



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAQUETAS DE CUERO PARA NIÑOS Y NIÑAS, EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

AUTORES: MARGARITA DEL ROSARIO GÓMEZ RODRÍGUEZ
HÉCTOR FABIÁN LIMA GUAJÁN

DIRECTOR: ING. VINICIO GUERRA

IBARRA,-FEBRERO, 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de chaquetas de cuero para niños y niñas en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura será de mucha importancia para los habitantes del lugar; ya que con esta creación de la empresa, se generará empleo para las personas del mismo lugar. Con los resultados del diagnóstico situacional se determina que en la actualidad no existe una entidad que produzca y comercialice chaquetas de cuero para niños y niñas; lo que fundamenta la creación de la empresa en el cantón de Cotacachi. El desarrollo del marco teórico se basa en un análisis de la investigación bibliográfica de los aspectos contables, administrativos, mercado con sus respectivas etapas, así como el establecimiento técnico y legal sobre la conformación de la empresa. El desarrollo del estudio de mercado se basa en el análisis de la oferta, demanda, precios y sobre todo nos permite determinar la oportunidad de inversión al existir una considerable demanda. Conocidos los resultados y siendo estos positivos se procede a la fijación de la macro y micro localización, su tamaño, la ingeniería del proyecto, para lo cual se fija un presupuesto de la inversión requerida. Mediante el estudio económico-financiero se pondrá en ejecución las áreas contables, como costos de producción, costos de ventas, Contabilidad General, determinar gastos, ingresos, presupuestos; se calculará la TIR, VAN y costo beneficio, la misma que ayudará a determinar si dicho proyecto es rentable o no. Obtenidos estos resultados se desarrollará la organización administrativa mediante una estructura organizacional, detallando las funciones de cada uno de los colaboradores de la empresa. Finalmente se determinó los impactos social, económico, ambiental, educativo –cultural y empresarial-comercial. Una vez establecida toda esta estructura se justifica la necesidad de emprender el presente proyecto.

SUMMARY

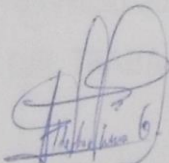
This feasibility study for the creation of a production and marketing company of leather jackets for children in Cotacachi, Imbabura Province will be very important for the local people, because this enterprise will create workplaces for people in the same place. Situational analysis results determined that currently there is no entity that produces and sells leather jackets for boys and girls, so it justifies the creation of the company in Cotacachi. The theoretical framework development is based on an analysis of the literature research of accounting, administrative, market with their stages, as well as technical and legal establishment on the company conformation. The market development study is based on analysis of supply, demand, prices and above everything allows us to determine the investment opportunity because there is demand. Knowing results and being such positive proceed to setting the macro and micro location, size, project engineering, which is fixed a budget of investment required. By the economic-financial study will be implemented accounting areas such as production costs, sales costs, General Ledger, determine costs, revenues, budgets, it will calculate the IRR, NPV, cost benefit, it will help determine if the project is profitable or not. Obtained these results will develop administrative organization through organizational structure, detailing the functions of each company partners. Finally we found the social impacts, economic, environmental, educational, cultural, business and commercial. Once established this structure justifies the necessity to undertake this project.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, Margarita del Rosario Gómez Rodríguez, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100356206-1, Héctor Fabián Lima Guaján, portador de la cédula de ciudadanía N° 100370747-6 declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAQUETAS DE CUERO PARA NIÑOS Y NIÑAS, EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA", que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Margarita del Rosario Gómez Rodríguez

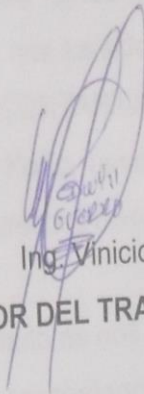


Héctor Fabián Lima Guaján

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por los estudiantes Margarita del Rosario Gómez Rodríguez, Héctor Fabián Lima Guaján, para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría – CPA, cuyo tema es: **“Estudio de factibilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de chaquetas de cuero para niños y niñas en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura”**; considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los veinte y seis días del mes de febrero del 2014.



Ing. Vinicio Guerra

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

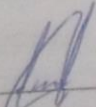


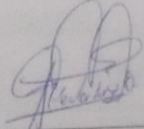
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Nosotros, Margarita del Rosario Gómez Rodríguez, con cédula de ciudadanía Nro. 100356206-1 y Héctor Fabián Lima Guaján, con cédula de ciudadanía Nro. 100370747-6, manifestamos nuestra 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 autores del trabajo de grado denominado: **“Estudio de factibilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de chaquetas de cuero para niños y niñas en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A. en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.


MARGARITA GÓMEZ.
100356206-1


HÉCTOR LIMA.
100370747-6

En la ciudad de Ibarra a los veinte y seis días del mes de febrero del 2014.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

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 dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100356206-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	GÓMEZ RODRÍGUEZ MARGARITA DEL ROSARIO		
DIRECCIÓN:	COTACACHI, PARROQUIA QUIROGA, CALLE VACAS GALINDO Y MARCO TULIO RUBIO		
EMAIL:	francisshq2009@yahoo.com		
TELÉFONO FIJO:	062915980	TELF. MÓVIL:	0994373179

CÉDULA DE IDENTIDAD:	100370747-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	LIMA GUAJÁN HÉCTOR FABIÁN		
DIRECCIÓN:	SAN ROQUE, EL CEROTAL, CALLE ATAHUALPA Y SAN MARCOS # 47.		
EMAIL:	hfhectorflg554@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELF. MÓVIL:	0989276472

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAQUETAS DE CUERO PARA NIÑOS Y NIÑAS EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR (ES):	GÓMEZ RODRÍGUEZ MARGARITA DEL ROSARIO, LIMA GUAJÁN HÉCTOR FABIÁN
FECHA:	2014-02-26
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSTGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A.
ASESOR /DIRECTOR:	ING. VINICIO GUERRA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotros, **Gómez Rodríguez Margarita del Rosario**, con cédula de ciudadanía Nro. **100356206-1** y **Héctor Fabián Lima Guaján**, con cédula de ciudadanía Nro. **100370747-6** en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos 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.

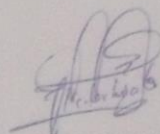
3. CONSTANCIAS

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

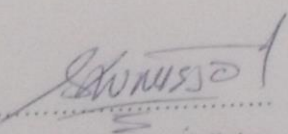
En la ciudad de Ibarra a los veinte y seis días del mes de febrero del 2014.

LOS AUTORES:

(Firma).....
Nombres: Gómez Margarita
C.C.: 100356206-1

(Firma).....
Lima Héctor
C.C.:100370747-6

ACEPTACIÓN:

(Firma).....
Nombre: Lic. Ximena Vallejos
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado dedico a Dios, por haberme dado la oportunidad de vivir plenamente. A mi padre (+), el amigo entrañable que a pesar de no estar presente, me sigue guiando, a mi madre por su paciencia, amor y entrega diaria, a mis hermanos, sobrinos. A mi esposo Fausto Patricio Haro, a mis hijos Francis Alejandra Haro y Luis Patricio Haro, que con su infinito amor y profunda dedicación de cada día, permitieron culminar con éxito esta etapa trascendental en mi vida profesional.

Margarita Gómez

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado dedico a Dios, por haberme dado la oportunidad de vivir en este mundo. A mi familia, en especial a mi madre Mariana Guaján, quién con su apoyo, comprensión y buena voluntad ha permitido que termine mi carrera, a mi esposa Patricia Yamberla, a mi hijo hermoso Kelvin Jhair, a todos los amigos, compañeros los que por siempre estuvieron brindándome incondicional apoyo día a día en mi vida.

Héctor Fabián Lima Guaján

AGRADECIMIENTO

Deseo a través de estas líneas expresar mi profundo agradecimiento a quienes de manera directa e indirecta han hecho posible la culminación de una de las etapas primordiales dentro del ámbito profesional.

Agradezco a mis padres que con cariño y el más profundo amor me supieron guiar en busca de la sabiduría, a mi amado esposo, y al tesoro más grande de mi vida mis hijos Francis Alejandra y Luis Patricio Haro.

Agradezco a cada uno de mis maestros que con sabiduría y experiencia, impartieron sus conocimientos durante toda esta etapa estudiantil, a la Universidad Técnica del Norte por haberme acogido en su seno, por inculcarme valores y sabios conocimientos que los utilizaré en el ejercicio de mi profesión; de manera especial deseo expresar mi sincero agradecimiento al Ing. Vinicio Guerra por su paciencia y dedicación en el desarrollo del presente trabajo.

Margarita Gómez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por brindarme esa luz que ilumina mi camino y por darme la fuerza suficiente para seguir adelante.

A mi madre, quien con el más profundo amor, esfuerzo y paciencia supo guiar el camino correcto en busca de la sabiduría.

Mi agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte y cada uno de mis maestros quienes fueron los que impartieron sus conocimientos y sabiduría.

A la vez quiero agradecer al Ing. Vinicio Guerra quien supo guiarnos y ayudarnos en el desarrollo del Proyecto, y a todas las personas que de una u otra manera supieron contribuir en la realización del mismo.

Héctor Fabián Lima Guaján

PRESENTACIÓN

La presente investigación denominada Estudio de Factibilidad para la creación de la Empresa de producción y comercialización de chaquetas de cuero para niños y niñas, en el cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura, ha sido desarrollada bajo la modalidad de proyecto.

El proyecto está estructurado en siete capítulos, los mismos que contienen el material recogido, analizado y elaborado siguiendo una secuencia lógica y ordenada.

El primer capítulo denominado Diagnóstico Situacional, el cual contiene antecedentes históricos de la ciudad de Cotacachi, su ubicación geográfica, demográfica, datos estadísticos de la población y sus principales actividades económicas. Datos que permitieron establecer aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto a implementarse. Luego de realizar el diagnóstico situacional se llegó a determinar el problema diagnóstico.

En el capítulo dos se definen las bases teóricas y científicas necesarias para la ejecución y desarrollo del trabajo, recolectadas en base a una investigación bibliográfico-documental, a través de conceptos y teorías referentes a la temática del trabajo, fundamentos administrativos, evaluadores financieros, y financiamiento.

El tercer capítulo corresponde al Estudio de Mercado, en el cual se determinó la muestra poblacional para realizar una investigación de campo con encuestas dirigidas (productores, consumidores) a determinar la oferta y demanda, lo cual permitió identificar a los clientes insatisfechos, conocer sus requerimientos y expectativas del producto. Se realizó los análisis de la competencia, comercialización y precios del producto que se pretende ofrecer por la empresa.

En el cuarto capítulo es el Estudio Técnico, comprende la macro y micro localización del proyecto, la ubicación de la empresa, diseño y distribución de las instalaciones, diagramas, flujo gramas de proceso, pronóstico de ventas y el requerimiento de talento humano, la inversión y financiamiento.

En el capítulo quinto se encuentra detallado el Estudio Económico y Financiero, en el cual se registran todas las especificaciones necesarias para el funcionamiento de la empresa como son: activos fijos, talento humano, inversiones, presupuestos de ingresos, costos y gastos con los respectivos análisis financieros para determinar si el proyecto es o no viable.

En el capítulo sexto tenemos la Estructura Administrativa y Funcional de la Empresa, la misión, visión de la empresa, principios y valores del talento humano y, aspectos legales.

En el capítulo séptimo se resume los impactos que generará el proyecto en el ámbito social, económico, educativo, ético y empresarial.

Finalmente se redacta conclusiones a las que se ha llegado después de cumplir con todas las etapas del proceso investigativo. Se hace recomendaciones que servirán de apoyo en la puesta en marcha el proyecto de factibilidad.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
SUMMARY	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA	x
DEDICATORIA	xi
AGRADECIMIENTO	xii
AGRADECIMIENTO	xiii
PRESENTACIÓN	xiv
ÍNDICE GENERAL	xvi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxv
INTRODUCCIÓN.....	xxix
TEMA:.....	xxix
ANTECEDENTES.....	xxix
JUSTIFICACIÓN.....	xxx
OBJETIVOS.....	xxxi
OBJETIVO GENERAL.....	xxxi
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	xxxi
METODOLOGÍA.	xxxii

CAPÍTULO I.....	33
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	33
Antecedentes.....	33
Problema o necesidad a satisfacer.....	34
Objetivos del diagnóstico situacional.....	34
Objetivo general.....	34
Objetivos específicos.....	34
Variables diagnósticas.....	35
Indicadores.....	35
Antecedentes socio económico.....	35
Producción de artículos de cuero.....	35
Aspectos técnicos y administrativos.....	36
Estructura organizacional.....	36
Matriz de relación.....	37
Identificación de la población.....	38
Diseño e instrumentos.....	38
Información secundaria.....	38
Tabulación y procesamiento de la investigación.....	39
Construcción de la matriz AOOR.....	47
Aliados.....	47
Oponentes.....	47
Oportunidades.....	48
Riesgos.....	48
Identificación de la oportunidad de inversión.....	49
Identificación del problema diagnóstico.....	49
CAPÍTULO 2.....	50

MARCO TEÓRICO.....	50
Empresa.....	50
Importancia.....	51
Elementos básicos de la empresa.....	51
Clasificación de las empresas.....	52
Recursos de la empresa.....	53
Artesanías.....	57
Empresa artesanal.....	58
Definición de cuero.....	59
Fundamentos del mercado.....	62
Mercado.....	63
Producto.....	63
Oferta.....	64
Demanda.....	65
Precio.....	65
Comercialización.....	66
Fundamentos técnicos.....	67
Estudio técnico.....	67
Tamaño del proyecto.....	67
Macrolocalización.....	68
Microlocalización.....	69
Estudio financiero.....	69
Inversión.....	70
Inversión fija.....	70
Inversión diferida.....	70
Inversión variable (capital de trabajo).....	71

Estados financieros.	71
Estado de situación Inicial.	72
Estado de resultado.	73
Estado de flujo de caja.	73
Aspectos organizacionales.	74
Misión.	74
Visión.	74
Organigrama estructural.	75
Evaluación de la inversión.	76
Valor actual neto (VAN).	76
Tasa interna de retorno (TIR).	76
Beneficio costo.	76
Periodo de la recuperación de la inversión.	77
Punto de equilibrio.	77
Riesgos.	78
Impactos.	79
CAPÍTULO III.	80
ESTUDIO DE MERCADO.	80
Presentación.	80
Objetivos del estudio de mercado.	81
Objetivo general.	81
Objetivos específicos.	81
Variables del estudio.	81
Indicadores de las variables.	81
Producto.	81
Oferta.	82

Demanda.....	82
Precios.....	82
Proveedores.....	82
Comercialización.....	82
Descripción del Producto.....	84
Mercado Meta.....	84
Segmento de mercado.....	85
Niveles de ingresos y posición geográfica.....	85
Identificación de la población.....	86
Cálculo de la muestra.....	86
Diseño de los instrumentos de investigación.....	87
Identificación de la demanda.....	107
Proyección de la demanda.....	108
Identificación de la oferta.....	109
Proyección de la oferta.....	110
Balance demanda-oferta.....	110
Estimación de la demanda insatisfecha.....	110
Análisis de competidores.....	111
Principales competidores del producto.....	111
Análisis de precios.....	112
Niveles de precios actuales.....	112
Análisis de comercialización del producto.....	114
Conclusiones del estudio de mercado.....	117
CAPÍTULO IV.....	119
ESTUDIO TÉCNICO DE INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	119
Localización del proyecto.....	119

Macro localización del proyecto.....	119
Vías de acceso	119
Micro localización del proyecto	120
Ubicación de la planta.....	122
Etapa de pre-operación	122
Diseño de instalaciones	122
Distribución de la planta.....	123
Flujo grama del proceso	125
Proceso de producción de chaquetas de cuero.....	125
Proceso de elaboración de chaquetas de cuero.....	128
Presupuesto técnico.	128
Valoración de las inversiones.	129
Resumen de la inversión fija y a diferirse, existente y a realizarse.	132
Financiamiento.	133
Talento humano requerido.....	133
Gerente o propietario.....	133
Secretaria/ contador	134
Producción.....	134
Ventas.....	134
Tamaño del proyecto.	135
Seguimiento y monitoreo.	135
CAPÍTULO V	137
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	137
Presupuesto de inversión.	137
Inversión requerida.	137
Cálculo del costo de oportunidad y la tasa de rendimiento medio.	137

Determinación de ingresos.	139
Proyecciones de ventas de productos chaquetas de cuero para niños.	139
Determinación de egresos.	140
Costos de producción.	140
Gastos administrativos.....	147
Gastos suministros de oficina.	149
Gastos de ventas.	150
Gastos financieros.	150
Depreciaciones	152
Estados financieros.	154
Balance general.....	154
Estado de pérdidas y ganancias proyectado.	155
Flujo de caja proyectado.....	156
Evaluación financiera.....	157
Tasa de redescuento.	157
Valor actual neto (VAN).	157
Tasa interna de retorno (TIR).	158
Beneficio – costo.	159
Período de recuperación de la inversión.....	160
Sensibilidad y riesgo del proyecto.	160
Resumen de indicadores de evaluación financiera.....	161
Punto de equilibrio	161
CAPÍTULO VI	164
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA.	164
Estructura administrativa	164
Denominación de la empresa	164

Importancia	164
Beneficiarios	164
Sector económico	165
Tipo de empresa	165
Misión de la empresa.....	165
Visión de la empresa	165
Objetivos de la empresa	166
Principios de la empresa.....	166
Valores de la empresa	166
Estructura organizacional	167
Orgánico estructural.....	167
Niveles administrativos	167
Atribuciones y perfiles de los niveles administrativos	168
Aspectos legales de constitución	172
Requisitos para sacar el RUC.....	173
Requisitos para la patente municipal	173
Requisitos de permiso sanitario	173
CAPÍTULO VII	174
IMPACTOS DEL PROYECTO	174
Antecedentes.....	174
Análisis de impactos	175
Impacto social.....	175
Impacto económico.....	177
Impacto ambiental	178
Impacto educativo – cultural	180
Impacto empresarial - comercial.....	182

Resumen general de impactos	184
CONCLUSIONES	185
RECOMENDACIONES.....	186
BIBLIOGRAFÍA.....	187
LINKOGRAFÍA.....	189
ANEXOS.....	190

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro # 1 Matriz de relación.....	37
Cuadro # 2 Personal calificado	39
Cuadro # 3 Afectación ambiental.....	40
Cuadro # 4 Producción época	41
Cuadro # 5 Actividad económica	42
Cuadro # 6 Manufacturas de cuero	43
Cuadro # 7 Proveedores.....	44
Cuadro # 8 Costos de manufactura	45
Cuadro # 9 Cursos de capacitación	46
Cuadro # 10 Matriz de estudio de mercado.....	83
Cuadro # 11 Contextura física de las chaquetas de cuero	84
Cuadro # 12 Criterios de segmentación de mercado.....	85
Cuadro # 13 Proyección de la población.	86
Cuadro # 14 Posibles consumidores	88
Cuadro # 15 Edad.....	89
Cuadro # 16 Utilizan chaquetas.....	90
Cuadro # 17 Existencia de empresa.....	91
Cuadro # 18 Frecuencia de consumo	92
Cuadro # 19 Cumple expectativas	93
Cuadro # 20 Presupuesto	94
Cuadro # 21 Empresa que confeccione chaquetas para niños.....	95
Cuadro # 22 Características del producto.....	96
Cuadro # 23 Precios	97
Cuadro # 24 Medios de comunicación.....	98
Cuadro # 25 Personal calificado	99
Cuadro # 26 Afectación ambiental.....	100
Cuadro # 27 Producción y época.....	101
Cuadro # 28 Cuero actividad económica.....	102
Cuadro # 29 Manufacturas de cuero	103
Cuadro # 30 Proveedores.....	104

Cuadro # 31 Cantidad.....	105
Cuadro # 32 Cursos capacitación.....	106
Cuadro # 33 Cuantificación de la población (demanda)	107
Cuadro # 34 Demanda histórica año 2013.....	107
Cuadro # 35 Proyección de la demanda.....	108
Cuadro # 36 ¿Qué tipo de manufacturas de cuero elabora?	109
Cuadro # 37 Proyección de la oferta	110
Cuadro # 38 Determinación de la demanda insatisfecha	111
Cuadro # 39 Empresas comercializadora de chaquetas de cuero para niños y niñas	112
Cuadro # 40 Principales empresas.....	112
Cuadro # 41 Proyección de precios.....	113
Cuadro # 42 Principales proveedores.....	114
Cuadro # 43 Terreno y obra civil.....	129
Cuadro # 44 Maquinaria y equipo.....	130
Cuadro # 45 Muebles y enseres	130
Cuadro # 46 Equipo de computación.....	131
Cuadro # 47 Equipo de oficina.....	131
Cuadro # 48 Inversión a diferirse.....	132
Cuadro # 49 Inversión total.....	132
Cuadro # 50 Inversión financiera	133
Cuadro # 51 Talento humano requerido	134
Cuadro # 52 Tamaño del proyecto para la producción	135
Cuadro # 53 Inversión total.....	137
Cuadro # 54 Inversión financiera	138
Cuadro # 55 Ventas de chaquetas de cuero año 2013.....	139
Cuadro # 56 Proyección de ventas de chaquetas de cuero anuales	139
Cuadro # 57 Costo de materia prima curtido de cuero en dólares.....	140
Cuadro # 58 Costo mano de obra directa en dólares	141
Cuadro # 59 Proyección costo de mano de obra directa	142
Cuadro # 60 Material indirecto para chaquetas de cuero.	142
Cuadro # 61 Proyección de material indirecto	143

