferta de Guantes en la Ciudad de Otavalo Durante el Año 2011

Para obtener la oferta en el año 2011 es necesario sumar la oferta obtenida en las encuesta con la de la dirección de turismo.

Resultados de la Encuesta:

Cantidad de Guantes por Mes		
Talla	Cantidad	%
Small	0	0,00
Medium	150	66,67
Large	75	33,33
TOTAL	225	100,00

Fuente: Encuesta a Comerciantes Capítulo III, pregunta 4

La oferta de Guantes, producto de la comercialización de los almacenes es de 225 mensuales y de 2700 al año.

Información de la Dirección de Turismo en La Plaza Centenario

En la plaza centenario mediante la proyección e determina una oferta de 6561 unidades de guantes

La suma de las dos cantidades es de 9261 unidades.

Total Oferta de Guantes de Lana en la Ciudad de Otavalo

Año	Oferta Unidades	Oferta Toneladas
2011	9261	1,40

Para determinar el número es toneladas, hay que tener en cuenta que una par de guantes tiene un peso de 151,17 gramos.

Unidades por tonelada:

1 Tonelada= 1000000 g /151,17 g = 6615 unidades de gorras por tonelada.

ANEXO N° 14

Materia Prima Directa (Productos Semi terminados)

Sacos

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad Proyectada	14352	15564	16866	18268	19774
Precio del Producto	8,90	9,32	9,76	10,22	10,70
Total	127732,80	145056,48	164612,16	186698,96	211581,80

Fuente: Capacidad de la Empresa y Precio, Estudio de Mercado

Bufandas

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad Proyectada	11606	12707	13794	14866	15923
Precio del Producto	1,31	1,37	1,44	1,50	1,57
Total	15203,86	17408,59	19863,36	22299	24999,11

Fuente: Capacidad de la Empresa y Precio, Estudio de Mercado

Gorras

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad Proyectada	27416	29818	32418	35226	38262
Precio del Producto	1,31	1,37	1,44	1,50	1,57
Total	35914,96	40850,66	46681,92	52839	60071,34

Fuente: Capacidad de la Empresa y Precio, (Estudio de Mercado)

Guantes

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad Proyectada	1986	2164	2352	2550	2778
Precio del Producto	1,57	1,64	1,72	1,80	1,89
Total	3118,02	3548,96	4045,44	4590	5250,42

Fuente: Capacidad de la Empresa y Precio, Estudio de Mercado

Total Materia Prima

Producto	2012	2013	2014	2015	2016
Sacos de lana	127732,80	145056,48	164612,16	186698,96	211581,80
Bufandas	15203,86	17408,59	19863,36	22299	24999,11
Gorras	35914,96	40850,66	46681,92	52839	60071,34
Guantes	3118,02	3548,96	4045,44	4590	5250,42
Total	181969,64	206864,69	235202,88	266426,96	301902,67

Fuente: Cuadros anteriores

ANEXO N° 15

Materia Prima Indirecta

Para determinar la materia prima indirecta hay que considerar que solo el 50% de los productos a comercializar llevan acabados.

Tela

Sacos: Cada saco necesita 1,45 metros de tela y solo el 50% de la capacidad de la empresa lleva acabados.

Tela (metros)	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad Sacos	7176	7782	8433	9134	9887
Requerimiento (m)	1,45	1,45	1,45	1,45	1,45
Subtotal	10405,2	11289,9	12227,85	13244,30	14336,15

Bufandas: Las bufandas no llevan Tela.

Gorras: Cada gorra necesita 0,25 metros de tela y solo el 50% lleva acabados.

Tela (metros)	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad Gorras	13708	14909	16209	17613	19131
Requerimiento (m)	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
Subtotal	3427	3727,25	4052,25	4403,25	4782,75

Guantes: Cada par de guantes necesita 0,25 metros de tela y solo el 50% lleva acabados.