Cuadro # 62 Gasto servicios básicos en dólares.....	143
Cuadro # 63 Proyección – gasto servicios básicos en dólares	144
Cuadro # 64 Gasto amortización en dólares.....	144
Cuadro # 65 Resumen de costos de producción.	145
Cuadro # 66 Capital de trabajo	146
Cuadro # 67 Remuneración de personal administrativo (año 1).....	147
Cuadro # 68 Remuneración de personal administrativo (año 2).....	148
Cuadro # 69 Proyección salarios administrativos – dólares.....	149
Cuadro # 70 Gastos suministros de oficina-dólares	149
Cuadro # 71 Gastos de ventas.	150
Cuadro # 72 Proyección-gastos de ventas	150
Cuadro # 73 Tabla de amortización mensual.	151
Cuadro # 74 Depreciación de activos fijos.....	153
Cuadro # 75 Tasa Interna de Retorno	158
Cuadro # 76Beneficio-Costo.....	159
Cuadro # 77 Recuperación de la inversión	160
Cuadro # 78 Indicadores de Evaluación Financiera	161
Cuadro # 79 Clasificación de costos fijos y variables en dólares.....	162
Cuadro # 80 Valoración de Impactos.....	174
Cuadro # 81 IMPACTO SOCIAL.....	175
Cuadro # 82IMPACTO ECONÓMICO	177
Cuadro # 83IMPACTO AMBIENTAL	178
Cuadro # 84 Impacto educativo-cultural	180
Cuadro # 85 Impacto empresarial-comercial	182
Cuadro # 86 Resumen general de impactos.....	184

Índice de Gráficos

Gráfico # 1 Personal Calificado	39
Gráfico # 2 Afectación Ambiental.....	40
Gráfico # 3 Producción y época	41
Gráfico # 4 Actividad económica	42
Gráfico # 5 Manufacturas de cuero.....	43
Gráfico # 6 Proveedores	44
Gráfico # 7 Costos de manufacturas	45
Gráfico # 8 Cursos de capacitación	46
Gráfico # 9 Posibles consumidores	88
Gráfico # 10 Edad.....	89
Gráfico # 11 Utilizan chaquetas	90
Gráfico # 12 Existencia de empresa	91
Gráfico # 13 Frecuencia de consumo	92
Gráfico # 14 Cumple expectativas	93
Gráfico # 15 Presupuesto	94
Gráfico # 16 Empresa que confeccione chaquetas para niños.....	95
Gráfico # 17 Características del producto.....	96
Gráfico # 18 Precios	97
Gráfico # 19 Medios de comunicación.....	98
Gráfico # 20 Diseños de chaquetas de cuero	115
Gráfico # 21 Tipo de canal de comercialización.	116
Gráfico # 22 HOJA VOLANTE	116
Gráfico # 23 Modelo de Spot Publicitario para la Radio	117
Gráfico # 24 Modelo Publicitario para la Prensa.....	117
Gráfico # 25 Mapa Político del Cantón Cotacachi	120
Gráfico # 26 Micro localización	121
Gráfico # 27 Distribución de la planta	124
Gráfico # 28 Flujo grama de producción.....	125
Gráfico # 29 Cuero curtido.....	126
Gráfico # 30 Molde para una chaqueta tipo jean	127
Gráfico # 31 Orgánico Estructural.....	167

INTRODUCCIÓN

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAQUETAS DE CUERO PARA NIÑOS Y NIÑAS, EN EL CANTÓN DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.

ANTECEDENTES

La Provincia de Imbabura está al Norte de la Sierra del Ecuador, conocida también como Provincia de los Lagos, situada a 115 km al noreste de Quito y a 125 km al sur de Tulcán, limita al norte con la provincia del Carchi y Esmeraldas, al sur con Pichincha, al este con Sucumbíos, y al Oeste con Esmeraldas, cuenta con una superficie de 4986 Km², la misma que está conformada por seis cantones: Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí.

La ciudad y el cantón llevan el nombre del volcán Cotacachi, el 6 de julio de 1.861 se logra la cantonización, iniciando así, su vida política administrativa con el nombre de Santa Ana de Cotacachi.

En la pequeña ciudad de Cotacachi hay también numerosas artesanías de cuero, las que sumadas a las lagunas y otras bellezas naturales, la hacen muy atractiva para el turismo.

El centro urbano de Cotacachi es muy atractivo y demuestra una impresionante exhibición de cultura y tradición indígena. Es el caso de la Casa de las Culturas, El Museo de las Culturas, la Iglesia Matriz, El Parque Abdón Calderón de 100 almacenes y talleres donde se confecciona ropa y otros artículos de cuero como botas, correas, bolsos, maletas, sillas de montar y adornos.

El principal plato de Cotacachi, es la carne colorada. Es un bocadillo que incluye productos de la zona como papas, maíz, aguacate y carne de chanco frita y bañada en achiote. Va acompañado siempre de una empanada rellena de plátano maduro. La invención del plato se atribuye a Ester Moreno de Unda, quien lo elaboró ensayando en su cocina. Su esfuerzo valió la pena: Cotacachi está en el mapa gastronómico del Ecuador.

Los conocidos “Talabarteros” que desde inicios del siglo XX se dedican a la elaboración de monturas y arreos para caballos, se empieza a dar una gran demanda y se vieron obligados a variar su producción, con la línea de maletas de cuero, portafolios, billeteras, monederos, carteras, correas y prendas de vestir. Los materiales que se utilizan son la piel de ganado vacuno curtido, tela, hilo de algodón, cartón y acrílico, también adornos, al inicio se curtía el cuero en el mismo sitio, ahora se trae la materia prima de Ambato, Cuenca e inclusive de Colombia.

JUSTIFICACIÓN

Se ha visto que el problema está relacionado con el desaprovechamiento de una oportunidad de crear una empresa para la producción y comercialización de chaquetas de cuero para niños y niñas, este problema se caracteriza por involucrar factores de rentabilidad, competitividad, insatisfacción del cliente por no existir el producto en el mercado.

Es necesario llevar a cabo este proyecto para definir factores que influyen en la viabilidad de producir y comercializar chaquetas de cuero para niños y niñas en la ciudad de Cotacachi provincia de Imbabura. También se pretende desarrollar una solución en cuanto al aprovechamiento de los recursos físicos, económicos y humanos, con el fin de crear un negocio competitivo y diferenciable hacia los demás.

Establecer los parámetros de producción y comercialización de chaquetas de cuero para niños y niñas buscando obtener un producto de excelente calidad y a un buen costo que se encuentre al alcance de todos.

Se busca además diseñar estrategias de producción y comercialización, logrando obtener mayor rentabilidad, además de realizar estudio financiero y económico para evaluar la factibilidad del proyecto.

Con este proyecto se enriquecerá la actividad profesional aplicando diferentes conceptos aprendidos en el transcurso de la carrera, con el fin de minimizar los riesgos económicos, y competitivos que se presentan día a día para nuevos empresarios emprendedores.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de chaquetas de cuero para niños y niñas en la Ciudad de Cotacachi Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno de la ciudad de Cotacachi.
- Establecer las bases teóricas – científicas que permita fundamentar la ejecución del presente estudio.
- Realizar un estudio de mercado donde se pueda determinar los niveles oferta y demanda, el precio y la comercialización del proyecto.
- Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño, localización del proyecto productivo, tecnología, inversiones y el talento humano.

- Diseñar el estudio económico financiero para determinar la rentabilidad o no del proyecto.
- Determinar la estructura organizacional que identifique las funciones de la empresa productora y comercializadora de chaquetas de cuero para niños y niñas.
- Establecer técnicamente los principales impactos que genera la aplicación del proyecto, en los ámbitos social, económico, ecológico, educativo - cultural.

METODOLOGÍA.

Para poder cumplir con los objetivos trazados se utilizó la siguiente metodología la cual fue seleccionada de acuerdo a las necesidades de la investigación. En primer lugar se utilizó la investigación descriptiva mediante la aplicación de ciertas técnicas tanto primarias como secundarias, tales como: encuestas, observación, también se recurrió a la investigación documental mediante folletos, revistas, libros, etc.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

La ciudad y el cantón llevan el nombre del volcán Cotacachi, el 6 de julio de 1.861 se logra la cantonización, iniciando así, su vida política administrativa con el nombre de Santa Ana de Cotacachi.

COTACACHI “RELIQUIA ECOLOGICA Y CULTURAL DE LOS ANDES”, una Villa tranquila de tierras fértiles, prados y campiñas, asentada en las faldas del Cotacachi. Es considerada Capital Musical del Ecuador por la devoción que expresa su pueblo por la música y denominada Castillo de Luz por la combinación de elementos naturales, culturales y sobre todo por la elaboración de manufacturas de cuero.

Es la actividad predominante de los artesanos Cotacacheños, quienes con increíble creatividad elaboran una gran variedad de artículos de cuero de calidad como: billeteras, carteras, cinturones, maletas, zapatos, ropa, entre otros que se comercializan en los almacenes de la ciudad y en el exterior. Cotacachi es conocida como la ciudad capital del cuero debido a la infinidad de productos en cuanto a color, calidad, diseños y precio. Con el pasar del tiempo la gente aprendió a crear nuevos diseños y modelos para lo cual incluso se combina con otro tipo de artesanía como son los tejidos en la lana, dicha combinación lo vuelve único y atractivo.

Hay varios talleres de Talabarterías abiertos al público donde se puede observar el proceso a seguir para obtener un producto final de calidad y con identidad del lugar.

Los conocidos “Talabarteros” que desde el inicio del siglo XX se dedican a la elaboración de monturas y arreos para caballos, se empieza a dar una gran demanda y se ven obligados a variar su producción, con la línea de maletas de cuero, portafolios, billeteras, monederos, carteras, correas, y prendas de vestir. Los materiales que utilizan son el cuero (piel de ganado vacuno curtido), tela, hilo, cartón y acrílico, entre otros; al inicio se curtía el cuero en el mismo sitio, ahora se trae la materia prima de Ambato, Cuenca e inclusive de Colombia.

Al crear la empresa de producción y comercialización de chaquetas de cuero para niños y niñas en el cantón de Cotacachi permitirá generar puestos de trabajo con talento humano calificado.

1.1.1 Problema o necesidad a satisfacer.

Según las entrevistas y observaciones directas realizadas en los almacenes y talleres de la ciudad; vemos la necesidad, la inexistencia y poca oferta de productos para niños en el momento de adquisición.

La implantación de la empresa consiste básicamente llegar a la expectativa de los niños, ofrecer prendas de vestir especialmente el producto estrella **chaquetas de cuero para niños y niñas con diseños novedosos.**

1.2 Objetivos del diagnóstico situacional

1.2.1 Objetivo general

- Realizar un diagnóstico que determine la situación actual de la producción de artículos de cuero en el cantón de Cotacachi.

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar los antecedentes socio económicos del cantón Cotacachi.

- Analizar la producción de artículos de cuero en el cantón Cotacachi.
- Determinar los aspectos técnicos y administrativos de la empresa.
- Establecer la estructura organizacional adecuada para la empresa.

1.3 Variables diagnósticas.

- Antecedentes socio económico.
- Producción de artículos de cuero.
- Aspectos Técnicos y Administrativos.
- Estructura organizacional.

1.4 Indicadores

Los indicadores para cada una de las variables del diagnóstico se detallan a continuación.

1.4.1 Antecedentes socio económico.

- Ubicación.
- Límites cantonales.
- División territorial.
- Estructura poblacional.
- Actividades económicas.

1.4.2 Producción de artículos de cuero.

- Insumos.
- Tipos de productos.
- Comercialización de productos.
- Precios de productos.
- Costo del servicio.

1.4.3 Aspectos técnicos y administrativos.

- Gerencia.
- Mercadeo.
- Secretaria.
- Departamento de producción.

1.4.4 Estructura organizacional.

- Organigrama.
- Funciones.
- Proceso administrativo.

1.5 Matriz de relación.

Cuadro # 1 Matriz de relación.

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TÉCNICAS	PUBLICO META
Determinar los antecedentes socio económicos del cantón Cotacachi.	Antecedentes socio económico.	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación. - Límites cantonales. - División territorial. - Estructura poblacional. - Actividades económicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundario. • Secundario. • Secundario. • Secundario. • Secundario. 	<ul style="list-style-type: none"> -Inv. Documentada. -Inv. Documentada. -Inv. Documentada. -Inv. Documentada. -Inv. Documentada. 	Documentos. Documentos. <ul style="list-style-type: none"> • Documentos. • Documentos. • Documentos.
Analizar la producción de artículos de cuero en el cantón Cotacachi.	Producción de artículos de cuero	<ul style="list-style-type: none"> - Insumos. - Tipos de productos. - Comercialización de productos. - Precios de productos. - Costo del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Primario. • Primario. • Primario. • Primario. • Secundario. 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta. - Encuesta. - Encuesta. - Encuestas. - Inv. documentada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores. • Productores. • Productores. • Productores. • Documentos.
Determinar los aspectos técnicos y administrativos de la empresa.	Aspectos Técnicos y Administrativos.	<ul style="list-style-type: none"> - Gerencia. - Mercadeo. - Secretaria - Dep. de producción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundario. • Secundario. • Secundario. • Secundario. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inv. documentada. - Inv. documentada. - Inv. documentada. - Inv. documentada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos. • Documentos. • Documentos. • Documentos.
Establecer la estructura organizacional adecuada para la empresa.	Estructura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Organigrama. - Funciones. - Proceso administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Primario. • Primario. • Secundaria. 	<ul style="list-style-type: none"> - Observación. - Observación. - Inv. Documentada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores. • Productores. • Documentos.

Elaborado por: Los Autores

1.6 Identificación de la población.

El cantón Cotacachi tiene una población total de 40.036 habitantes, de los cuales 20.090 son de sexo masculino y 19.946 son de sexo femenino, según el último censo realizado en el año 2010, por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Según el registro de patentes municipal existe un total de 523 establecimientos que se encuentran registrados. Es decir uno de cada cinco establecimientos se dedican a la manufactura y artesanía, lo que evidencia que esta es una de las actividades económicas relevantes del cantón Cotacachi dada por la manufactura y artesanías de cuero, que inclusive se constituye en una actividad que aporta a la manufactura a nivel provincial.

1.7 Diseño e instrumentos.

Los instrumentos de investigación se lo realizan en base a la aplicación de las siguientes técnicas, para la recolección de información primaria:

- a) Encuesta.-** Esta técnica nos permitió recopilar información de los almacenes y dueños de talleres dedicados a la producción de manufacturas de cuero.
- b) Observación Directa.-** Consistió en la visita “in situ” a los almacenes y talleres ubicados en calle comercial 10 de agosto.

1.7.1 Información secundaria

Como información secundaria en la presente investigación se utilizó los siguientes instrumentos para la recolección de información como son libros, folletos, internet.

1.7.2 Tabulación y procesamiento de la investigación.

Encuesta dirigida a los productores de cuero en Cotacachi.

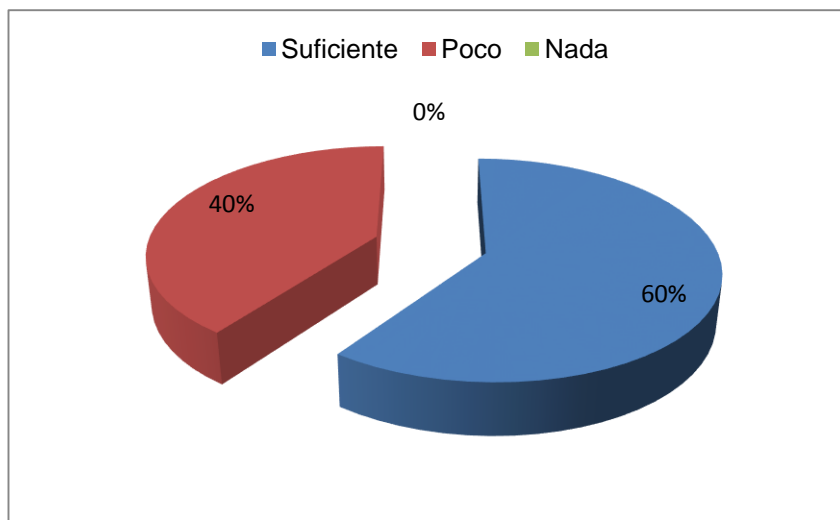
1.- ¿En Cotacachi existe suficiente personal calificado para trabajar en la manufactura del cuero?

Cuadro # 2 Personal calificado

Personal Calificado	Cantidad	Porcentaje
Suficiente	18	60%
Poco	12	40%
Nada	0	0%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 1 Personal calificado



Análisis:

De acuerdo al número de encuestados demuestra que si existe suficiente personal calificado para la confección de artículos de cuero los cuales son productos de calidad y con acabados excelentes lo que es reconocido por los que visitan Cotacachi.

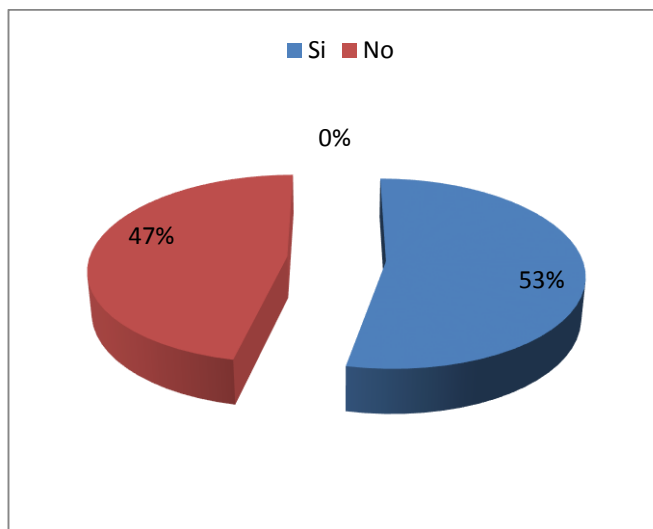
2.- ¿Considera usted si los desechos de su taller afectan al suelo y al ambiente?

Cuadro # 3 Afectación ambiental

Afectación ambiental	Cantidad	Porcentaje
Si	19	53%
No	11	47%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 2 Afectación ambiental



Análisis:

En todos los talleres existe residuos de cuero lo que la mayoría de artesanos desconoce si esto afecta al medio ambiente, se sabe que existe un botadero municipal al cual va todos los desperdicios, se dice que los pedazos de cuero sirve como abono, pero existen personas que prefieren quemar y esto si afecta al medio ambiente.

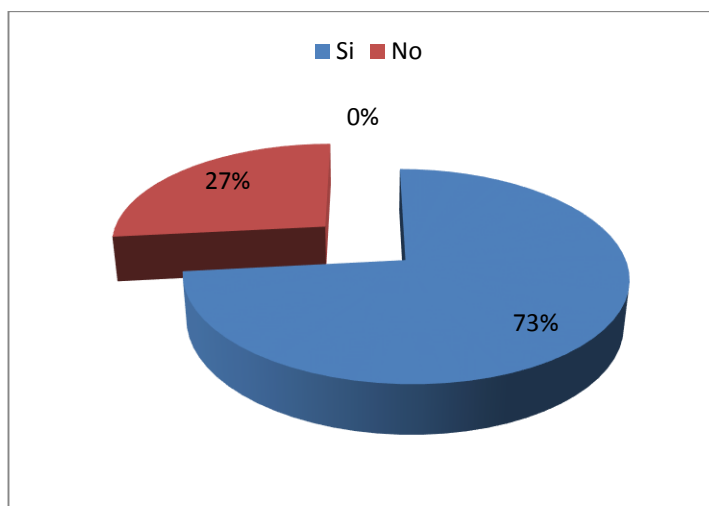
3.- ¿Produce mayor cantidad y variedad de productos de cuero en épocas especiales?

Cuadro # 4 Producción época

Producción y época	Cantidad	Porcentaje
Si	22	73%
No	8	27%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 3 Producción y época



Análisis:

Según las encuestas realizadas los artesanos comentan que todo el año está en producción pero cuando más producen son en fechas como semana santa, feriados y navidad.

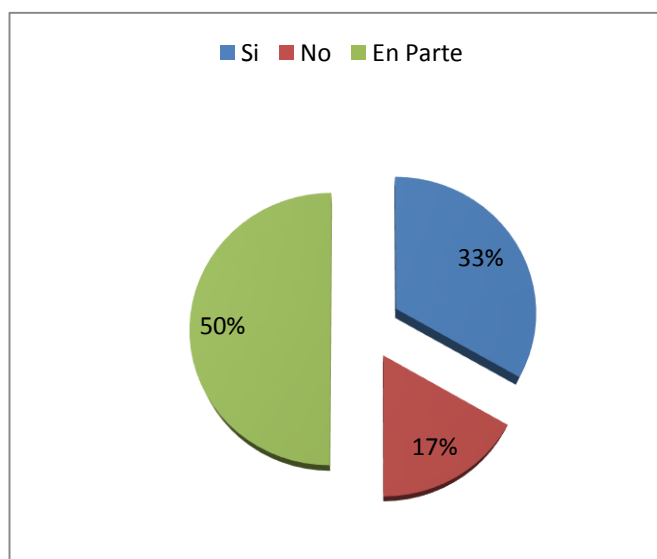
4.- ¿Considera usted que las manufacturas de cuero representan una de las actividades económicas más importantes de Cotacachi?

Cuadro # 5 Actividad económica

Cuero actividad económica	Cantidad	Porcentaje
Si	10	33%
No	5	17%
En Parte	15	50%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 4 Actividad económica



Análisis:

En las encuestas realizadas demuestra que en parte es la actividad económica más importante ya que Cotacachi ha crecido por su actividad turística y por ende a la manufactura del cuero, ya que refleja que en verdad es una de las actividades más importantes.

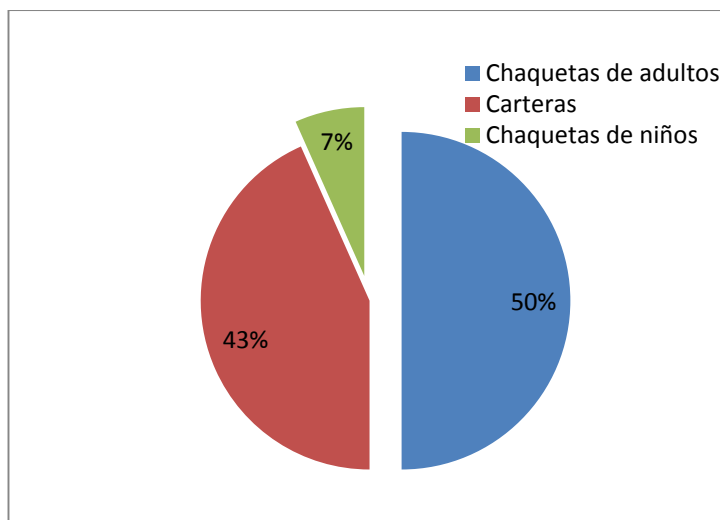
5.- ¿Qué tipo de manufacturas de cuero elabora?

Cuadro # 6 Manufacturas de cuero

Manufacturas de Cuero	Cantidad	Porcentaje
Chaquetas de adultos	15	50%
Carteras	13	43%
Chaquetas de niños	2	7%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 5 Manufacturas de cuero



Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas nos podemos dar cuenta que la mayor cantidad de productos que elaboran son chaquetas de adultos, carteras entre otros y lo que menos se trabaja son las chaquetas de niño.

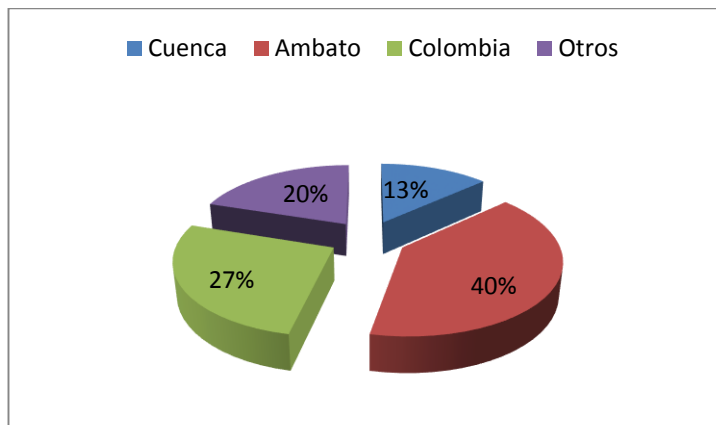
6.- ¿Dónde adquiere la materia prima?

Cuadro # 7 Proveedores

Proveedores	Cantidad	Porcentaje
Cuenca	4	13%
Ambato	12	40%
Colombia	8	27%
Otros	6	20%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 6 Proveedores



Análisis:

Podemos darnos cuenta según las encuestas realizadas que la adquisición de la materia prima que los artesanos ocupan son de origen ambateño y colombiano, debido a que en Cotacachi no existe una tenería que permita abaratar costos, lo que obliga a que los productos sean más costosos debido al incremento de precio de la materia prima por su traslado.

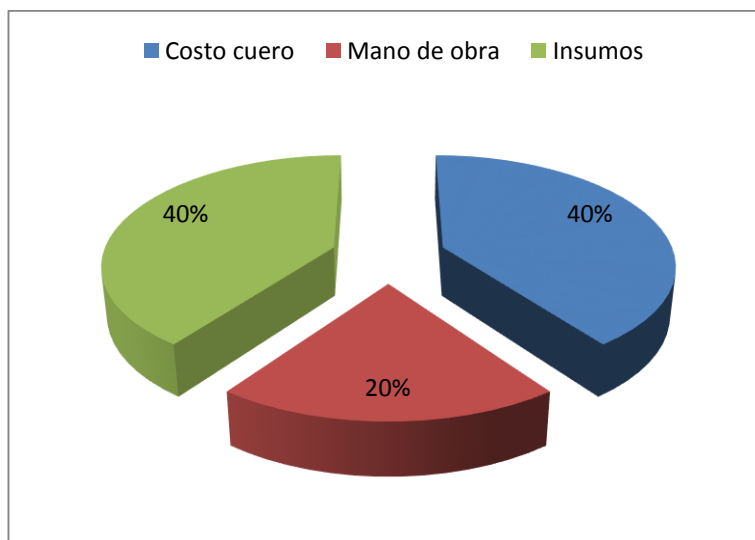
7.- Al determinar los costos de manufacturas de cuero que usted produce toma en cuenta:

Cuadro # 8 Costos de manufactura

Costos de manufacturas	Cantidad	Porcentaje
Costo cuero	12	40%
Mano de obra	6	20%
Insumos	12	40%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 7 Costos de manufacturas



Análisis:

Como podemos ver los tres factores denominados son importantes para la determinación del precio del producto.

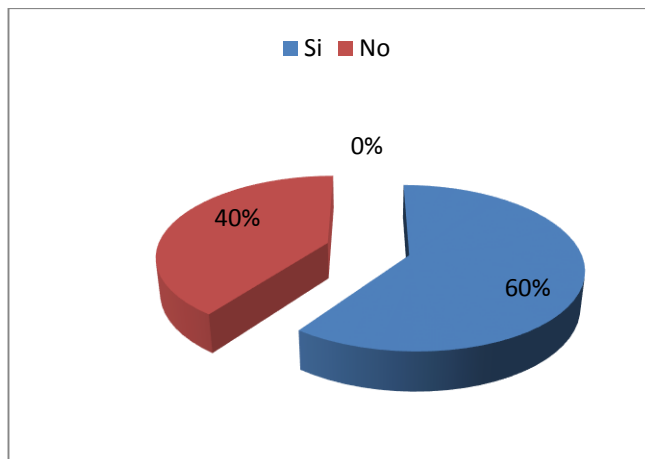
8.- ¿Ha recibido cursos de capacitación?

Cuadro # 9 Cursos de capacitación

Cursos Capacitación	Cantidad	Porcentaje
Si	18	60%
No	12	40%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 8 Cursos de capacitación



Análisis:

Las encuestas realizadas demuestra que la mayoría de artesanos que producen artículos de cuero si han recibido cursos de capacitación dictados por la Sociedad de Artesanos previo a la obtención del título artesanal.

1.8 Construcción de la matriz AOR.

1.8.1 Aliados.

Para que nuestra empresa productora y comercializadora de chaquetas de cuero logre posesionarse en el mercado local se ejecutará un plan de acción que permita alcanzar una ventaja competitiva razonable y significativa a largo plazo; mediante los factores de la eficacia, eficiencia, calidad, innovación, capacidad para satisfacer al cliente.

Como principales aliados señalamos los siguientes.

- La Cámara de Comercio de la ciudad de Cotacachi.
- La Junta General de Artesanos.
- El Ministerio de Industria.
- El INCOP.
- Las ferias organizadas por el GAD de Cotacachi.
- Empresas productoras de cuero de bovino (materia prima).
- Mano de obra calificada.
- Facilidad de suministros de materias e insumos.
- Certificación o aval para lograr prestigio.
- Tecnologías alternativas disponibles.

1.8.2 Oponentes.

Los aspectos negativos o desventajas que se presenta en el momento que vamos a instalar la empresa, puede darse de algunas razones como:

- La competencia de las empresas con productos similares que ofrecen en la ciudad
- La experiencia con el que se caracteriza las empresas.
- La tecnología que posee las empresas.

- Con la inversión que cuentan las empresas.
- Empresas que están en un mercado ya tomado.
- Cultura y tradiciones que no pueden ser cambiadas.
- Carencia de sitios estratégicos.
- Restricciones legales.

1.8.3 Oportunidades.

De acuerdo a las observaciones directas, obtenemos un análisis claro de la inexistencia o escases de algunos productos de artículos de cuero lo que nos permite tener la oportunidad en el mercado con nuestro emprendimiento.

Como nuevos profesionales, con los conocimientos formados en la universidad es necesaria la implementación de esta empresa en la ciudad de Cotacachi mediante estudios, planes de acción, estrategias de negocio, optimización de los recursos, del cual tener un resultado favorable en rendimiento, estabilidad y la liquidez necesaria para crecer como empresa.

- Cotacachi más conocida como la tierra de los buenos cueros una de las ciudades de la provincia más visitada por los turistas nacionales e internacionales, lo cual facilitamos la venta de nuestra producción al por mayor y menor.
- Los Diseños, Modelos será propio de la empresa una de las oportunidades para conseguir la posesión en el mercado.
- La elaboración de artículos de cuero para niños.

1.8.4 Riesgos.

Para esta actividad de la producción de artículo de cuero uno de los riesgos considerados es lo siguiente.

- La materia prima, el deterioró del mismo.
- Costos elevados en los procesos de los artículos de cuero.
- Los procesos o requerimientos no cumplan con los estándares de excelencia y calidad exigidas por los clientes.
- La inestabilidad social, económica y política del país hace que aumenten los precios de los productos. En este caso algunos insumos complementarios para el producto terminado.
- Toda la inversión destinada en la determinación del proyecto.
- Entrada de productos de contrabando.
- Cambio monetario.
- Vulnerabilidad de los recursos disponibles.

1.9 Identificación de la oportunidad de inversión.

Una vez realizado el diagnóstico situacional y diagnóstico externo, se encuentra aspectos positivos para la implementación de una empresa de producción y comercialización de chaquetas de cuero para niños y niñas, en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, lo que garantiza condiciones necesarias para poner en marcha el proyecto.

1.10 Identificación del problema diagnóstico

Una vez realizado el diagnóstico situacional y de acuerdo a las encuestas realizadas nos pudimos dar cuenta que no existe una empresa que se dedique a la fabricación de chaquetas de cuero para niños, ya que esto revela que existe una gran demanda potencial, por ser Cotacachi el cantón más visitado de la provincia de Imbabura, por lo que es una buena oportunidad para aprovechar el potencial turístico y crear la empresa.

Por lo expuesto anteriormente se concluye que el proyecto es viable, y se ve en la necesidad de crear “La empresa de producción y comercialización de chaquetas de cuero para niños y niñas en la ciudad de Cotacachi”.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO.

2.1 Empresa.

(PAEZ, 2008, pág. 3) Manifiesta. “Empresa es una entidad formada por capital y que se dedica al a actividad de producción, comercialización y prestación de servicios y bienes a la colectividad”.

(SARMIENTO, 2010, pág. 1) Manifiesta “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 diversas necesidades de la sociedad”.

Según Sarmiento es una organización como objetivo primordial el de satisfacer las necesidades de bienes y servicios de los consumidores en un determinado lugar, mediante una actividad económica de producción y comercialización.

La empresa u organización tiene definida el objetivo organizacional, actividad económica, número de socios.

La empresa está conformada por personas, bienes materiales, con capacidades técnicas y financieras; lo cual es dedicarse a la producción y transformación de productos, a la prestación de bien o servicio que satisfaga las necesidades y deseos demandadas del mercado, encaminada a obtener un lucro.

Para la constitución de una empresa es necesario conocer los requisitos y trámites comerciales, legales, laborales, tributarios y de funcionamiento.

También es de vital importancia conocer la clasificación de empresas y sus aspectos, de esta forma tener un sentido y una visión clara a donde está nuestras proyecciones como empresa.

2.1.1 Importancia.

La conformación de una organización o empresa es de suma importancia ya que por su naturaleza es de obtener una rentabilidad, satisfacer las necesidades del consumidor y no solo eso; también podemos medir la capacidad intelectual como estudiantes universitarios, ejercer la responsabilidad, la integridad de los factores de producción que permita aumentar el progreso humano en la sociedad mediante fuentes de empleo.

2.1.2 Elementos básicos de la empresa.

Según (HERNANDEZ y RODRIGUEZ, 2011, pág. 6).

Para entender qué es una empresa se requiere conocer sus principales características:

- Unidad económica social.
- Integrada por capital, trabajo, administración y gerencia.
- Socialmente útil de acuerdo con las exigencias del bien común.

Unidad económica social.-Dice que la empresa es una unidad formada por capital, trabajo y dirección, satisfactoria de bienes y servicios a la comunidad que, al adquirir sus productos, le genera beneficios económicos.

Capital.- El capital es un elemento indispensable, sin el cual la empresa no podría funcionar. El capital corre un riesgo al integrarse a la empresa. Por ello el inversionista requiere beneficios, los cuales en la mayoría de los casos se reinvierten para permitir el crecimiento de sus actividades. Cuidar el capital es responsabilidad de todos los miembros.

El trabajo o fuerza laboral.-Es generada por los productos y/o servicios que se ofrece a la comunidad y le da significado a los seres humanos que integra la empresa, quienes se sienten útiles entre los dueños al percibir que sus bienes y servicios son importantes.

El bien común.- Se da cuando la empresa es socialmente responsable; es decir, genera empleo, paga impuestos, favorece la cadena productiva y a todos los miembros que laboran en ella, y es factor de desarrollo de su comunidad, región y país donde opera.

2.1.3 Clasificación de las empresas.

(ZAPATA SANCHEZ, 2011, pág. 5)La clasificación de las empresas se lo realiza bajo los siguientes criterios.

➤ **Según su naturaleza.**

Industriales: transforman materias primas en nuevos productos.

Comerciales: compra y venta de productos, intermediarios entre productores y compradores.

Servicios: generación y venta de productos intangibles.

Agropecuarias: explotan productos agrícolas y pecuarios.

Mineras: explotan los recursos del subsuelo.

➤ **Según el sector y la procedencia del capital.**

Públicas: el capital pertenece al sector público.

Privadas: el capital pertenece al sector privado.

Mixtas: el capital es público y privado.

➤ **Según la integración del capital número de socios.**

Unipersonales: el capital es el aporte de una sola persona.

Sociedades: aporte de capital por personas jurídicas o naturales (sociedad de personas o sociedad de capital).

Con lo manifestado anteriormente por el autor podemos llegar a una conclusión, que la clasificación de empresas nos permite conocer y saber el servicio que prestan cada uno de ellos y como están estructuradas.

2.1.4 Recursos de la empresa.

Según (HERNANDEZ y RODRIGUEZ, 2011, pág. 9).

Las empresas cuentan con recursos propios o ajenos para su funcionamiento.

En primer término se encuentran los **recursos económicos**, que se clasifican en propios (capital) o ajenos (producto de financiamiento-pasivo).

- **Los recursos materiales** se constituyen por los bienes que le permiten a la empresa realizar la producción de bienes o servicios con los que satisface las necesidades de clientes o usuarios. Son parte de los recursos materiales de la empresa: terrenos edificios instalaciones, maquinaria, equipo, vehículos, etc.; todos estos elementos también pueden pertenecer a la empresa o financiarse mediante créditos.
- **Los recursos tecnológicos y métodos de la empresa** están constituidos por sus sistemas de producción propios, que le permiten generar métodos de trabajo para elaborar sus productos y servicios distintos de los de otras empresas nacionales o extranjeras, y que le dan lugar en la preferencia de los clientes en el mercado que opera.

- **Recursos humanos.** El personal contratado y vinculado con la empresa proporciona un conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas, competencias laborales y sobre todo, creatividad para solucionar problemas de operación o distribución. Hoy se considera que la gestión del conocimiento es un elemento clave en el desarrollo de las empresas.
- **El tiempo** es un recurso intangible, no renovable. La gerencia necesita de la utilización correcta de los tiempos. El tiempo es un elemento clave en la planeación porque durante esta actividad se trabaja con los tiempos para hacer procesos productivos continuos y atender al mercado; también se requiere establecer programas que indiquen el tiempo de inicio y fin para aprovechar los recursos con que cuenta las empresas.

Actualmente, las empresas reconocen otro tipo de activos (recursos) que son fundamentales para su operación y que pueden ser la base de sus negocios, tales como patentes, marcas, convenios de exclusividad de distribución y abastecimiento.

2.1.4.1 Materia prima directa.

(SARMIENTO, 2010, pág. 11)Escribe. “Es considerada como elemento básico del costo; es decir el incorporado de un producto, siendo éste en muchos casos el más importante para la transformación en el artículo terminado”.

Según Sarmiento, son todos aquellos materiales e insumos que mediante un determinado proceso de transformación permiten a la unidad productora producir un nuevo producto.

La materia prima directa es la parte fundamental en la transformación de un producto o servicio que ofrecen las empresas ya que sin ella no existiría

una actividad económica dentro de la organización, es decir es la razón de ser de la empresa.

2.1.4.2 Mano de obra.

Referente a la cita textual, (SARMIENTO, 2010, pág. 13) señala:

“Es la fuerza de trabajo o el trabajo humano incorporado en el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción; sea su trabajo manual o tecnificado en las máquinas que están transformando en productos terminados, además el valor por pago de salarios se puede fácilmente determinar en dicho producto”.

Según como manifiesta el autor es aquel personal que interviene directamente en un proceso productivo o en la prestación de servicio, sea esta de manera profesional (especializado), o sin ninguna capacitación (obreros, aprendices).

2.1.4.3 Costos indirectos de fabricación.

(SARMIENTO, 2010, pág. 14) Dice. “Es considerado a todos los costos y gastos necesarios que intervienen en la producción, pero que no fueron clasificados en los elementos anteriores, es decir que no son ni Materia Prima Directa ni Mano de Obra Directa”.

Son todos los costos y gastos que se generan en un proceso productivo, pero no forman parte de la materia prima directa ni de la mano de obra directa, entre las que vamos a mencionar: suministros de fábrica, materiales indirectos, la mano de obra indirecta, seguros de fábrica, servicios básicos, arriendos, mantenimientos de equipo y maquinaria, depreciaciones y amortizaciones.

En otras palabras son todos los costos y gastos indirectos que forman parte de un bien y/o servicio como un complemento de un proceso productivo inicial, hasta el proceso final o producto terminado.

2.1.4.4 Ingresos.

“Ingreso, dinero, o cualquier otra ganancia o rendimiento de naturaleza económica, obtenido durante cierto periodo de tiempo”.

En todos los ingresos monetarios, los que van a estar en función de la actividad de la empresa dentro de un ejercicio económico.

2.1.4.5 Gastos.

(SARMIENTO, 2010, pág. 37) Dice. “son todos los gastos monetarios, que significan desembolsos para la empresa, los que van a estar en función de su organización en un ejercicio económico”.

Según Sarmiento son todos los gastos correspondientes en un ejercicio económico, la salida de dinero o costos en la producción para la ejecución de un bien y/o servicio.

Entre los principales gastos los siguientes:

- **Gastos de fabricación.-** los gastos de fabricación viene a constituir en este caso la materia prima consumida y la mano de obra directa que están asociados en forma directa a la producción del bien o servicio, los gastos operativos, tanto de administración como el de ventas y los gastos ocasionados por los créditos recibidos
- **Gastos administrativos.-** Los gastos administrativos, son todos los gastos relacionados con el área administrativa, como los principales para la implementación de una empresa los siguientes: transportes, viáticos, investigaciones y desarrollo, comunicaciones, útiles de oficina,

sueldos y prestaciones, depreciaciones sobre el activo fijo, amortizaciones de diferidos, seguros e impuestos de catastro.