Tela (metros)	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad Guantes	993	1082	1176	1275	1389
Requerimiento (m)	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
Subtotal	248,25	270,50	294,00	318,75	347,25

Cantidad Total de Tela

Tela (metros)	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad (m)	14080,45	15281,65	16574,10	17966,3	19466,15
Precio	2,48	2,59	2,71	2,83	2,95
Subtotal	34919,52	39579,47	44915,81	50844,63	57425,14

Botones:

La utilización de Botones únicamente corresponde para sacos, los mismos que llevan tres botones por unidad, la adquisición se la hace en paquetes de 1000 unidades.

Botones	2012	2013	2014	2015	2016
Sacos	7176	7782	8433	9134	9887
Cantidad Unitaria	3	3	3	3	3
Subtotal	21528	23346	25299	27402	29661
Paquetes 1000 unid.	21,53	23,35	25,30	27,40	29,66
Paquetes Necesarios	22	24	26	28	30
Precio	40	41,79	43,66	45,61	47,65
Total	880	1002,96	1135,16	1277,08	1429,50

Etiquetas

La mitad de los productos que comercializará la empresa llevarán etiquetas, la adquisición se hace en paquetes de 1000 unidades.

Producto	2012	2013	2014	2015	2016
Sacos de lana	7176	7782	8433	9134	9887
Bufandas	5803	6354	6897	7433	7962
Gorras	13708	14909	16209	17613	19131
Guantes	993	1082	1176	1275	1389
Total unidades	27680	30127	32715	35455	38369
Paquetes 1000 unid.	27,68	30,13	32,72	35,46	38,37
Paquetes necesarios	28	31	33	36	39
Precio	30	31,34	32,74	34,21	35,73
TOTAL	840	971,54	1080,42	1231,56	1393,47

Hilo

Los productos que necesitaran hilo son los que llevan acabados; es importante señalar que cada cono lleva 1000 metros y que por cada tubo, alcanza para coser 300 sacos; 2000 gorras, 1200 pares de guantes.

Sacos

Hilo	2012	2013	2014	2015	2016
Sacos de Lana	7176	7782	8433	9134	9887
Para 300 Unidades	23,92	25,94	28,11	30,45	32,96

Gorras

Hilo	2012	2013	2014	2015	2016
Gorras	13708	14909	16209	17613	19131
Para 2000 Unidades	6,85	7,45	8,10	8,81	9,57

Guantes

Hilo	2012	2013	2014	2015	2016
Guantes	993	1082	1176	1275	1389
Para 1200 Unidades	0,83	0,90	0,98	1,06	1,16

Total Hilo

Hilo (1000 m)	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad Total	31,60	34,29	37,19	40,32	43,69
Cantidad Real	32	35	38	41	44
Precio	2,2	2,30	2,4	2,51	2,62
Total	70,40	80,50	91,20	102,91	115,28

Fundas Plásticas Para Sacos

Del total de productos comercializados se prevé que únicamente el 10% de estos serán vendidos en fundas plásticas, puesto se prevé vender cantidades significativas que irán en costales.

Fundas Plásticas	2012	2013	2014	2015	2016
Total sacos	14352	15564	16866	18268	19774
10%	1435,2	1556,4	1686,6	1826,8	1977,4
Paquete de 100 unid.	14,32	15,56	16,87	18,27	19,77
Total Paquetes	15	16	17	19	20
Precio	3	3,13	3,27	3,42	3,57
Total	45	50,08	55,59	64,98	71,4

Fundas Plásticas para Productos

Del total de productos comercializados tales como, Bufandas, Gorras y Guantes únicamente el 10% será comercializado en fundas plásticas.

Fundas Plásticas	2012	2013	2014	2015	2016
Bufandas	1160,6	1270,7	1379,4	1486,6	159,23
Gorras	27,416	2981,8	3241,8	3522,6	3826,2
Guantes	198,6	216,4	235,2	255	277,8
Total	4100,8	4468,9	4856,4	5264,2	5696,3
Paquetes de 100	41,01	44,69	48,56	52,64	56,96
Total Paquetes	42	45	49	53	57
Precio	2	2,09	2,18	2,28	2,38
TOTAL	84	94,05	106,82	120,84	135,66

Costales Grandes para Sacos

Del total de productos que la empresa comercializará el 90% va en costales ya que se busca comercializar en cantidades significativas, cada costal lleva 30 sacos.

Costales	2012	2013	2014	2015	2016
Total Sacos	14352	15564	16866	18268	19774
Sacos (90%)	12916,8	14007,6	15179,4	16441,2	17796,6
Para 30	430,56	466,92	505,98	548,04	593,22
Total	431	467	506	549	594
Precio	0,75	0,78	0,82	0,86	0,89
Total	323,25	364,26	414,92	472,14	528,66

Costales Grandes para Productos

El 90% de los productos comercializados se los realizará en costales grandes. Por costal alcanzan 150 bufandas, por costal alcanzan 150 gorras y por costal alcanzan 125 pares de guantes.

Costales	2012	2013	2014	2015	2016
Bufandas	70	77	83	90	96
Gorras	165	179	195	212	229
Guantes	15	16	17	19	21
Total	250	272	295	321	346
Precio	0,75	0,78	0,82	0,86	0,89
Total	187,5	212,16	241,90	276,06	307,94

ANEXO N° 16

Otros Costos Indirectos de Fabricación

Energía Eléctrica

Para el Año 2012

3 maquinas de coser, cada máquina consume 0,15 kWh por hora, trabajaran 8 horas diarias = $0,15 * 8 = 1,2$ kWh diarios * 22 días laborables = $26,4 * 3$ maquinas = 79,2kWh.

1 Plancha que consume 1kWh por hora; será utilizada 2 horas diarias * 22 días laborables = 44kWh.

Total Energía Eléctrica Mensual= **124kWh.**

Para el Año 2013

3 maquinas * 0,15kWh= 0,45kWh por hora * 8 horas diarias = 3,6 kWh * 22 días laborables = 79,2kWh.

1 Plancha * 1kWh por hora * 3 horas diarias = 3kWh * 22 días laborables = 66kWh

Total Energía Mensual = **146 kWh.**

Para el Año 2014

3 Maquinas * 0,15kWh= 0,45kWh por hora * 8 horas diarias = 3,6 kWh * 22 días laborables = 79,2kWh.

1 Plancha * 1kWh por hora * 3 horas diarias = 3kWh * 22 días laborables = 66kWh

Total Energía Mensual = **146 kWh.**

Para el Año 2015

Se incorpora otro obrero y por ende otra máquina.

4 Maquinas * 0,15kWh = 0,6 kWh por hora * 8 horas diarias = 4,8 kWh * 22 días laborables = 105,6 kWh.

1 Plancha * 1kWh = 1kWh * 4 horas diarias = 4kWh * 22 días laborables = 88kWh.

Total Energía Mensual = 194 kWh.

Para el Año 2016

4 Maquinas * 0,15kWh = 0,6 kWh por hora * 8 horas diarias = 4,8 kWh * 22 días laborables = 105,6 kWh.

1 Plancha * 1kWh = 1kWh *4 horas diarias = 4kWh * 22 días laborables = 88kWh.

Total Energía Mensual = **194 kWh.**

Total Otros Costos Indirectos de Fabricación

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Energía Eléctrica					
Cantidad (kWh)	124	146	146	194	194
Precio	0,083	0,087	0,091	0,095	0,099
Total Mensual	10,292	12,702	13,286	18,43	19,206
Total Anual	123,50	152,42	159,43	221,16	230,47

ANEXO N° 17

Gastos Generales de Administración

Descripción	Cantidad	Precio Unit.	Valor total Mensual	Valor total Anual
Arriendo	1	850	850	10200
Energía Eléctrica(kWh)	660	0,083	54,78	657,36
Agua Potable (m³)	30	0,4	12	144
Teléfono (minutos)	600	0,056	33,6	403,2
Internet Corporativo	1	44,69	44,69	536,28
Total			995,07	11940,84