- **Gastos de venta.-** Los gastos de ventas son los relacionados con el área de ventas, como sueldos y prestaciones, comisiones de ventas, gastos de publicidad, asistencia técnica a clientes, gastos de distribución, fletes empaques, bodegaje, operaciones de los puntos de ventas.

2.2 Artesanías.

(<http://es.wikipedia.org>, s/f)

“Artesanía se refiere tanto al trabajo del artesano(normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se suele diferenciar del trabajo en serie o industrial”.

Según (TOVAR, s/f)

"Artesanía toda técnica manual creativa, para producir individualmente, bienes y servicios"

"Industria toda técnica mecánica aplicada, para producir socialmente, bienes y servicios".

Para muchas personas, la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte. Para otros es una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un papel destacado pero el sentido práctico del objeto elaborado es también importante.

También quedan algunos artesanos que se dedican a los llamados (oficios tradicionales), pero cada vez son menos.

Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo coste, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad.

Otra dificultad para los artesanos es la forma de comercializar sus productos, ya que es una característica de la artesanía, que se realiza en talleres individuales o de pocas personas, con poca capacidad para llegar al mercado.**(<http://es.wikipedia.org>, s/f).**

2.2.1 Empresa artesanal.

(<http://www.buenastareas.com>, s/f) “Son pequeños patrimonios agrícolas o negocios artesanales explotados por una familia, con pocas posibilidades de cambio, crecimiento o mejora y con la única intención de subsistir económicamente y conservar el trabajo para algunos de sus hijos”.

Un taller o fábrica artesanal es un centro de producción que asesora una serie de características que la diferencian cualitativamente de otro lugar donde se pueda fabricar cualquier otro objeto.

La capacidad individual en la elaboración de sus productos. Cada objeto que sale de las manos del artesano es único e irrepetible. La sabiduría y el conocimiento tradicional dan vida al producto artesanal realizado.

La aptitud del artesano para crear, innovar y conciliar tradición y modernidad es uno de los elementos diferenciadores de todo objeto de artesanía.

La técnica de producción es de tradición o costumbre y varía de artesano en artesano, la destreza es una facultad humana.

- ✓ La jornada de trabajo es extensiva pues el artesano trabaja según sus hábitos y costumbres y al ritmo que él desea.

- ✓ El producto se hace manualmente y es por tanto una producción muy onerosa, de baja escala productiva y lenta.
- ✓ La tecnología es mínima y hay poca tecnología toda ella de tipo mecánica.
- ✓ La capacitación se da en el taller sobre la marcha, y los orificios se aprenden y reconocen por mérito.
- ✓ El peonaje es libre y lentamente el destajo es sustituido por la proletarización de la mano de obra. El empresario es independiente, dueño de su empresa.

Las características de una empresa artesanal.

- ✓ Se trata de pequeñas micro y empresas familiares.
- ✓ Intensivas en el trabajo.
- ✓ Mercados casi en competencia pura y perfecta.
- ✓ Herramientas rudimentarias.
- ✓ Mano de obra altamente calificada.
- ✓ Jornada de trabajo extensivo.
- ✓ Producción organizada.

2.2.2 Definición de cuero.

(<http://deconceptos.com>, s/f) “Se denomina cuero, del latín “curium” que significa piel curada de los animales, al pellejo curtido de los animales”.

Este trabajo de curtido, que evita la putrefacción, se efectúa en las curtiembres, donde en general se le quita al cuero el pelo o la lana que lo recubre, los que se comercializan como subproductos. El proceso consta de etapas, siendo la primera la limpieza (donde además del pelo, se quitan los restos de carne y grasa) prosiguiendo con el curtido y el re-curtimiento, para finalizar con el acabado. Las curtiembres ocasionan gran contaminación ambiental.

Es una capa de tejido vivo, resistente y flexible, que se separa del cuerpo animal, ya sean caballos, vacas, reptiles, cerdos, chinchillas, nutrias, ciervos, renos o tiburones. Fue usado para el hombre para cubrir su propio cuerpo y protegerse de las inclemencias del tiempo desde épocas prehistóricas.

Cuero crudo es aquel que no ha sido tratado químicamente. Si se utilizan para el curtido elementos vegetales, como el tanino, se denomina curtido vegetal. El cuero barnizado se denomina charolado.

En ciertos países como Cuba, Ecuador u Honduras se denomina cuero a una especie de látigo utilizado para el azote de las bestias. (<http://deconceptos.com>, s/f)

2.2.2.1 Proceso de elaboración del cuero.

(<http://www.pac.com>, s/f) **“Se conoce como cuero a la piel de origen animal luego de haber sido sometida a un proceso de curtido, el cual le permite una duración prolongada”.**

Las pieles de uso más generalizado son las de origen vacuno y ovino, ya que se trata de animales criados a gran escala.

El proceso de curtido de las pieles hasta su transformación en cuero es un proceso largo y complejo que comprende muchas etapas y distintas localidades que van desde la crianza del animal, pasando por el matadero hasta llegar a la curtiembre, lugar en el que se realiza el acabado del cuero.

El proceso de elaboración del cuero una vez que entra en la curtiembre se puede mencionar de forma resumida en los siguientes pasos:

Ribera

- Recibimiento de pieles crudas o saladas
- Remojo

- Pelambre y Calero
- División
- Descarne
- Desencolado
- Clasificación para las distintas finalidades
- Rendido o Purga
- Desengrase
- Piquel
- Pre-curtido

Curtido

- Curtido cromo
- Curtido vegetal
- Escurrido
- Dividido
- Clasificación
- Rebajado
- Neutralización

Recurtido

- Recurtido
- Teñido
- Engrase
- Secado

Semi-acabado

- Acondicionado
- Ablandado
- Otras como Lijar, Desempolvar, etc.

Acabado

- Impregnación
- Aplicación de fondo con pigmento o anilina vía pistola o cortinas o pigmentadoras.
- Estampado, prensado
- Aplicación del acabado final
- Medición

2.2.2.2 Productos de cuero.

Según algunas observaciones directas en el mercado local: En la actualidad la moda va avanzando no sólo en productos en jeans, productos textiles, ahora más que nunca de productos en cuero ya que en nuestro sector existen algunas empresas que se lo fabrican de forma manual, dando como resultado una mejor calidad, y sobre todo exclusividad, cabe destacar que el trabajo de diseño siempre va acorde a la temporada y moda, e incluso según los requerimientos específicos de nuestros clientes.

La variedad de productos de cuero que podemos encontrar son los siguientes: Prendas de Vestir, Maletines, Bolsos de viaje, Carteras, Billeteras, Monederos, Cinturones, Porta retratos, Bandejas, artículos de oficina, Tapiz de módulos, Regalos Corporativos entre tantos otros productos

2.3 Fundamentos del mercado.

Estudio de mercado.

El estudio del mercado es organización de un plan de acción, planificar y analizar la situación del mercado, para cualquier proyecto que vamos a ejecutar, primeramente es muy importante realizar un estudio de mercado antes de poner en marcha el negocio, ya que por medio de este sabremos si tenemos una demanda insatisfecha a la cual podemos satisfacer ofreciendo nuestros servicios y/o bien, también podemos determinar el

mercado en el que vamos a incursionar, precios y competencia, y asegurarnos de que tendremos éxito y que se cumplan nuestros objetivos.

2.3.1 Mercado.

(SARMIENTO, 2010, pág. 26) Manifiesta: “Se entiende por mercado el conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el cambio de un bien o servicio en una área determinada”.

Para Sarmiento el mercado es el conjunto de demandantes y oferentes de un bien y/o servicio de forma directa o indirecta.

El mercado es el acceso libre de todos los demandantes y oferentes, es decir de libre competencia, como vemos en la vida diaria lo siguiente: Existen mercados de un solo vendedor de un cierto producto o servicio, un solo comprador de cierto bien o servicio, pequeños grupos de vendedores que acapara la demanda de cierto artículo existente en el mercado.

La noción es posesionar en el mercado con la producción del bien y/o servicio a pesar de la existencia de productos iguales o similares.

2.3.2 Producto.

(<http://es.wikipedia.org>, S/F)“El producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad, resultado de la combinación de materiales y procesos definidas”.

(JANY, 2009, pág. 296)Manifiesta: El producto son combinaciones tangibles e intangibles, el producto es también un complejo símbolo que de nota status, gusto, posición, logros y aspiraciones.

(PALAO Jorge, 2009, pág. 68)Afirma. El producto es todo aquello que la empresa o que la organización elabora o fabrica para ofrecer al

mercado o satisfacer determinadas necesidades de los consumidores.

Este concepto nos deja bien en claro que un producto es el resultado de un esfuerzo que tiene atributos tangibles e intangibles, las cuales son percibidas por los compradores que son capaces de satisfacer los deseos o necesidades del mismo.

2.3.3 Oferta.

(ANDRADE, s/f, pág. 438) Define “La oferta es el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios”.

Como bien dice el autor, la oferta es el volumen de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio más bajo de lo normal en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos.

La cantidad de ofertas del producto de un determinado bien depende de varios factores que provocan incrementos o disminuciones de la cantidad ofrecida por el ofertante. Estos factores son el precio del producto, el precio de los factores que intervienen en la producción de ese bien, el estado de la tecnología existente para producir ese producto y las expectativas como empresa que ayuda a llegaren el futuro con la producción y en el mercado.

Para esto es necesario la utilización de técnicas de encuestas directas y de cuestionario con el propósito de lograr ciertos datos que permita analizar la situación actual y futura de la oferta, tener conocimientos de la cantidad de proveedores de bien y/o servicio similar o igual que de cierta forma nos somete a la competencia por ende ver la necesidad de crear o no la empresa.

2.3.4 Demanda.

(ANDRADE, s/f, pág. 215) Proporciona la siguiente definición. "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca".

(KOTLER, 2008, pág. 217) Manifiesta. "la demanda del mercado para un producto es el volumen total que se adquirirá un grupo de clientes definido, en un área geográfica establecida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercado específico".

La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

Todas las personas tenemos necesidades y deseos de un bien o servicio es la parte primordial de la vida diaria que se lleva sin ella no existiría un adecuado desarrollo.

2.3.5 Precio.

(FLÓREZ, 2010, pág. 44) Escribe. "Las empresas fijaran precios para su bienes y/o servicio, teniendo en cuenta cuanto le cuesta elaborarlo, cual es el comportamiento de la demanda y del mercado. El precio es la resultante del comportamiento de la oferta y la demanda".

El precio es muy importante en un producto o servicio ya que por ello la comercialización y la adquisición de la producción será mayor en los consumidores; sin embargo debemos tener bien claro el comportamiento del precio de un producto en el mercado, la fijación del precio se lo hará

tomando en cuenta a un precio cercano o distante del costo de la producción y de operación, dependerá de tipo de tecnología a utilizar y de los objetivos que persigue el plan de negocio.

2.3.6 Comercialización.

(SARMIENTO, 2010, pág. 14) Dice. “La comercialización es el conjunto de actividades que los oferentes realizan para lograr la venta de sus productos”.

Araujo dice la comercialización son varias actividades por parte de los oferentes en la venta de sus productos.

Es decir, la comercialización permite fijar el costo al producto por efecto de su distribución, es importante tener en cuenta el grado de concentración geográfica del mercado, las comisiones y descuentos que son necesarios dar para la comercialización del producto, establecer cuál será el precio más indicado para la comercialización del producto o servicio, identificar la localización de los principales compradores de nuestro producto, establecer las políticas de ventas; todo esto en síntesis nos ayuda a obtener resultados positivos.

Debemos tener en cuenta varias adversidades que se presenta durante la comercialización, claro se deberá examinar y priorizar en lo que se refiere al almacenamiento, condiciones y presentación del producto o servicio, los sistemas de transporte empleados, los mecanismos de promoción y publicidad, la asistencia técnica a los usuarios, sistemas de crédito a los consumidores y de más cuestiones que afecten en el movimiento de los bienes entre el productor y el consumidor.

2.4 Fundamentos técnicos.

2.4.1 Estudio técnico.

(<http://www.ucipfg.com>, 2012)Escribe: “El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Baca, 2010)”.

La implementación del estudio técnico permite que sea viable un proyecto de inversión, mostrar todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada con lo que cuenta la empresa. También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio.

En pocas palabras, el estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión. Tiene una estrecha relación con el estudio del mercado.

2.4.2 Tamaño del proyecto.

(<http://www.aulafacil.com>, s/f) “el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción”.

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto

es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto de tal forma obtener un posible costo unitario menor.

En un proceso se pueden distinguir o determinar tres capacidades de producción:

- **Capacidad Normal Viable.**-Nos referimos a la capacidad que se logra en condiciones normales de trabajo, tomando en cuenta, además del equipo instalado y condiciones técnicas de la planta, otros aspectos tales como paros, mantenimiento, cambio de herramienta, fatigas y demoras, etc.
- **Capacidad Nominal.**- Esta es la capacidad teórica y a menudo corresponde a la capacidad instalada según las garantías proporcionadas por el abastecedor de la maquinaria. Ejemplo, piezas por hora, bloques por hora, básculas de 500 libras, kilómetro por hora, etc.
- **Capacidad Real.**-Constituyen las producciones obtenidas sobre la base de un programa de producción pueden ser mayores o menores que los programas en un periodo y se utiliza para determinar la eficiencia del proceso o de la operación.

2.4.3 Macrolocalización.

(ARAUJO, 2012, pág. 65)Escribe. “La selección del área, región o ciudad donde se ubicará el proyecto se conoce como estudio de macro localización”.

Según el autor se refiere a la comunidad, región donde se ubicará el proyecto que incluye: proximidad al mercado de consumo, facilidades y costos de transporte, disponibilidad de mano de obra y materia prima, disponibilidad de servicios básicos generales, tratamiento de desechos, carreteras, condiciones de vida, marco jurídico en general, disponibilidad

de sistemas de apoyo, actitud de la comunidad, condiciones culturales y sociales

2.4.4 Microlocalización.

(ARAUJO, 2012, pág. 71)Escribe: “Una vez definida la zona de localización se determina predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto”.

Según el autor se refiere al sitio específico donde se va a instalar la unidad productiva, tomando en cuenta los siguientes aspectos: tipo de edificación a construir en la localización urbana, suburbana o rural, costos del terreno, cercanía al centro de la ciudad, carreteras o aeropuertos, disponibilidad de servicios básicos, transporte del personal, policía y bomberos, recolección de basuras, tamaño del sitio, instalaciones y cimentaciones requeridas para equipo y maquinaria entre otros.

2.5 Estudio financiero.

Según nuestro criterio el estudio financiero. Constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión.

Se debe analizar y conocer qué clase de proyecto es a implantar, el monto total a destinar en ese proyecto, tener un presupuesto estimado que ayude a la toma de decisiones de esta forma una vez ejecutado ver los resultados fijados.

2.5.1 Inversión.

Para todo emprendimiento sea de menor y mayor escala es de gran importancia contar con la inversión necesaria para una actividad económica inicial por ende, para un adecuado funcionamiento del mismo.

2.5.2 Inversión fija.

Según el autor con referente a la cita textual (FLÓREZ, 2010, pág. 79). “De acuerdo con las especificaciones obtenidas en el estudio técnico, se deben determinar los montos de inversión y el cronograma de realización de compra de maquinaria y equipos, las instalaciones donde va a funcionar el proyecto, los muebles y enseres, los vehículos, las licencias, franquicia, derecho de explotación del subsuelo, adecuaciones de los locales, los registros de marcas y patentes, la constitución de la sociedades entre otros”.

La inversión fija es todo lo tangible sujetos a depreciarse, entre las que mencionamos, compra de activos fijos como terreno, obra civil, maquinaria, muebles y enseres, equipos de computación.

2.5.3 Inversión diferida.

Según el autor con referente a la cita textual (FLÓREZ, 2010, pág. 80). “Hace referencia a los desembolsos que realiza una empresa para la puesta en marcha del plan de negocio, tales como: estudios técnicos, económicos y jurídicos, gastos de creación y montaje, ensayos y puesta en marcha, pago por uso de marcas o patentes y gastos para la capacitación y entrenamiento del personal”.

Con referente lo que dice el autor, esta inversión representa todo lo que corresponde a lo intangible es decir lo amortizable, para dar cumplimiento

el proyecto siendo utilizadas en lo que concierne como: aspectos técnicos del proyecto y aspectos legales de constitución como trámites legales, permisos de funcionamiento, patentes municipales, permisos sanitarios.

2.5.4 Inversión variable (capital de trabajo).

(FLÓREZ, 2010, pág. 80) “Corresponde al conjunto de recursos necesarios para la operación normal de una empresa en un tiempo determinado. Se define como la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes”.

La inversión variable viene a ser el capital de trabajo es decir, dinero indispensable para el desarrollo de las primeras actividades de la empresa, donde todavía no se genera ingresos por la propia actividad estos pueden ser sueldos y salarios, materia prima, mano de obra, servicios básicos entre otros gastos que se puede llegar en el momento del funcionamiento de la actividad económica.

2.6 Estados financieros.

(ZAPATA SANCHEZ, 2011, pág. 60) Dice: “los estados financieros son reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”.

Los estados financieros son documentos que representan a la empresa en términos monetarios y brindan información útil que ayuda a las personas de la empresa en la toma de decisiones, formular los resultados financieros de la administración, evaluar la gestión financiera entre otros aspectos muy relevantes para el bienestar de la misma.

2.6.1 Estado de situación Inicial.

(ZAPATA SANCHEZ, 2011, pág. 63) Escribe: “Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas del Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posesión financiera de la empresa en un momento determinado”.

Los activos.- son todos los valores, bienes y/o servicios que posee la empresa en un periodo determinado; es decir valores monetarios, servicios económicos y propiedades para el mejoramiento. Todo esto representa un beneficio futuro para la empresa.

Los pasivos.-son todos los valores de endeudamiento a terceras personas en un determinado periodo (empresas ajenas, socios, accionistas, otros).

El capital.-es el aporte por los propietarios, socios o accionistas de la empresa (aporte económico y bienes).

Ejemplo. Esquema del Balance de Situación Inicial.

EMPRESA “ABC”	
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL	
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 20XX	
ACTIVOS	
BIENES	XXX
DERECHOS	XXX
TOTAL ACTIVOS	XXXXX
PASIVOS	
RECURSOS AJENOS	XXX
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL	XXX
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	XXXXX

En definitiva se puede decir que el Balance de Situación Inicial son valores que conforman el Activo, Pasivo y Patrimonio con este informe se produce la apertura de cuentas donde muestra la situación económica financiera de la empresa según el comportamiento de cada uno de los contenidos dando importancia para la toma de decisiones.

2.6.2 Estado de resultado.

(ZAPATA SANCHEZ, 2011, pág. 62) Menciona: “El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida; resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado”.

Tomando en cuenta lo expresado por el autor antes mencionado se puede afirmar que el Estado de Resultado son todos los ingresos y egresos de la empresa ya sea operativos, como fiscales. Es un Estado donde se determina la posesión económica de la empresa en un periodo determinado; es decir, la utilidad neta o pérdida en el ejercicio económico.

2.6.3 Estado de flujo de caja.

(FLÓREZ, 2010, pág. 120) Escribe: “El flujo de caja utilizado en la proyección compila los conceptos de flujo de caja operativo, financiero y del inversionista. Los rubros que se incluyen son los que tienen movimiento al proyectar cifras del estado de resultados o del balance general”.

(GALINDO, 2008, pág. 45) Afirma. “El flujo de efectivo es un estado financiero donde se reflejan los movimientos del efectivo en un periodo determinado”.

El flujo de caja es un Estado de Resultados que identifica las formas de entrada y salida de dinero según su uso.

Este Estado permite conocer y analizar la viabilidad financiera de la empresa, es decir el alcance de dinero para cumplir con las obligaciones financieras y a futuras generar efectivo.

2.7 Aspectos organizacionales.

2.7.1 Misión.

Por misión entendemos y definimos: "La razón de ser de la empresa, condiciona sus actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas".

La misión es la razón de ser de la empresa considerando sobre todo la actividad del negocio.

La misión de la empresa investiga para dar un análisis del macro y micro entorno que permita construir el escenario actual y posible, ver con mayor énfasis la condición y razón de ser de la empresa en dicho mercado.

2.7.2 Visión.

"La visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad".

(D' ALESSIO, 2008, pág. 61) Afirma. “La visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo”.

La visión es la proyección de cómo queremos ser y actuar en el futuro como empresa, mediante los valores y principios que integran los miembros de una institución. Es la que señala el rumbo a seguir, alcanzando cambios, mejoras en los procesos y servicios.

2.7.3 Organigrama estructural.

(LLAMAS ARJONA, 2008, pág. 11) Menciona. “El organigrama estructural representa de forma simple las unidades bajo las que se estructura la organización”.

Según los conocimientos adquiridos, para nosotros: “Organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen”.

Es decir es el instrumento idóneo para plasmar y transmitir en forma gráfica y objetiva la composición de una organización, proporcionando una imagen formal de la organización, facilitando el conocimiento de una organización, así como de sus relaciones de jerarquía; sin embargo, es un elemento técnico valioso que nos sirve para el análisis organizacional.