ANEXO N° 18**Gasto Publicidad**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Publicidad en internet	1	15	15	180
Otros	1	40	40	480
Total				660

ANEXO N° 19**Movilización y Transporte**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Combustible (galones)	66	1,48	97,68	1172,16
Mantenimiento	1	60	60	720
Total				1892,16

ANEXO N° 20**Tabla de Depreciación**

Tabla de Depreciación	Porcentaje	Años
Edificio	5%	20
Maquinaria y muebles de oficina	10%	10
Equipo de Computo	33,33%	3
Equipo de Oficina	10%	10
Vehículo	20%	5

Depreciación Activos Fijos

DETALLE	CANT.	PREC. UNIT.	VALOR TOTAL	DEPREC LEGAL	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Depreciación Edificio									
Descripción									
Adecuación de la Planta	1	4500	4500	5%	225	225	225	225	225
SUBTOTAL					225	225	225	225	225
Costo Depreciación Vehículo									
Descripción									
Camioneta	1	26000	26000	20%	5200	5200	5200	5200	5200
Subtotal					5200	5200	5200	5200	5200
Costo Depreciación Maquinaria									
Descripción									
Maquinas de Coser rectas	2	600	1200	10%	120	120	120	120	120
Maquinas Recubridoras	2	1200	2400	10%	240	240	240	240	240
Maquinas Overlok	2	600	1200	10%	120	120	120	120	120
Bascula	1	180	180	10%	18	18	18	18	18
Tijeras	10	6,5	65	10%	0	0	0	0	0
Cintas Métricas	8	1,5	12	10%	0	0	0	0	0
Planchas	4	60	240	10%	0	0	0	0	0
Otros	4	30	120	10%	0	0	0	0	0
Subtotal					498	498	498	498	498
Costo Equipo de Computación									
Descripción									
Equipo de Computación	5	700	3500	0,33	1166,67	1166,67	1166,67	1166,67	1166,67
Impresoras	3	85	255	0,33	0	0	0	0	0
Otros Equipos	3	60	180	0,33	0	0	0	0	0

Reinversión De Activos (año 2015)	3	798	2394	0,33	0	0	0	798	798
Subtotal					1166,67	1166,67	1166,67	1964,67	1964,67
Costos Otros Equipos									
Descripción									
Teléfonos	4	20	80	10%	0	0	0	0	0
Telefax	1	110	110	10%	11	11	11	11	11
Subtotal					11	11	11	11	11
Costo de Muebles y Enseres									
Descripción									
Mesa para Cortar									
Material	2	120	240	10%	24	24	24	24	24
Mesa de Trabajo	2	100	200	10%	20	20	20	20	20
Sillas para Trabajadores	5	30	150	10%	0	0	0	0	0
Mostradores de artículos	6	45	270	10%	0	0	0	0	0
Maniqués	8	10	80	10%	0	0	0	0	0
Perchas	50	0,4	20	10%	0	0	0	0	0
Escritorios de Oficina	5	160	800	10%	80	80	80	80	80
Sillas de Espera	6	25	150	10%	0	0	0	0	0
Mesa de Reuniones	1	350	350	10%	35	35	35	35	35
Sillón de Gerencia	1	120	120	10%	12	12	12	12	12
Archivadores	5	100	500	10%	50	50	50	50	50
Subtotal					221	221	221	221	221
Total Costo Depreciaciones					7321,67	7321,67	7321,67	8119,67	8119,67

ANEXO N° 21

Recuperación Venta de Activos

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total	Depreciación	Valor Recuperado
Maquinas de Coser Rectas	2	600	1200	10%	600
Maquinas Recubridoras	2	1200	2400	10%	1200
Maquinas Overlok	2	600	1200	10%	600
Bascula	1	180	180	10%	90
Computadores	3	798	2394	33,33%	798
Telefax	1	110	110	10%	55
Mesa para Cortar Material	2	120	240	10%	120
Mesa de Trabajo	2	100	200	10%	100
Escritorios de Oficina	5	160	800	10%	400
Mesa de Reuniones	1	350	350	10%	175
Sillón de Gerencia	1	120	120	10%	60
Archivadores	5	100	500	10%	250
Total Valor Recuperado en Ventas					4448