El organigrama en síntesis nos muestra aspectos muy relevantes como: La división de funciones de una empresa, niveles jerárquicos, líneas de autoridad y responsabilidad, canales formales de comunicación y jefes de cada grupo de empleados en sí es un diagnóstico general de una empresa.

2.8 Evaluación de la inversión.

2.8.1 Valor actual neto (VAN).

(ARAUJO, 2012, pág. 137) Dice: “Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto, ingresos menos egresos, considerando la inversión como un egreso a una tasa de descuento determinada previamente”.

El VAN es un índice que permite analizar los flujos de efectivo con respecto a la inversión. Representa la rentabilidad del dinero con poder adquisitivo presente.

2.8.2 Tasa interna de retorno (TIR).

(ARAUJO, 2012, pág. 136) Escribe: “Es la tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio”.

Tasa Interna de Retorno determina el rendimiento de una inversión en términos porcentuales, para que sea el proyecto posible.

Es la tasa de descuento que hace que el valor presente de las entradas sea igual al valor presente de las salidas y que el valor presente neto sea igual a cero.

2.8.3 Beneficio costo.

(ARAUJO, 2012, pág. 137) Menciona: “También llamado índice de redituabilidad, es el cociente de los flujos descontados de los beneficios o ingresos del proyecto, sobre los flujos descontados de los costos o egresos totales del proyecto”.

Es la relación que se obtiene cuando el valor actual de la corriente de beneficios se divide por el valor actual de la corriente de costos, se aceptan proyectos con una relación mayor que 1.

Este ítem sirve para determinar cómo retornan los ingresos en función de los egresos proyectados en los flujos de caja.

Si B/C es $<$ que 1, es viable el proyecto.

Si B/C es $>$ que 1, no es viable el proyecto.

Si B/C es $=$ que 1, significa indiferencia, no es aceptable.

2.8.4 Periodo de la recuperación de la inversión.

Con lo referente a la cita textual Periodo de Recuperación de la Inversión. (<http://finanzasieptimo.blogspot.com>, 2010) Menciona:

“El periodo de recuperación se define como el número esperado de años que se requieren para que se recupere una inversión original. El proceso es muy sencillo, se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto”.

Este parámetro sirve para medir la recuperación de la inversión en un tiempo determinado, en otras palabras es el tiempo operacional que requiere el proyecto para recuperar el valor nominal en el plan de inversión. Mientras más sea el coeficiente costo y menor el periodo de recuperación se considera apropiado para dicho proyecto.

2.8.5 Punto de equilibrio.

Con lo referente a la cita textual (SARMIENTO, 2010, pág. 69) Manifiesta.

“El punto de equilibrio es la intersección o cruce entre los ingresos totales cuando son iguales a los costos totales (fijos y variables); es decir, no existe pérdida ni ganancia, los ingresos sirven para cubrir los costos; siendo necesario clasificar los costos fijos y variables para graficar en ejes de coordenadas en el eje vertical se representa los ingresos por ventas y los costos, en el eje horizontal se representa el volumen de ventas, expresado en unidades”.

Este indicador ayuda a la gerencia a tomar decisiones oportunas ya que podemos conocer el comportamiento de precios, ventas y niveles de producción en un determinado tiempo.

El análisis del punto de equilibrio es de determinar el nivel de ventas que debe generar la empresa para no perder ni ganar, es decir es el punto donde existe equilibrio entre los ingresos y egresos de la producción.

El punto de equilibrio podemos determinar de la siguiente manera:

$$PE = \frac{CF}{MC}$$

PE= Punto de equilibrio.

CF= Costo fijo.

MC= Margen de contribución: $MC = PV - CV$.

PV= Precio de venta.

CV= Costo variable unitario.

2.8.6 Riesgos.

(BACA, 2010, pág. 211) Dice: “Determina con precisión cuál es el nivel mínimo de ventas que siempre se debe tener”.

Argumentando lo expuesto por el autor, el riesgo representa el nivel mínimo de ventas que tiene que alcanzar una empresa; también podemos decir en síntesis el riesgo es posibilidad de pérdida financiera, con estos datos podemos dar sugerencias válidas para la toma de decisiones de las áreas financiera y operativa.

2.9 Impactos.

Tomando como referencia el concepto manifestamos, que en todo proyecto se puede presenciar los impactos, es decir, consecuencias positivas de como beneficiamos o aportamos a la comunidad y consecuencias negativas la destrucción de la misma. Aquí podemos analizar el efecto causante en el medio a desenvolver. También permite medir el grado de responsabilidad que se tiene con el entorno con relación al aspecto socioeconómico, cultural, ambiental y empresarial los cuales sirven de base para diseñar el plan de contingencias para dar prioridad en casos extremos.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

El presente estudio tiene como finalidad analizar la oferta y demanda de este nuevo producto, para lo cual se realizaron encuestas a los posibles consumidores potenciales.

En lo que se refiere a oferta, se ha podido observar que en la ciudad existe 1 local el cual ofrezca chaquetas de cuero para niñas y niños.

El estudio de mercado se basa en el análisis de los principales ofertantes del producto, existente en el cantón Cotacachi, en donde se establece el número de ofertantes del producto, el lugar de ubicación de los mismos, el precio, estrategias de venta, formas de entrega del producto. De igual manera se realiza un análisis de la demanda a nivel local, nacional e internacional. Una vez realizado los dos análisis de oferta y demanda se llega a establecer la demanda insatisfecha del producto.

Una vez analizado el mercado este conlleva a afirmar que es necesario examinar la competencia, los posibles consumidores potenciales, con el fin de tener en claro los conocimientos necesarios para emprender el proyecto en donde el capital aportado se espera recuperarlo en el corto o mediano plazo.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

3.2.1 Objetivo general.

Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación de los productos en los posibles consumidores.

3.2.2 Objetivos específicos

- a) Identificar las características específicas del producto a ofertarse en el mercado.
- b) Conocer la oferta existente de ropa de cuero para niñas y niños en la ciudad de Cotacachi.
- c) Determinar la demanda de ropa de cuero para niñas y niños.
- d) Describir los precios actuales de la ropa de cuero.
- e) Establecer los principales proveedores de materias primas e insumos, maquinaria y mano de obra.
- f) Establecer el tipo de comercialización a utilizarse por la empresa.

3.3 Variables del estudio.

- ✓ Producto.
- ✓ Oferta.
- ✓ Demanda.
- ✓ Precios.
- ✓ Proveedores.
- ✓ Comercialización.

3.4 Indicadores de las variables.

Producto.

- ✓ Contextura física.
- ✓ Tipos y diseños.
- ✓ Colores y tallas.

- ✓ Usos y cualidades.

Oferta.

- ✓ Características competidores.
- ✓ Cantidad ofertada total.
- ✓ Proyección de oferta.

Demanda.

- ✓ Lugares de compra.
- ✓ Frecuencia de compra.
- ✓ Cantidad de demanda.
- ✓ Proyección de la demanda.

Precios.

- ✓ Niveles de precios e insumos.
- ✓ Proyección del precio.

Proveedores.

- ✓ Materias primas e insumos.
- ✓ Maquinaria.
- ✓ Mano de obra.

Comercialización.

- ✓ Tipo de comercialización
- ✓ Estrategias de comercialización.

3.5 Matriz de estudio de mercado.

Cuadro # 10 Matriz de estudio de mercado.

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Identificar las características específicas del producto a ofertarse en el mercado.	PRODUCTO	Contextura física. Tipos y diseños. Colores y tallas. Usos y cualidades.	Primario. Primario. Primario. Primario	Observación directa. Encuestas. Encuestas. Encuestas.	Consumidores. Consumidores. Consumidores. Consumidores.
Conocer la oferta existente de ropa de cuero para niñas y niños en la ciudad e Cotacachi.	OFERTA	Características competidores. Cantidad ofertada total. Proyección de oferta.	Primario. Primario. Primario.	Encuestas. Encuestas. Encuestas.	Productores. Productores. Productores.
Identificar la demanda de ropa de cuero para niñas y niños.	DEMANDA	Lugares de compra. Frecuencia de compra. Cantidad de demanda. Proyección de la demanda.	Primario. Primario. Primario. Primario.	Encuestas. Encuestas. Encuestas. Encuestas.	Consumidores. Consumidores. Consumidores. Consumidores.
Identificar los precios actuales de la ropa de la ropa de cuero.	PRECIOS	Niveles de precios e insumos. Proyección del precio. Precio aceptado.	Primario. Primario. Primario.	Observación Encuesta. Encuesta.	Competencia. Consumidores. Consumidores.
Identificar los principales proveedores de materias primas e insumos, maquinaria y mano de obra.	PROVEEDORES	Materias primas e insumos. Maquinaria. Mano de obra.	Primario. Primario. Primario.	Observación directa. Observación directa. Observación directa.	Productores. Productores. Productores.
Establecer el tipo de comercialización a utilizarse por la empresa.	COMERCIALIZACIÓN	Tipo de comercialización Estrategias de comercialización.	Primario. Primario.	Observación directa. Observación directa.	Productores. Productores.

Elaborado por: Los Autores

3.6 Descripción del producto

El proyecto que se describe en este estudio tiene como finalidad introducir chaquetas de cuero para niños y niñas, elaborados en el cantón Cotacachi, destinados a una segmentación de población de nivel medio y alto que cuente con preferencias para los productos novedosos a elaborarse.

Con el mejoramiento de los procesos y la competencia se dará un valor agregado a los productos, enfocándose ya no solo a una simple chaqueta sino utilizar adornos y colores novedosos los cuales les atraiga a los niños y por ende a los padres de familia.

La materia prima utilizada para este arte es el cuero (piel de ganado vacuno curtido), que es flexible a la cual le dan forma para la elaboración del producto con una textura que proporciona una belleza natural.

Cuadro # 11 Contextura física de las chaquetas de cuero

DISEÑO	TALLA	COLOR	MODELO	SEXO
	28	Rosado	Entalladas	Mujer
Chaquetas	30	Café	Princesas	Mujer
	32	Negro	Safaris	Mujer
	34	Morado	Rectas	Hombre
	36	Rojo	Doble cuello	Hombre
			Abrigo	Hombre

Elaborado por: Los autores

3.7 Mercado meta

Las chaqueta de cuero para niñas y niños, son productos elaborados por manos hábiles de los artesanos de Cotacachi, los cuales son productos de calidad y con diseños novedosos que son una belleza de este arte.

El mercado meta para este producto son los padres y madres de familia del cantón Cotacachi que estarían dispuestos a adquirir este producto.

3.8 Segmento de mercado

El presente proyecto de estudio de factibilidad, la producción de la empresa va direccionada hacia el consumo local.

- La producción de chaquetas de cuero está dirigida a los niños y niñas del cantón Cotacachi.
- El producto se destina a consumidores hasta 12 años de edad.

3.8.1 Niveles de ingresos y posición geográfica

Para la determinación del segmento de mercado al cual van dirigidos los productos se ha tomado en cuenta los siguientes criterios de segmentación:

Cuadro # 12 Criterios de segmentación de mercado

Criterios de Segmentación	Segmentación del Mercado
Geografía: Región Provincia Cantón	Sierra Imbabura Cotacachi
Demografía: Género Edad	Masculino y Femenino Menores de 12 años
Conductuales: Preferencias	Personas que gusten de la manufactura y artesanías de cuero.
Variable Socio-Económico: Nivel Económico	Personas que se encuentren entre el nivel medio y alto.

Elaborado por: Los autores

3.9 Identificación de la población

La población a ser estudiada en el presente proyecto está considerada por la población económicamente activa del cantón Cotacachi que asciende a las 9871 personas comprendidas por el número de familias del cantón.

3.9.1 Cálculo de la muestra

Se aplicó un muestreo aleatorio simple, utilizado en un universo homogéneo, de acuerdo a los criterios de segmentación mencionados. Datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), según el último censo realizado en el año 2010.

Cuadro # 13 Proyección de la población.

Año	N° de familias
2010	9871
2011	9953
2012	10036
2013	10119
2014	10203
2015	10288
2016	10373
2017	10459
2018	10546

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: los autores

Fórmula de la Muestra

En donde:

Z= Nivel de confianza de 95%; 1,96

N= Tamaño de la población

S= Varianza, 0,5

e= Error muestral, 0,05

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

$$n = \frac{10119 (1.96)^2 (0.50)^2}{(0.05)^2 (10119 - 1) + (1.96)^2 (0.50)^2}$$

$$n = \frac{10119 (3.8416) (0.25)}{0.0025 (10119) + 3.8416 (0.25)}$$

$$n = \frac{9718,29}{26,26}$$

$$n = 369$$

3.9.2 Diseño de los instrumentos de investigación

Los instrumentos de investigación se lo realizan en base a la aplicación de las siguientes técnicas, para la recolección de información primaria:

c) Encuesta.- Esta técnica nos permitió recopilar información de los consumidores de chaquetas de cuero.

d) Observación Directa.- Consistió en la visita a los almacenes y talleres ubicados en calle comercial 10 de agosto.

3.9.3. Análisis e interpretación de resultados

Encuesta dirigida a consumidores de artículos de cuero

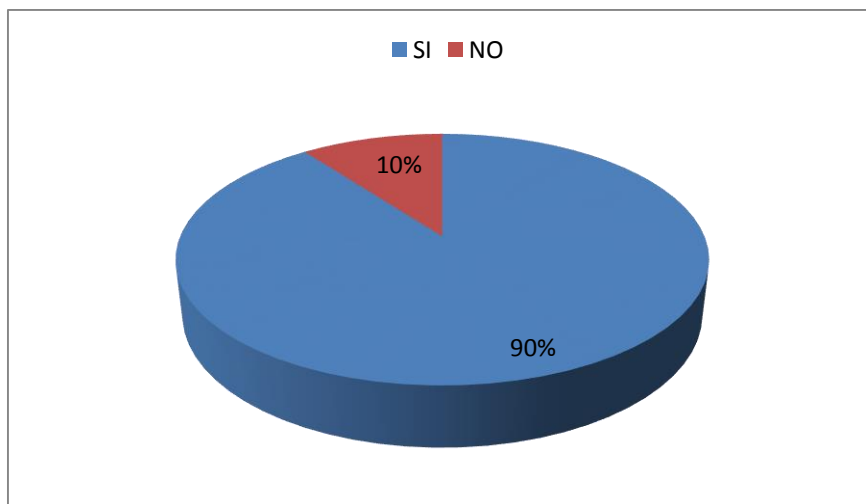
1.- ¿En su familia hay niños?

Cuadro # 14 Posibles consumidores

RESPUESTAS	No.
SI	331
NO	38
TOTAL	369

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 9 Posibles consumidores



Análisis

Del total de la población del cantón Cotacachi mediante la muestra tomada y realizada la encuestada de los 369 personas, indican que si tienes niños en su familia y unas pocas afirman no tener, en este caso la producción va enfocado a los niños lo que nos permite que si existe el mercado.

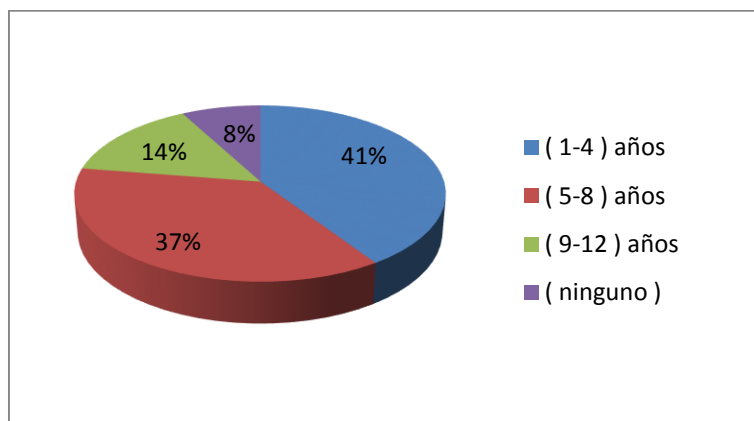
2.- ¿Entre qué edad se encuentran?

Cuadro # 15 Edad

RESPUESTAS	No.
(1-4) años	150
(5-8) años	136
(9-12) años	54
(ninguno)	29
TOTAL	369

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 10 Edad



Análisis

Basándonos al resultado de la encuesta de la pregunta 1 y argumentando el análisis tenemos que, en la mayoría de las familias viven niños menores de 12 años, para lo cual la empresa debe tomar en cuenta este aspecto como posibles consumidores durante la vida útil del proyecto.

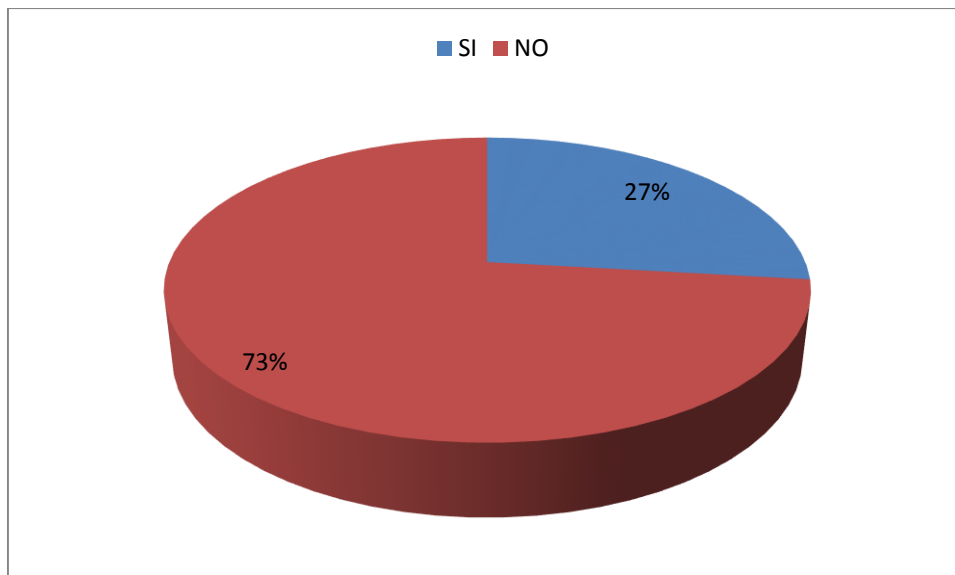
3.- ¿Los niños de su hogar utilizan chaquetas de cuero?

Cuadro # 16 Utilizan chaquetas

RESPUESTAS	No.
SI	99
NO	270
TOTAL	369

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 11 Utilizan chaquetas



Análisis

De acuerdo a las encuestadas realizadas, la mayoría de los niños de las familias no utilizan chaquetas de cuero, debido a la poca oferta por parte de los productores o escasas de la misma.

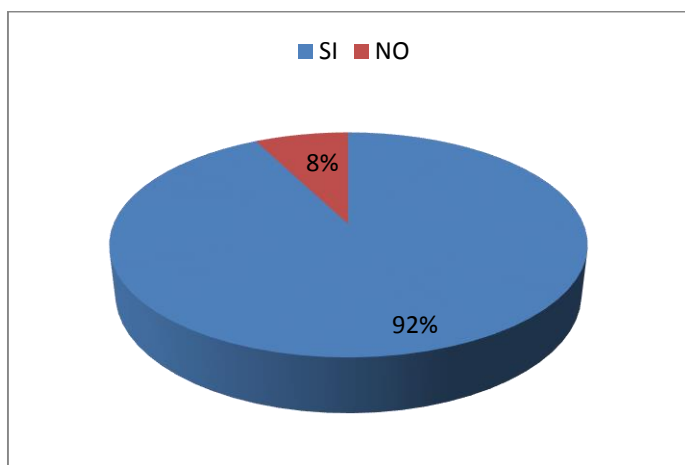
4.- ¿Está de acuerdo con la creación de una empresa que confeccione chaquetas de cuero para niños y niñas en la ciudad de Cotacachi?

Cuadro # 17 Existencia de empresa

RESPUESTAS	No.
SI	341
NO	28
TOTAL	369

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 12 Existencia de empresa



Análisis

La mayor parte de las familias encuestadas de los diferentes hogares del Cantón de Cotacachi, están de acuerdo con la creación de una empresa de chaquetas de cuero para niñas y niños, ya que el mercado en su mayoría está dirigido a los jóvenes y a las personas adultas, con la creación de la misma se pretende ampliar el mercado y llegar exclusivamente a los niños ya que son los consentidos del hogar.