ANEXO N° 22

Cálculo del Punto de Equilibrio en Unidades

Resumen de Ingresos Proyectados

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Sacos	214203,6	243187,5	276012,09	313022,18	354844,43
Bufandas	33425,28	38375,14	43589,04	49206,46	55093,58
Gorras	80328,88	91541,26	104223,87	118711,62	134873,55
Guantes	5977,86	6816,6	7773,36	8823	10056,36
Total	333935,62	379920,5	431598,36	489763,26	554867,92

Para la determinación del punto de equilibrio en unidades se realiza un análisis de la representación porcentual de cada uno de los productos en cada año.

**Representación Porcentual en los Ingresos Anuales en Función de Cada
Producto**

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Sacos	64,15%	64,01%	63,95%	63,91%	63,95%
Bufandas	10,00%	10,10%	10,10%	10,05%	9,93%
Gorras	24,06%	24,10%	24,15%	24,24%	24,31%
Guantes	1,79%	1,79%	1,80%	1,80%	1,81%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Una vez determinado el punto de equilibrio en dólares es indispensable obtener una combinación que permita la obtención del mismo punto de equilibrio en unidades.

Punto de Equilibrio en Dólares

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Punto de Equilibrio (Dólares)	255639,1	280670,37	295491,53	276791,41	294684,98

Para el cálculo del punto de equilibrio, hay que determinar el porcentaje de representatividad en función del precio de los productos con acabados y sin acabados, con lo cual se obtendrá misma cantidad de productos comercializados tanto con acabados y sin acabados.

Cálculo del Punto de Equilibrio en Unidades para el Año 2012

Representación Porcentual de Representación de los Productos en Función del Precio

Detalle	Con acabados \$	Sin acabados \$	Total \$	Con acabados	Sin acabados
Sacos	18,33	11,52	29,85	61,41%	38,59%
Bufandas	2,88		2,88	100,00%	0,00%
Gorras	3,77	2,09	5,86	64,33%	35,67%
Guantes	3,99	2,09	6,08	65,63%	34,38%

Sacos

$$\begin{aligned} &\text{Sacos con Acabados} \\ &= (255639,10 * (64,15\% * (61,41\%)) / 18,33 \\ &= 5494 \text{ Unidades} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &\text{Sacos sin Acabados} \\ &= (255639,10 * (64,15\% * (38,59\%)) / 11,52 \\ &= 5493 \text{ Unidades} \end{aligned}$$

Bufandas

$$\begin{aligned} &= (255639,10 * (10,00\%)) / 2,88 \\ &= 8876 \text{ Unidades} \end{aligned}$$

Gorras

$$\begin{aligned} &\text{Gorras con Acabados} \\ &= (255639,10 * (24,06\% * (64,33\%)) / 3,77) \\ &= 10495 \text{ Unidades} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &\text{Gorras sin Acabados} \\ &= (255639,10 * (24,06\% * (35,67\%)) / 2,09 \\ &= 10497 \text{ Unidades} \end{aligned}$$

Guantes

$$\begin{aligned} &\text{Guantes con Acabados} \\ &= (255639,10 * (1,79\% * (65,63\%)) / 3,99 \\ &= 753 \text{ Unidades} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &\text{Guantes sin Acabados} \\ &= (255639,10 * (1,79\% * (34,38\%)) / 2,09 \\ &= 753 \text{ Unidades} \end{aligned}$$

Comprobación:

$$\begin{aligned} &= (\text{Sacos } (5494 * \$18,33) + (5493 * \$11,52)) + (\text{Bufandas } 8876 * \$2,88) + \\ &(\text{Gorras } (10495 * \$3,77) + (10497 * \$2,09)) + (\text{Guantes } (753 * \$3,99) + (753 \\ &* \$2,09)) \end{aligned}$$

$$= \$ 255630,38 \text{ Dólares}$$

Cálculo del Punto de Equilibrio en Unidades para el Año 2013

Representación Porcentual de Representación de los Productos en Función del Precio

Detalle	Con acabados \$	Sin acabados \$	Total \$	Con acabados	Sin acabados
Sacos	19,19	12,06	31,25	61,41%	38,59%
Bufandas	3,02		3,02	100,00%	0,00%
Gorras	3,95	2,19	6,14	64,33%	35,67%
Guantes	4,11	2,19	6,3	65,24%	34,76%

Sacos

<p>Sacos con Acabados</p> $= (280670,37 * (64,01\%) * (61,41\%)) / 19,19$ $= 5749 \quad \text{Unidades}$ <p>Sacos sin Acabados</p> $= (280670,37 * (64,01\%) * (38,59\%)) / 12,06$ $= 5749 \quad \text{Unidades}$
--

Bufandas

$= (280670,37 * (10,10\%)) / 3,02$ $= 9387 \quad \text{Unidades}$

Gorras

<p>Gorras con Acabados</p> $= (280670,37 * (24,10\%) * (64,33\%)) / 3,95$ $= 11016 \quad \text{Unidades}$ <p>Gorras sin Acabados</p> $= (280670,37 * (24,10\%) * (35,67\%)) / 2,19$ $= 11017 \quad \text{Unidades}$
--

Guantes

<p>Guantes con Acabados</p> $= (280670,37 * (1,79\%) * (65,24\%)) / 4,11$ $= 797 \quad \text{Unidades}$ <p>Guantes sin Acabados</p> $= (280670,37 * (1,79\%) * (34,76\%)) / 2,19$ $= 797 \quad \text{Unidades}$
--

Comprobación:

$$= (\text{Sacos } (5749 * \$19,19) + (5749 * \$12,06)) + (\text{Bufandas } 9387 * \$3,02) + (\text{Gorras } (11016 * \$3,95) + (11017 * \$2,19)) + (\text{Guantes } (797 * \$4,11) + (797 * \$2,19))$$

$$= \$ 280666,52 \text{ Dólares}$$

Cálculo del Punto de Equilibrio en Unidades para el Año 2014

Representación Porcentual de Representación de los Productos en Función del Precio

Detalle	Con acabados \$	Sin acabados \$	Total \$	Con acabados	Sin acabados
Sacos	20,10	12,63	32,73	61,41%	38,59%
Bufandas	3,16		3,16	100,00%	0,00%
Gorras	4,13	2,30	6,43	64,23%	35,77%
Guantes	4,31	2,30	6,61	65,20%	34,80%

Sacos

<p>Sacos con Acabados</p> $= (295491,53 * (63,95\%) * (61,41\%)) / 20,10$ $= 5773 \quad \text{Unidades}$ <p>Sacos sin Acabados</p> $= (295491,53 * (63,95\%) * (38,59\%)) / 12,63$ $= 5774 \quad \text{Unidades}$

Bufandas

$= (295491,53 * (10,10\%)) / 3,16$ $= 9445 \quad \text{Unidades}$

Gorras

<p>Gorras con Acabados</p> $= (295491,53 * (24,15\%) * (64,23\%)) / 4,13$ $= 11098 \text{ Unidades}$ <p>Gorras sin Acabados</p> $= (295491,53 * (24,15\%) * (35,77\%)) / 2,30$ $= 11098 \text{ Unidades}$

Guantes

<p>Guantes con Acabados</p> $= (295491,53 * (1,80\%) * (65,20\%)) / 4,31$ $= 805 \text{ Unidades}$ <p>Guantes sin Acabados</p> $(295491,53 * (1,80\%) * (34,80\%)) / 2,30$ $= 805 \text{ Unidades}$

Comprobación:

$$= (\text{Sacos } (5773 * 20,10) + (5774 * 12,63)) + (\text{Bufandas } 9445 * 3,16) + (\text{Gorras } (11098 * 4,13) + (11098 * 2,30)) + (\text{Guantes } (805 * 4,31) + (805 * 2,30))$$

$$= \$ 295490,31 \text{ Dólares}$$

Cálculo del Punto de Equilibrio en Unidades para el Año 2015

Representación Porcentual de Representación de los Productos en Función del Precio