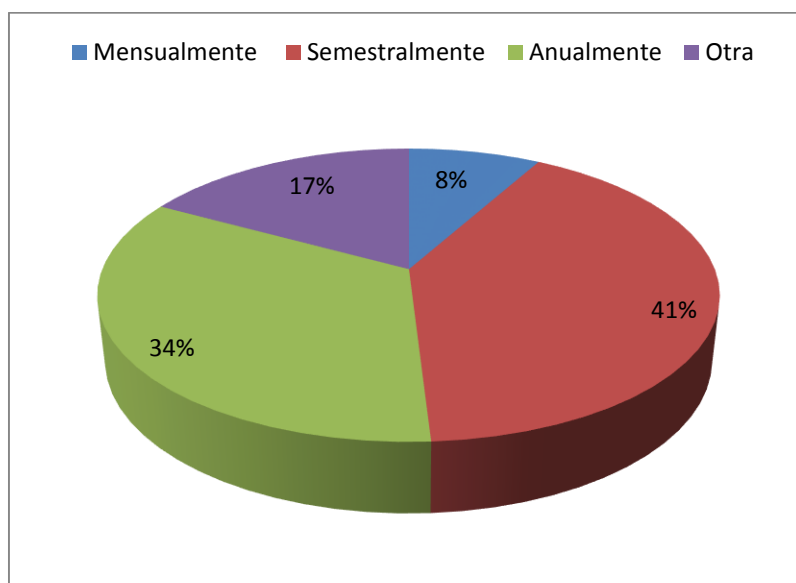
5.- ¿Con qué frecuencia compra prendas de cuero?

Cuadro # 18 Frecuencia de consumo

RESPUESTAS	No.
Mensualmente	30
Semestralmente	151
Anualmente	125
Otra	63
TOTAL	369

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 13 Frecuencia de consumo



Análisis

Esta investigación de campo permite conocer cuántas veces adquieren las prendas de cuero cuyo resultado nos indica que existe una frecuencia de compra, estos datos nos ayuda para saber qué cantidad debe producir para comercializar dentro del cantón.

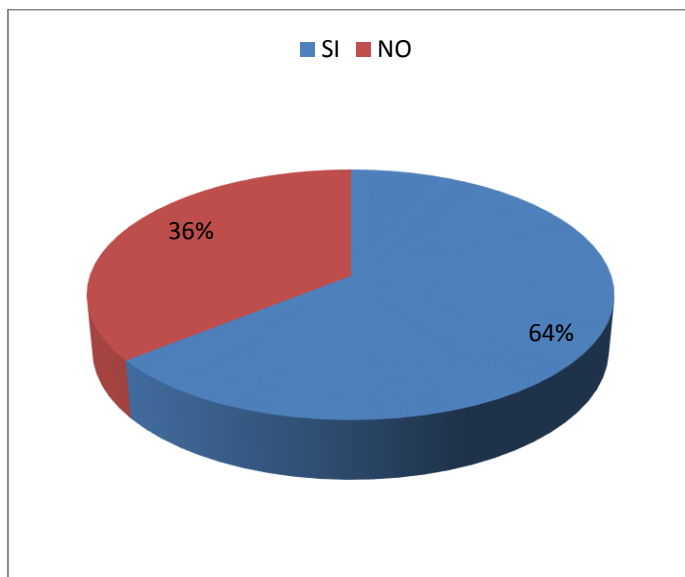
6.- ¿Cree usted que las prendas de cuero que compra cumple con sus expectativas?

Cuadro # 19 Cumple expectativas

RESPUESTAS	No.
SI	237
NO	132
TOTAL	369

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 14 Cumple expectativas



Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas dentro de ella hombres y mujeres encuestadas afirman que las prendas que adquieren si cumplen con sus expectativas ya que son modelos que están acorde a los colores, a la época y su material es de calidad.

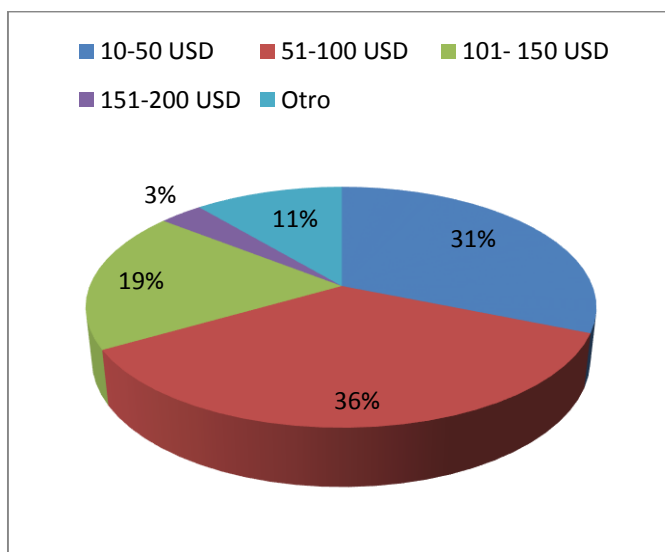
7.- ¿Cuánto invierte en la adquisición de chaquetas de cuero?

Cuadro # 20 Presupuesto

RESPUESTAS	No.
10-50 USD	115
51-100 USD	131
101- 150 USD	70
151-200 USD	12
Otro	41
TOTAL	369

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 15 Presupuesto



Análisis

Basándose a la encuesta establecida por la población económicamente activa del cantón Cotacachi, indica que el costo será accesible de acuerdo al presupuesto de todos los habitantes del cantón, valores indicados para realizar la adquisición del producto.

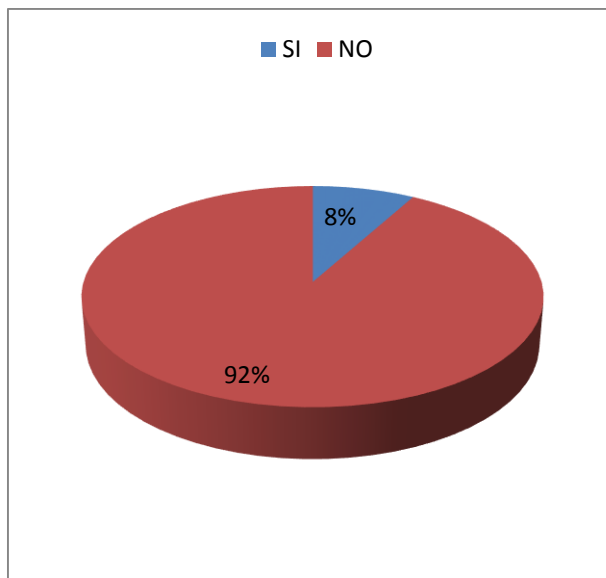
8.- ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique exclusivamente a la confección de chaquetas de cuero para niñas y niños?

Cuadro # 21 Empresa que confeccione chaquetas para niños

RESPUESTAS	No.
SI	30
NO	339
TOTAL	369

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 16 Empresa que confeccione chaquetas para niños



Análisis

Las personas encuestadas no conocen una empresa que se dedique exclusivamente a la confección de chaquetas de cuero para niños y niñas, hay pocas familias que si dicen conocerlo, pero al momento de acercarse a adquirir prendas de cuero de niñas y niños no encuentran la variedad de productos y es complicado según lo que afirman las personas.

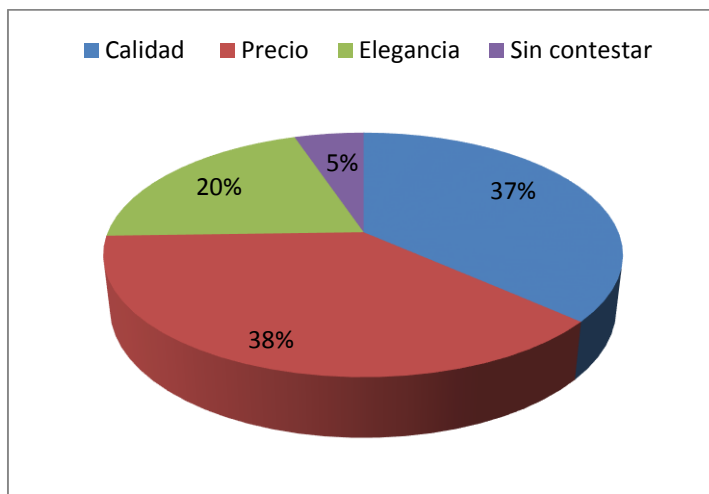
9.- ¿En base a qué características elige una chaqueta a la hora de comprar?

Cuadro # 22Características del producto

RESPUESTAS	No.
Calidad	135
Precio	140
Elegancia	75
Sin contestar	19
TOTAL	369

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 17Características del producto



Análisis

Todas las familias encuestadas indica que la mayoría hace su compra de las prendas por su precio, la calidad ya que estos dos factores son imprescindibles en el momento de adquirir un producto según afirman los consumidores y como no de la elegancia de las prendas, la cual nos permite como empresa conocer las exigencias del cliente y poner énfasis en estos aspectos más relevantes en la producción.

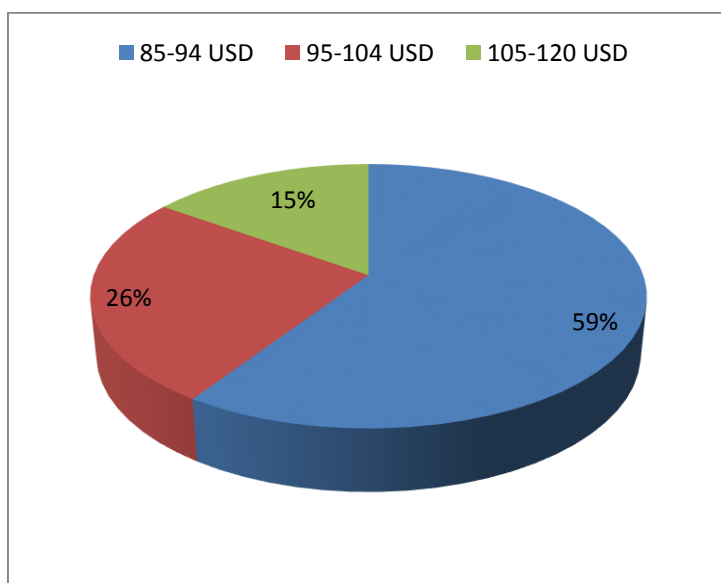
10.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una chaqueta de cuero para niño/a?

Cuadro # 23 Precios

RESPUESTAS	No.
85-94 USD	219
95-104 USD	94
105-120 USD	56
TOTAL	369

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 18 Precios



Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas en el cantón Cotacachi, los consumidores de chaquetas de cuero están dispuestos a pagar cierta cantidad por las prendas, por lo que la empresa deberá realizar los estudios contables pertinentes para establecer el costo de acuerdo a las exigencias del consumidor.

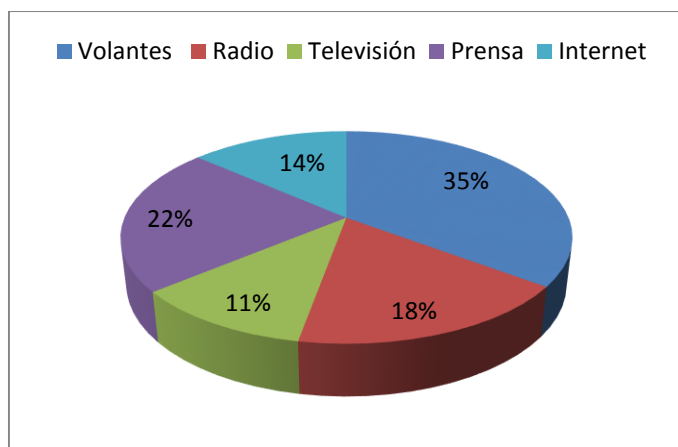
11.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se comercialicen las chaquetas de cuero para niños/as?

Cuadro # 24 Medios de comunicación

RESPUESTAS	No.
Volantes	130
Radio	65
Televisión	41
Prensa	83
Internet	50
TOTAL	369

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 19 Medios de comunicación



Análisis

Por lo general las familias están relacionadas más con las hojas volantes, ya que afirman la promoción de nuevos productos en el mercado también la curiosidad de visitar y conocer la empresa, según las menciones de las personas la prensa escrita y la radio son medios que les permiten estar más informados. Para lo cual como empresa acogemos estos medios de comunicación para promocionar cualquier producto.

Encuesta dirigida a los productores de cuero en Cotacachi.

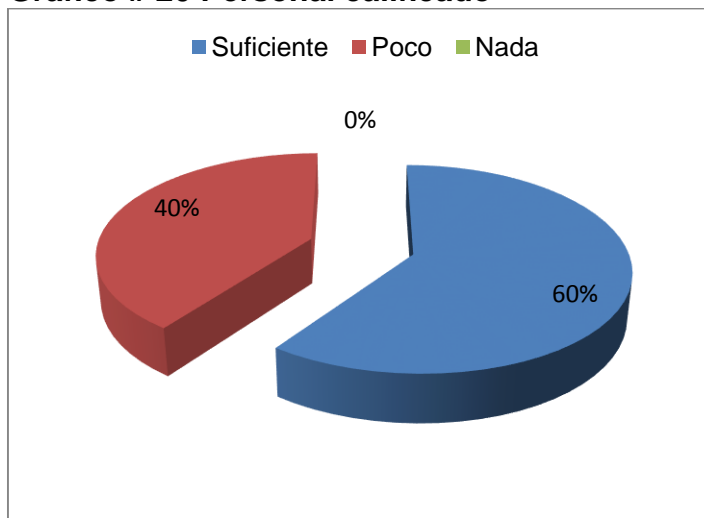
1.- ¿En Cotacachi existe suficiente personal calificado para trabajar en la manufactura del cuero?

Cuadro # 25 Personal calificado

Personal Calificado	Cantidad	Porcentaje
Suficiente	18	60%
Poco	12	40%
Nada	0	0%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 20 Personal calificado



Análisis:

De acuerdo al número de encuestados demuestra que si existe suficiente personal calificado para la confección de artículos de cuero los cuales son productos de calidad y con acabados excelentes lo que es reconocido por los que visitan Cotacachi.

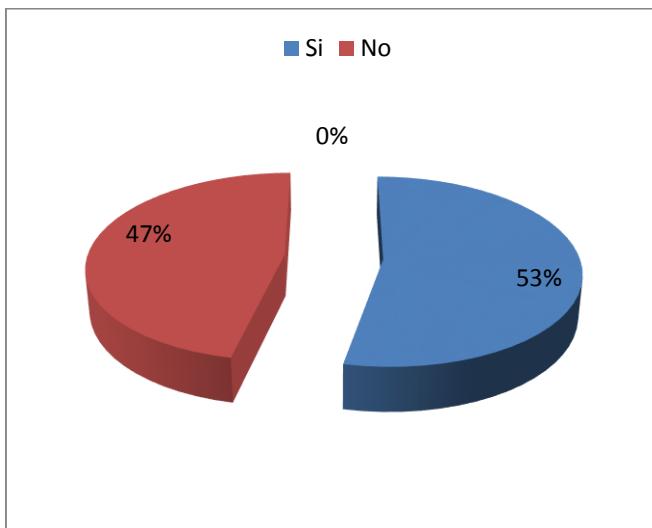
2.- ¿Considera usted si los desechos de su taller afectan al suelo y al ambiente?

Cuadro # 26 Afectación ambiental

Afectación ambiental	Cantidad	Porcentaje
Si	19	53%
No	11	47%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 21 Afectación ambiental



Análisis:

En todos los talleres existe residuos de cuero lo que la mayoría de artesanos desconoce es si esto afecta al medio ambiente, lo saben es que existe un botadero municipal al cual va todos los desperdicios, se dice que los pedazos de cuero sirve como abono, pero existen personas que prefieren quemar y esto si afecta al medio ambiente.

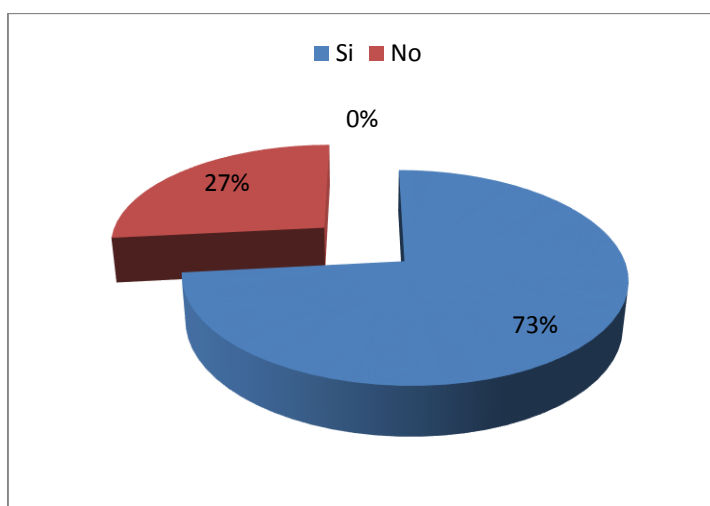
3.- ¿Produce mayor cantidad y variedad de productos de cuero en épocas especiales?

Cuadro # 27 Producción y época

Producción y época	Cantidad	Porcentaje
Si	22	73%
No	8	27%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 22 Producción y época



Análisis:

Según las encuestas realizadas los artesanos comentan que todo el año está en producción pero cuando más producen son en fechas como semana santa, feriados y navidad.

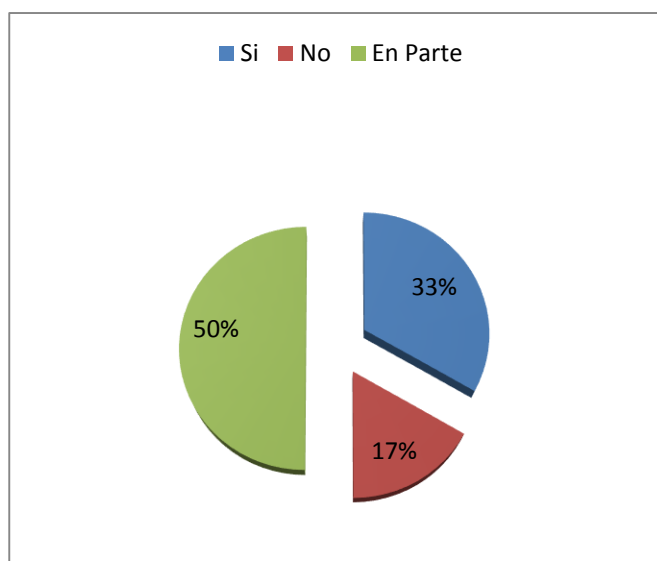
4.- ¿Considera usted que las manufacturas de cuero representan una de las actividades económicas más importantes de Cotacachi?

Cuadro # 28 Cuero actividad económica

Cuero actividad económica	Cantidad	Porcentaje
Si	10	33%
No	5	17%
En Parte	15	50%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 23 Cuero actividad económica



Análisis:

En las encuestas realizadas demuestra que en parte es la actividad económica más importante ya que Cotacachi ha crecido por su actividad turística y por ende a la manufactura del cuero, ya que refleja que en verdad es una de las actividades más importantes.

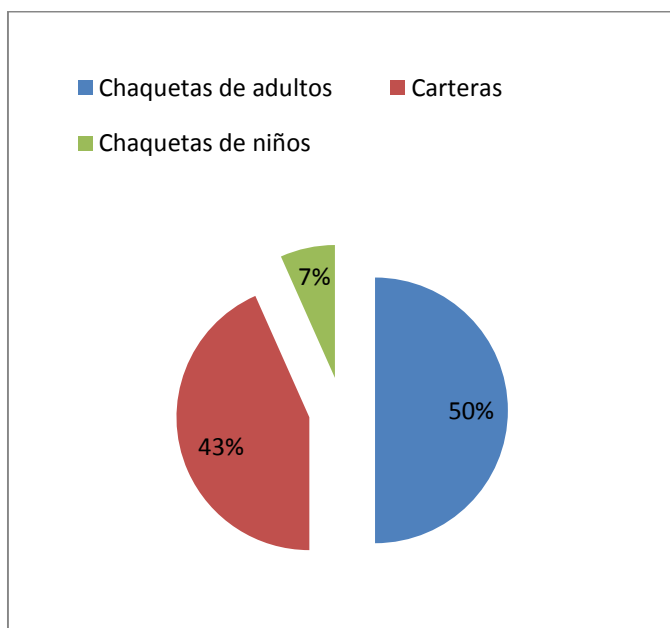
5.- ¿Qué tipo de manufacturas de cuero elabora?

Cuadro # 29 Manufacturas de cuero

Manufacturas de Cuero	Cantidad	Porcentaje
Chaquetas de adultos	15	50%
Carteras	13	43%
Chaquetas de niños	2	7%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 24 Manufacturas de cuero



Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas nos podemos dar cuenta que la mayor cantidad de productos que elaboran son chaquetas de adultos, carteras entre otros y lo que menos se trabaja son las chaquetas de niño.