Detalle	Con acabados \$	Sin acabados \$	Total \$	Con acabados	Sin acabados
Sacos	21,05	13,22	34,27	61,42%	38,58%
Bufandas	3,31		3,31	100,00%	0,00%
Gorras	4,33	2,41	6,74	64,24%	35,76%
Guantes	4,51	2,41	6,92	65,17%	34,83%

Sacos

<p>Sacos con Acabados</p> $= (276791,41 * (63,91\%) * (61,42\%)) / 21,05$ <p>= 5162 Unidades</p> <p>Sacos sin Acabados</p> $= (276791,41 * (63,91\%) * (38,58\%)) / 13,22$ <p>= 5162 Unidades</p>
--

Bufandas

$= (276791,41 * (10,05\%)) / 3,31$ <p>= 8404 Unidades</p>

Gorras

<p>Gorras con Acabados</p> $= (276791,41 * (24,24\%) * (64,24\%)) / 4,33$ <p>= 9954 Unidades</p> <p>Gorras sin Acabados</p> $(276791,41 * (24,24\%) * (35,76\%)) / 2,41$ <p>= 9956 Unidades</p>
--

Guantes

<p>Guantes con Acabados</p> $= (276791,41 * (1,80\%) * (65,17\%)) / 4,51$ <p>= 720 Unidades</p> <p>Guantes sin Acabados</p> $(276791,41 * (1,80\%) * (34,83\%)) / 2,41$ <p>= 720 Unidades</p>
--

Comprobación:

$$= (\text{Gorras } (5162 * 21,05) + (5162 * 13,22)) + (\text{Bufandas } 8404 * 3,31) + (\text{Gorras } (9954 * 4,33) + (9956 * 2,41)) + (\text{Guantes } (720 * 4,51) + (720 * 2,41))$$

$$= \$ 276796,16 \text{ Dólares}$$

Cálculo del Punto de Equilibrio en Unidades para el Año 2016

Representación Porcentual de Representación de los Productos en Función del Precio

Detalle	Con acabados \$	Sin acabados \$	Total \$	Con acabados	Sin acabados
Sacos	22,04	13,85	35,89	61,41%	38,59%
Bufandas	3,46		3,46	100,00%	0,00%
Gorras	4,53	2,52	7,05	64,26%	35,74%
Guantes	4,72	2,52	7,24	65,19%	34,81%

Sacos

<p>Sacos con Acabados</p> $= (294684,98 * (63,95\%) * (61,41\%)) / 22,04$ $= 5251 \text{ Unidades}$ <p>Sacos sin Acabados</p> $(294684,98 * (63,95\%) * (38,59\%)) / 13,85$ $= 5251 \text{ Unidades}$

Bufandas

$= (294684,98 * (9,93\%)) / 3,46$ $= 8457 \text{ Unidades}$

Gorras

<p>Gorras con Acabados</p> $= (294684,98 * (24,31\%) * (64,26\%)) / 4,53$ $= 10162 \text{ Unidades}$ <p>Gorras sin Acabados</p> $= (294684,98 * (24,31\%) * (35,74\%)) / 2,52$ $= 10160 \text{ Unidades}$

Guantes

<p>Guantes con Acabados</p> $= (294684,98 * (1,81\%) * (65,19\%)) / 4,72$ $= 737 \text{ Unidades}$ <p>Guantes sin Acabados</p> $= (294684,98 * (1,81\%) * (34,81\%)) / 2,52$ $= 737 \text{ Unidades}$

Comprobación:

$$= (\text{Sacos } (5251 * 22,04) + (5251 * 13,85)) + (\text{Bufandas } 8457 * 3,46) + (\text{Gorras } (10162 * 4,53) + (10160 * 2,52)) + (\text{Guantes } (737 * 4,72) + (737 * 2,52))$$

$$= 294692,55 \text{ Dólares}$$