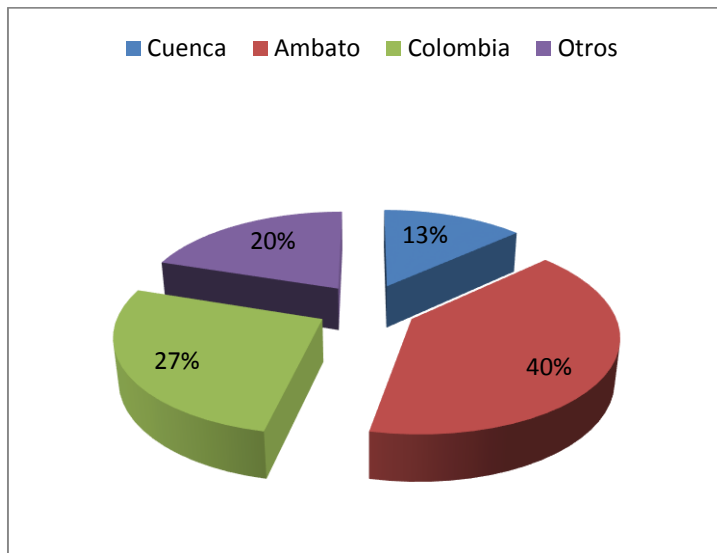
6.- ¿Dónde adquiere la materia prima?

Cuadro # 30 Proveedores

Proveedores	Cantidad	Porcentaje
Cuenca	4	13%
Ambato	12	40%
Colombia	8	27%
Otros	6	20%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 25 Proveedores



Análisis:

Podemos darnos cuenta según las encuestas realizadas que la adquisición de la materia prima que los artesanos ocupan son de origen ambateño y colombiano, debido a que en Cotacachi no existe una tenería que permita abaratar costos, lo que obliga a que los productos sean más costosos debido al incremento de precio de la materia prima por su traslado.

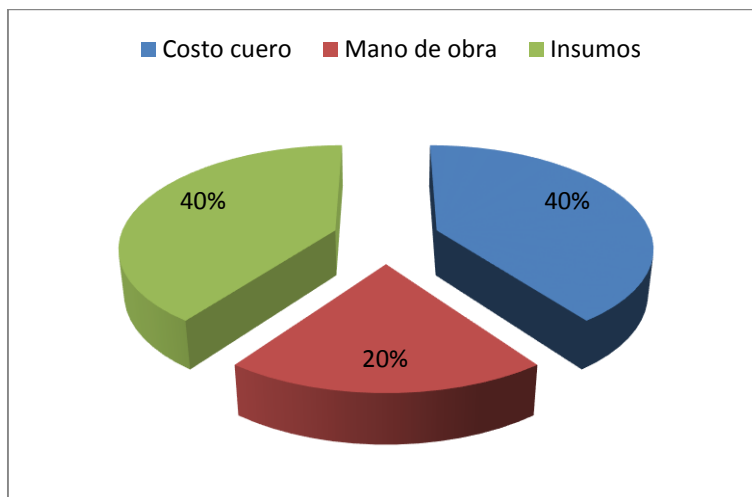
7.- ¿Cómo determina los costos de manufacturas de cuero que usted produce?

Cuadro # 31 Cantidad

Costos de manufacturas	Cantidad	Porcentaje
Costo cuero	12	40%
Mano de obra	6	20%
Insumos	12	40%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 26 Cantidad



Análisis:

Como podemos ver los tres factores denominados son importantes para la determinación del precio del producto.

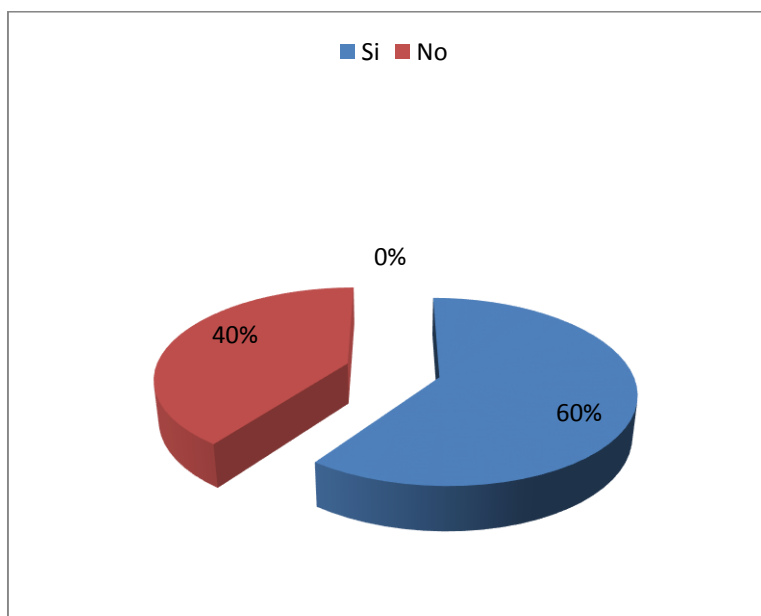
8.- ¿Ha recibido cursos de capacitación?

Cuadro # 32 Cursos capacitación

Cursos Capacitación	Cantidad	Porcentaje
Si	18	60%
No	12	40%
Total	30	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico # 27 Cursos capacitación



Análisis:

Las encuestas realizadas demuestra que la mayoría de artesanos que producen artículos de cuero si han recibido cursos de capacitación dictados por la Sociedad de Artesanos previo a la obtención del título artesanal.

3.10 Identificación de la demanda

La producción de chaquetas de cuero está destinada a los niños del cantón Cotacachi de hasta 12 años, en un momento determinado.

Población Total de familias (10119).

Cuadro # 33 Cuantificación de la población (demanda)

FAMILIAS CON NIÑOS EN LOS HOGARES (EDAD)	%	TOTAL
(1-4) años	41%	4149
(5-8) años	37%	3744
(9-12) años	14%	1417
No tienen	8%	809
TOTAL	100%	10119
La empresa espera captar el % de las familias para el primer año de los clientes	40%	4048
Para los años posteriores captar con un incremento del 5%	20%	2024

Fuente: encuesta a los consumidores.

Elaborado por: los autores

Cuadro # 34 Demanda histórica año 2013

FRCUENCIA DE CONSUMO	No.	%
Mensualmente	30	8%
Semestralmente	151	41%
Anualmente	125	34%
Otra	63	17%
TOTAL	369	100%

Fuente: encuesta a los consumidores

3.10.1 Proyección de la demanda

La demanda se proyectó a través del método de crecimiento exponencial, utilizando la tasa de crecimiento poblacional del cantón que es del 0.83% en base a la cual se proyectó la población en el período 2013 – 2018, tiempo relacionado con la vida útil del proyecto.

Cuadro # 35 Proyección de la demanda

AÑOS	Población familias del cantón Cotacachi	Compra potencial anual (34%)	Demanda total anual	% de captación	Total de captación proyectada
2013	10119	3440.46	3440	0%	0
2014	10203	3469.02	3469	40%	1388
2015	10288	3497.92	3497	45%	1574
2016	10373	3526.82	3526	50%	1763
2017	10459	3556.06	3556	55%	1956
2018	10546	3585,64	3586	60%	2152

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: los autores

La demanda de las chaquetas de cuero en el presente estudio está constituida para los niños y niñas hasta 12 años del cantón donde representamos el horizonte de cinco años desde el 2013 hasta 2018; a continuación se presenta el crecimiento de la población de las familias con hijos, seguidamente tenemos compra potencial anualmente de las familias del 34% expresada como demanda total al año; la siguiente columna nos indica el porcentaje de captación de los clientes en los cinco años de vida útil del proyecto, partiendo en el primer año captar el 40% y los años restantes con un incremento del 5%.

3.11 Identificación de la oferta

La oferta se refiere al número de productores sean estos de bienes o servicios, los cuales ponen a disposición del consumidor todo cuanto ofrecen, con la finalidad de obtener su rentabilidad por las ventas realizadas.

Cuadro # 36 ¿Qué tipo de manufacturas de cuero elabora?

Manufacturas de Cuero	Cantidad	Porcentaje
Chaquetas de adultos	15	50%
Carteras	13	43%
Chaquetas de niños	2	7%
Total	30	100%

Fuente: encuesta productores (capítulo I)

Elaborado por: los autores

Debido a que el estudio se trata sobre producción de chaquetas para niños y niñas en el cantón, la existencia del mismo es escasa; para desarrollar la oferta actual se tomó en cuenta la encuesta de los consumidores que ya han adquirido el producto en el mercado, indicando la existencia de algunos competidores y también la encuesta dirigido a los productores de las manufacturas en cuero.

De acuerdo a la investigación de mercado realizada con la aplicación de las encuestas a productores en manufacturas de cuero, se determinó que el 7% de la producción del sector ofertan chaquetas para niños. Por lo tanto esto corresponde a 708 unidades producidas y vendidas en el cantón Cotacachi.

3.11.1 Proyección de la oferta

En la proyección de la oferta también se considera un horizonte de 5 años y la tasa de crecimiento anual de la población del cantón del 0.83%

Cuadro # 37 Proyección de la oferta

AÑOS	Población familias del cantón Cotacachi	7% Producción Del sector	Oferta total anual
2013	10119	708,33	708
2014	10203	714,21	714
2015	10288	720,16	720
2016	10373	726,11	726
2017	10459	732,13	732
2018	10546	738,22	738

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: los autores

3.12 Balance demanda-oferta

Estimación de la Demanda Insatisfecha

La estimación de la demanda insatisfecha es importante durante la vida útil del proyecto ya que identifica si existe un mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho con el servicio o producto que se oferta, y se lo calcula con la siguiente formula.

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda} - \text{Oferta} \quad (DI = D - O)$$

Cuadro # 38 Determinación de la demanda insatisfecha

AÑOS	Demanda total anual	Oferta total anual	Demanda insatisfecha
2013	3440	708	2732
2014	3469	714	2755
2015	3497	720	2777
2016	3526	726	2800
2017	3556	732	2824
2018	3586	738	2848
TOTAL	21074	4338	16736

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: los autores

Una vez determinada la oferta y la demanda identificamos la demanda insatisfecha para los cinco periodos que está dado el proyecto, en las cuales se establecerá estrategias de marketing para lograr satisfacer en su totalidad el producto deseado al consumidor final.

3.13 Análisis de competidores

Basándose a la observación directa hacia los competidores se debe recalcar que existe competencia que son pequeñas y medianas empresas dedicadas a la comercialización de chaquetas de cuero en la zona comercial del cantón Cotacachi, así como también en ferias realizadas por el GAD de Cotacachi.

3.13.1 Principales competidores del producto

Entre los competidores potenciales que afectan la participación de mercado de chaquetas de cuero para niños y niñas son los siguientes;

Cuadro # 39 Empresas comercializadora de chaquetas de cuero para niños y niñas

NÚMERO	NOMBRE	UBICACIÓN
1	Patrick's	10 de agosto y Pedro Moncayo.
2	Caprino	10 de Agosto, entre Pedro Moncayo y Gonzales Suarez

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Los autores

3.14 Análisis de precios

El precio de las chaquetas de cuero está dada en algunas empresas que haciende desde los 50 a 60 dólares, para la proyección de precios se basara según el costo de la producción (talla, color, diseño), de la mayoría de la población encuestada.

3.14.1 Niveles de precios actuales

Cuadro # 40 Principales empresas

número	Nombre	precios chaquetas/cuero	precios promedio chaquetas/cuero
1	Patrick	120 125	123,00
2	Caprino	115 120	118,00
	PROMEDIO TOTAL		120,50

Fuente: Competencia (comercializadores de chaquetas de cuero)

Elaboración: Los autores

3.14.2 Proyección de precios de productos

Para la proyección del precio se utiliza la inflación anual del año 2012. La misma que corresponde a 4,16% en el siguiente cuadro se presenta la proyección de precios.

Cuadro # 41 Proyección de precios

PERIODO	PRECIOS PROYECTADOS. INFLACIÓN 4,16%
2013	120,50
2014	125,21
2015	130,73
2016	136,17
2017	141,83
2018	147,73

Fuente: Precio total promedio (competencia)

Elaboración: Los autores

Identificación de los principales proveedores.

Para identificar a los principales proveedores, se realizó una investigación directa del cual se determinó que en la localidad existen proveedores de materia prima, maquinaria y también la existencia de mano de obra calificada para la elaboración de las chaquetas.

Cuadro # 42 Principales proveedores

DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	LUGAR
Cuero	Sr. Vicente Jumbo	Ambato
Cuero	Sr. Guillermo Gordillo	Ambato
Insumos	Importadora Saavedra	Cotacachi
Maquinaria	Mainco	Atuntaqui
Mano de obra	Asociación de Artesanos	Cotacachi

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los autores

3.15 Análisis de comercialización del producto

La empresa ha considerado que lo más adecuado es llegar directamente al consumidor con el producto con las siguientes estrategias de comercialización:

- Producto.

Para lograr el posicionamiento del producto, objeto del estudio en el mercado se utilizara los siguientes criterios.

- Calidad

La calidad es uno de los factores más importantes, para que la empresa gane prestigio en el mercado y aumente sus ventas del producto.

En la elaboración intervendrán la mano de obra calificada, la materia prima adecuada y, maquinarias y equipos adecuados en busca de tener el mejoramiento continuo en cuanto a calidad del producto a ofertarse.

- Precio

- El precio para el producto dependerá del tipo y diseño de la chaqueta.
- Será determinado en función de los costos de producción y el margen de utilidad de forma interna por la empresa.
- Se establecerá un adecuado control de los costos y gastos, que genere la optimización en la producción, articulando un equilibrio de los precios existentes por la competencia.
- Además el precio justificará la calidad del producto.

- Diseño

El producto será elaborado de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes, estos son algunos de los diseños:

Gráfico # 28 Diseños de chaquetas de cuero



Elaborado por: Los autores

- Plaza

La empresa estará situada en la calle comercial 10 de Agosto del cantón Cotacachi en donde se ofertará el producto.

Para satisfacer las necesidades de los clientes la empresa estará ubicada en un lugar estratégico, al cual acude la gente para la compra de sus productos.

Gráfico # 29 Tipo de canal de comercialización.



- Promoción y Publicidad

Es necesario utilizar estrategias de promoción y publicidad, ya que esto se relaciona con el producto, precio y plaza.

Las cuáles serán necesarias las siguientes estrategias:

- ✚ Elaborar trípticos, hojas volantes, para dar a conocer el producto y la empresa.

Gráfico # 30 Hoja volante

Buscabas la chaqueta ideal para tu niño, llego a la ciudad lo que esperabas.

CONFECCIONES ALEJANDRA

Ubicada en la calle 10 de Agosto y Gonzales Suarez.

Teléfono: 2915980

Cotacachi-Ecuador

- Mediante publicidad radial, prensa, para así llegar a los diferentes sectores de la ciudad.

Gráfico # 31 Modelo de spot publicitario para la radio

Necesitas la chaqueta ideal para tu niño ven y visítanos en Confecciones Alejandra podrás encontrar lo que necesitas para el pequeño travieso del hogar.
Estamos ubicados en Cotacachi en la calle 10 de Agosto y Gonzales Suarez.
Para tus pedidos contáctanos al teléfono 2915980

Gráfico # 32 Modelo publicitario para la prensa

CONFECCIONES ALEJANDRA

OFRECEMOS:

- Chaquetas para niños/as.
- En diferentes Colores.

Atención personalizada, con profesionales altamente capacitados en artesanías de cuero.

Dirección: Cotacachi, 10 de Agosto y Gonzales Suarez.
Teléfono: 062915980



- Se creará una página web para mayor información publicitaria del consumidor regional, nacional e internacional.

3.16 Conclusiones del estudio de mercado

- El producto está dirigido a los niños y niñas de hasta 12 años de las familias, población económicamente activa del cantón Cotacachi para

los diferentes gustos y preferencias de los consumidores a ser ofertado a nivel local.

- b) La demanda insatisfecha de chaquetas de cuero en el cantón es activa; ya que la misma está en función de la población de familias con niños, determinadas en las encuestas realizadas y por ende su crecimiento poblacional de año a año del 0.83%.
- c) La oferta de este producto está dada por algunas empresas que se dedican a la producción y comercialización de las variedades de prendas de vestir y accesorios en cuero, por lo que no logra cubrir la demanda existente en el mercado, provocando una demanda insatisfecha.
- d) El precio de las chaquetas en la ciudad de Cotacachi se encuentran en un promedio de 120,50 dólares y con un incremento del 4,16% cada año, teniendo una proyección para el quinto año de 147,73 dólares.
- e) La creación de la nueva empresa de producción y comercialización de chaquetas para niños y niñas permite cubrir parte de la demanda insatisfecha existente actualmente.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO DE INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 Localización del proyecto

Es indispensable establecer la localización del proyecto mediante un estudio de macro y micro localización a través de métodos cualitativos y cuantitativos, para así poder organizar de mejor manera la instalación de la empresa de chaqueta de cuero para niños y niñas.

4.1.1 Macro localización del proyecto

La empresa de chaquetas de cuero para niños y niñas estará localizada en la provincia de Imbabura, cantón Cotacachi, ya que este sector cuenta con el espacio físico apropiado para la implantación del proyecto.

El lugar geográfico donde se va a desarrollar este proyecto es:

Región: Sierra

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

4.1.2 Vías de acceso

La Provincia de Imbabura está al Norte de la Sierra del Ecuador, conocida también como Provincia de los Lagos, situada a 115 km al noreste de Quito y a 125 km al sur de Tulcán, limita al norte con la provincia del Carchi y Esmeraldas, al sur con Pichincha, al este con Sucumbíos, y al Oeste con Esmeraldas, cuenta con una superficie de 4986 Km², la misma que está

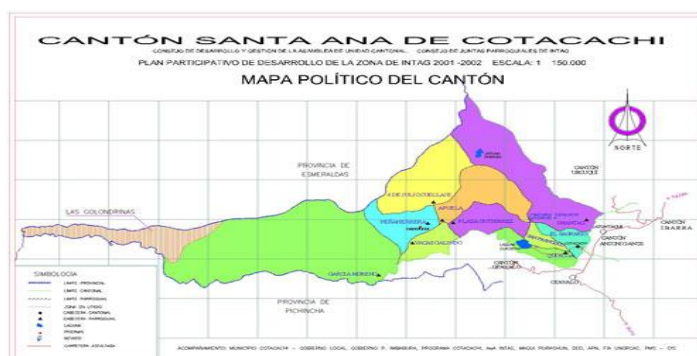
conformada por seis cantones: Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí

En cuanto a vías de acceso la empresa contará con vías de primer orden, cuyas vías de acceso van desde norte y sur, cuyos canales de comunicación son apropiados por cuanto se interceptan en el lugar de las instalaciones desde el centro de la ciudad.

Para poder llegar a Cotacachi existen dos vías de acceso que son: una por Otavalo y la otra por la Panamericana Norte por el Sector de Pinsaqui.

Gráfico # 33 Mapa político del cantón Cotacachi

Macro localización



Fuente: Asamblea de Unidad Cantonal Cotacachi

4.1.3 Micro localización del proyecto

La empresa estará ubicada en el centro del cantón Cotacachi, en la calle comercial 10 de Agosto a donde acuden con afluencia clientes tanto nacionales como extranjeros.

Las chaquetas de cuero se elaborarán en la planta ubicada en el barrio San Francisco, en donde tendremos también nuestro lugar de comercialización.

Gráfico # 34 Micro localización



4.1.3.1 Condiciones climáticas.

a. Actividad económica

Las actividades económicas más importantes y según el orden establecido son: producción agropecuaria, manufacturera y artesanal, turística-hotelera y comercial.

b. Clima

Las características topográficas y climáticas del cantón permiten diferenciar dos zonas: la Andina y Subtropical.

La zona Andina está ubicada en las faldas orientales del volcán Cotacachi, conformado por las parroquias urbanas San Francisco y el Sagrario y las parroquias rurales Imantag y Quiroga. Su clima oscila entre 15 y 20 grados centígrados.

La zona Subtropical conocida como Intag se extiende desde la Cordillera Occidental de los Andes hasta el límite con la provincia de Esmeraldas y Pichincha. Está conformada por las parroquias de Apuela, García Moreno, Peñaherrera, Cuellaje, Vacas Galindo y Plaza Gutiérrez. Su clima oscila entre 20 y 30 grados centígrados.

c. Altitud

La geografía del cantón es muy variada encontrándose alturas que van desde los 4.939 m.s.n.m. hasta los 1.600 m.s.n.m. en la zona de Nangulví y 200 m.s.n.m. en la parte más occidental correspondiente al recinto el Progreso.

d. Ubicación

De acuerdo al último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2010, el cantón Cotacachi cuenta con 40036 habitantes, de los cuales 20090 son de sexo masculino y 19946 son de sexo femenino, con un incremento poblacional del 0,83%, es aquí donde se encuentra el Barrio San Francisco, el cual pertenece a la parroquia San Francisco del cantón Cotacachi provincia Imbabura.

4.2 Ubicación de la planta

4.2.1 Etapa de pre-operación

Es la etapa que comprende desde la adecuación hasta el perfeccionamiento del terreno en donde se construirá la empresa de chaquetas de cuero.

4.2.2 Diseño de instalaciones

4.2.2.1 Construcción de la planta productora de chaquetas de cuero para niño/a.

Para la construcción de la planta de debe considerar todos los procesos productivos que se deben llevar a cabo, las áreas bien distribuidas que se necesitarán para la elaboración adecuada de las chaquetas, personal que va a ejecutar todas aquellas actividades que implican dicho proceso. El

personal administrativo que tendrá su espacio en la planta; para esto se ha considerado una planta con 300m.

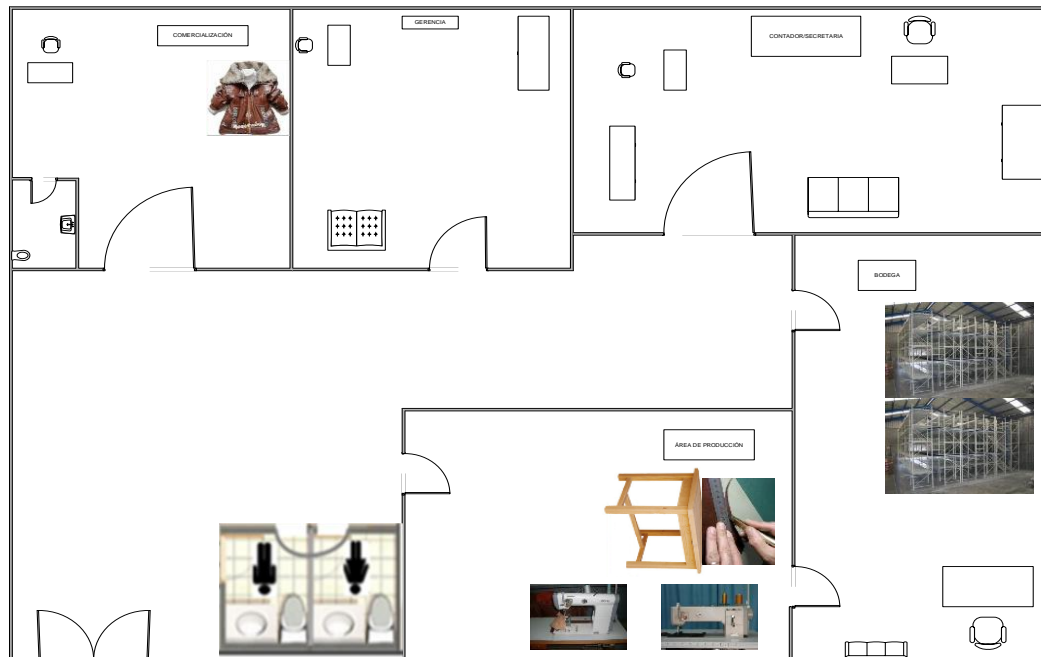
4.2.3 Distribución de la planta

El diseño y distribución de la planta productora va de acuerdo a los procesos para el diseño, elaboración y comercialización de las chaquetas, determinando áreas de almacenamiento de materia prima, producción, bodega, exhibición y comercialización de los productos elaborados y área administrativa.

Para la instalación de la planta y áreas de almacenamiento, administración y ventas se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- a) El área de producción debe estar bien iluminado y con suficiente ventilación, con la finalidad de tener un ambiente agradable para las labores de producción.
- b) Las oficinas se instalaran en un lugar estratégico donde pueda tener la suficiente visibilidad y supervisión de las diferentes áreas de producción, como también un acceso directo del cliente al local de exhibición y ventas.
- c) Las instalaciones de la planta como de la administración deberán tener una apariencia ordenada y bien distribuida, con la finalidad de brindar las comodidades necesarias a los empleados, trabajadores y en especial a los visitantes de nuestras instalaciones.
- d) La presentación externa e interna, será la que nos permita establecer una imagen que perdure en la retina de los consumidores de la ciudad como de los turistas que nos visitan.

Gráfico # 35 Distribución de la planta



4.2.3.1 Concepción constructiva de la planta

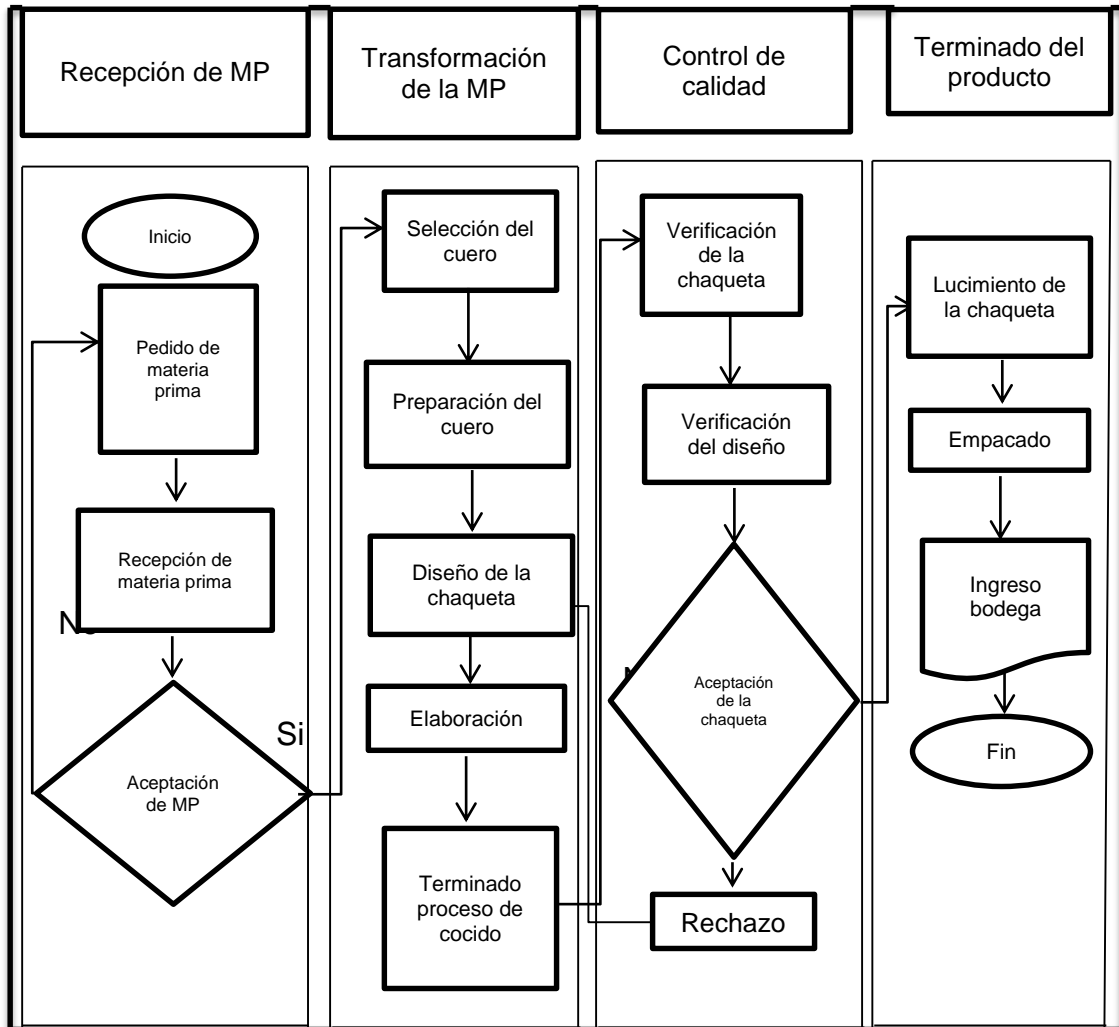
El terreno se caracteriza por ser plano, por lo tanto, se usará cimiento de piedra, ya que es un sistema seguro empleado en obras construidas en terreno estable, ya que el terreno no se ha ocupado para ningún fin, por lo que es posible realizar la construcción ya que se dispone del espacio total para la obra de la nueva planta.

Su estructura estará hecha de hierro y cemento y se dispondrá de instalaciones de agua y luz para toda la fábrica, para de esta manera poder realizar los procesos necesarios para la elaboración de las chaquetas de cuero.

Los muros exteriores (fachadas) serán construidos de bloque de cemento con el fin de mantener la seguridad de la obra.

4.3 Flujo grama del proceso

Gráfico # 36 Flujo grama de producción



Elaborado por: Los autores

4.3.1 Proceso de producción de chaquetas de cuero

4.3.1.1 Pedido de materia prima

Para la elaboración de las chaquetas se realizará el pedido respectivo de la materia prima a nuestros proveedores como son el cuero y los respectivos insumos, que son hilos broches tela.

4.3.1.2 Recepción de la materia prima

Como el cuero es transportado desde Ambato debemos evitar el estropearlo, y para el almacenamiento debe ser un lugar seco donde no haya humedad para que este no se dañe.

4.3.1.3 Aceptación de la materia prima

Debemos ver que el cuero sea de excelente calidad para elaborar las mejores chaquetas, las cuales cumplan las expectativas de los clientes.

4.3.1.4 Selección del cuero

Una vez seleccionado el cuero con el cual va a ser confeccionado el producto se procede a cortar según el molde y el diseño de la chaqueta, el cual nos sirva de guía para poder elaborar la misma.

Gráfico # 37 Cuero curtido

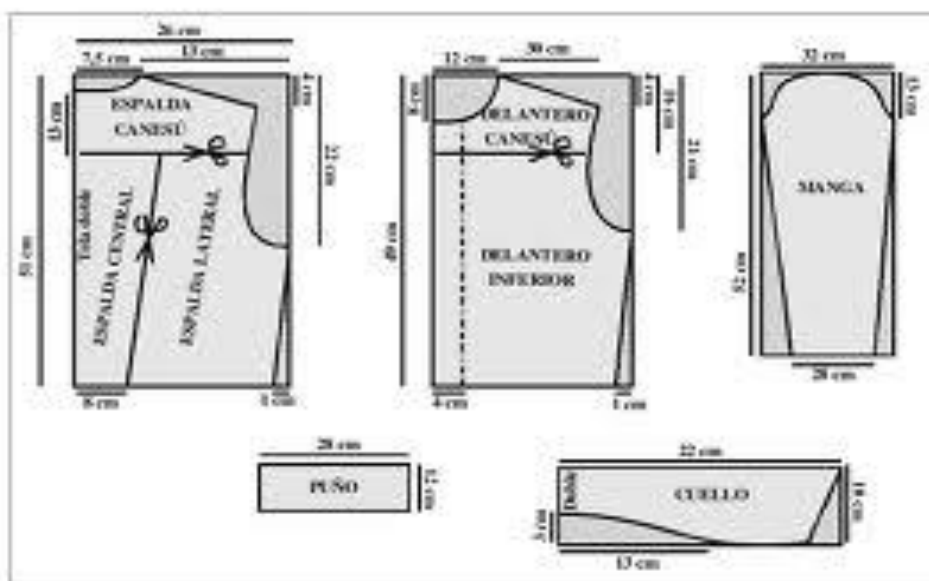


Fuente:<http://www.segundamano.es/valladolid/cuero-curtido-para-artesania-piezas-y-retales/a40961282/>

4.3.1.5 Se toma medidas

De acuerdo al modelo se debe confirmar las medidas del molde de la chaqueta para así proceder a darle forma.

Gráfico # 38 Molde para una chaqueta tipo jean



Fuente: <http://vctryblogger.blogspot.com/2011/08/campera-o-chaqueta-clasica-de-jean.html>

4.3.1.6 Se comienza a dar forma

Una vez que se corta el cuero de acuerdo al molde y modelo de la chaqueta, se procede a cocer las piezas, y se pone un forro de tela rucela.

Después se trabaja los puños para la manga de la chompa, y el cuello para la misma, al terminar esto se lo cose en las mangas y en el cuello de la chaqueta, una vez terminada ya la chaqueta se procede a quemar hilos que quedan sueltos para que no aparezcan, ya terminado este proceso la chaqueta es planchada.

4.3.1.7 Revisar el diseño

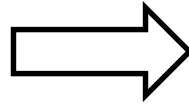
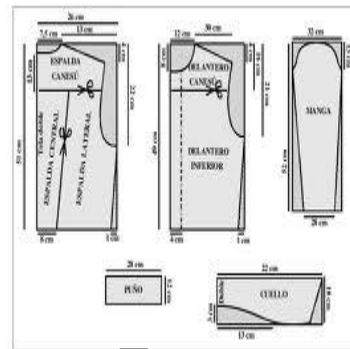
Se verifica cuidadosamente cada detalle, debemos asegurarnos que la chaqueta quede bien elaborada, revisándola desde varias posiciones como pueden ser el frente, de perfil, etc. De esta forma podemos darnos cuenta si la chaqueta está bien hecha o no.

4.4 Proceso de elaboración de chaquetas de cuero

Materia prima



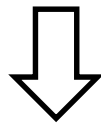
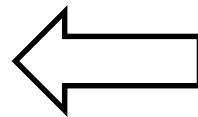
Moldes



Cocido



Cortado



Producto terminado



4.5 Presupuesto técnico.

Para la planificación del proyecto es necesario adquirir maquinaria y equipo, talento humano y materiales para la fabricación de las chaquetas de cuero.

4.5.1 Valoración de las inversiones.

4.5.1.1 Inversión fija

Se determina en función del equipamiento requerido por la empresa para el normal desarrollo de sus actividades.

a. Terreno y obra civil

Aquí se describe el precio del terreno según el impuesto predial, en lo que se refiere a construcción se describe los metros de construcción que se realizará en el proyecto para una mayor producción.

Cuadro # 43 Terreno y obra civil

Descripción	Unidades	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Terreno	M2	300	\$ 60	\$ 18.000
Construcción	M2	250	\$ 120	\$ 30.000
TOTAL				\$ 48.000

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

b. Maquinaria y equipo

Este rubro está constituido por la maquinaria requerida en el proceso productivo para las chaquetas de cuero.

Cuadro # 44 Maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Máquina desbastadora	1	\$ 850	\$ 850
Máquina de codo	1	\$ 1500	\$ 1.500
Máquina plana	1	\$ 650	\$ 650
Esmeril	1	\$ 100	\$ 100
Seguetas	3	\$ 2	\$ 6
Tijeras	3	\$ 2	\$ 6
TOTAL			\$ 3.112

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

c. Muebles y enseres

Es todo el mobiliario que se utilizará en la empresa. A continuación se detallan:

Cuadro # 45 Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Archivador vertical dos puertas	2	\$ 130	\$ 260
Silla Giratoria	3	\$ 40	\$ 120
Silla normal	6	\$ 25	\$ 150
Escritorio	4	\$ 155	\$ 620
Estanterías para producto terminado	4	\$ 160	\$ 640
Juego de perchas de fibra	2	\$ 70	\$ 140
Mesa de corte de madera	1	\$ 110	\$ 110
Mesa de empacado de madera	1	\$ 110	\$ 110
TOTAL			\$ 2.150

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

d. Equipo de computación

Este rubro está constituido para el equipamiento de las respectivas oficinas de la empresa.

Cuadro # 46 Equipo de computación

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora Intel Duo Core Completa	4	\$ 720	\$ 2.880
Sistema Contable	1	\$ 1500	\$ 1.500
TOTAL			\$ 4.380

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

e. Equipo de oficina

Estos serán distribuidos en las diferentes áreas de la empresa.

Cuadro # 47 Equipo de oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sumadora	2	\$ 115	\$ 230
Telefax	1	\$ 250	\$ 250
Teléfonos	3	\$ 35	\$ 105
TOTAL			\$ 585

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

4.5.1.2 Inversión a diferirse

Dentro de estos activos se encuentran todos los gastos iniciales para la creación de la empresa, además los trámites de creación de patente y los trámites de registro sanitario.

Cuadro # 48 Inversión a diferirse

DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES	INVERSIÓN A REALIZARSE
Gastos de constitución	500
Trámites creación patente	300
Trámites registro sanitario	100
TOTAL	900

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Los autores

4.5.2 Resumen de la inversión fija y a diferirse, existente y a realizarse.

La inversión total del proyecto está constituida por los siguientes rubros:

Cuadro # 49 Inversión total

Descripción	Total
Terreno y obra civil	\$ 48.000
Maquinaria y equipo	\$ 3.112
Muebles y enseres	\$ 2.150
Equipo de computación	\$ 4.380
Equipo de Oficina	\$ 585
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 58.227
Inversión a diferirse	\$ 900
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ 900
TOTAL ACTIVOS	\$ 59.127

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado por: Los autores

4.6 Financiamiento.

Para la instalación de la empresa de chaquetas de cuero, el financiamiento será 10% capital propio y 90% financiado.

Cuadro # 50 Inversión financiera

Inversión	Valor
Capital propio	\$ 9.325,77
Capital Financiado	\$ 81.481,23
INVERSIÓN TOTAL	\$ 86.991,00

4.7 Talento humano requerido.

El personal requerido para el manejo de la empresa productora y comercializadora de chaquetas de cuero serán los habitantes del cantón Cotacachi, los cuales deben estar capacitados, tanto en atención al público como en la elaboración de chaquetas de cuero, conocer el plan de evacuación y seguridad industrial.

4.7.1 Gerente o propietario

Es la persona encargada de administrar los recursos de la organización, para así alcanzar los objetivos propuestos, es aquella persona que supervisa al personal de la empresa y por ende es el representante legal de la misma, es aquel que organiza, planea, coordina y controla los procesos productivos de la organización, la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales de la empresa.

4.7.2 Secretaria / contador

Es la persona encargada de organizar y mantener archivos de documentación, atender llamadas telefónicas, atender al público, concretar entrevistas y organizar la agenda del gerente.

Es aquella persona encargada de velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones establecidas para el manejo de la contabilidad, es la que elabora registros contables, presenta información oportuna cuando el Gerente-Propietario lo requiera y supervisa el cumplimiento de las obligaciones legales.

4.7.3 Producción

Coordinar actividades destinadas para el proceso de la fabricación de chaquetas, determinar políticas de producción y controlar que se cumplan, capacitar y supervisar al personal de producción.

4.7.4 Ventas

Es la persona encargada de realizar las ventas del producto, como el registro correspondiente, además buscará posibles mercados para la venta del mismo.

Cuadro # 51 Talento humano requerido

Descripción	Cantidad	Salario Mensual	Salario Anual
Gerente	1	\$ 600	\$ 7.200
Contador	1	\$ 450	\$ 5.400
Vendedor	1	\$ 318	\$ 3.816
Operarios	3	\$ 318	\$ 11.448
TOTAL	6		\$ 27864

4.8 Tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto dependerá de la capacidad de producción de la planta la misma que se relaciona con el número de máquinas utilizadas y la asignación de la mano de obra. Así la empresa equipada de la maquinaria y equipo con 3 operarios, es capaz de producir 12 chaquetas diarias trabajando 8 horas durante 5 días de la semana.

Cuadro # 52 Tamaño del proyecto para la producción

AÑOS	Demanda total anual	Demanda insatisfecha
2013	3440	2732
2014	3469	2755
2015	3497	2777
2016	3526	2800
2017	3556	2824
2018	3586	2848

La producción anual está comprendida de 2880 unidades que representa la capacidad productora del tamaño del proyecto. Con este rendimiento la empresa cubre el total de la demanda insatisfecha y parte de la demanda del cantón en el primer año.

4.9 Seguimiento y monitoreo.

Para que la empresa funcione de una manera adecuada se procede a realizar lo siguiente:

- Revisar constantemente el cuero, para que de esta manera no se encuentre fallas.
- Contar con un plan de trabajo que permita dar seguimiento a la ejecución de lo programado en el proyecto.

- Realizar capacitaciones permanentes para el personal.
- Realizar mantenimiento a la maquinaria.
- Desarrollar un cronograma de reuniones para evaluar y monitorear el avance del proyecto.
- Inspeccionar constantemente la calidad del producto.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.

5.1. Presupuesto de inversión.

5.1.1. Inversión requerida.

La inversión requerida se hará para el total del proyecto, que cubra la producción de 2.880 unidades al año. A continuación se detalla la inversión:

Cuadro # 53 Inversión total

DESCRIPCIÓN	TOTAL	PORCENTAJE
Activo Fijo	\$ 58.227	67%
Activo Diferido	\$ 900	1%
Capital de Trabajo	\$ 27.864	32%
Total de la inversión	\$ 86.991	100%

Se puede observar que, la adquisición de los activos fijos y el capital de trabajo tienen un porcentaje elevado dentro del total de la inversión.

5.2. Cálculo del costo de oportunidad y la tasa de rendimiento medio.

Para calcular el valor ponderado de la inversión financiada se toma la tasa activa referencial, la misma que es proporcionada por el Banco Nacional de Fomento, que es el 11%, para la producción, mientras que para la inversión

propia se toma como referencia el valor de la tasa pasiva del Banco Central del Ecuador, que es el 4,53%.

Cuadro # 54 Inversión financiera

INVERSIÓN	VALOR	%	TASA ESPERADA	VALOR PONDERADO
Capital propio	\$ 8.699,10	10%	4,53%	0,45%
Capital Financiado	\$ 78.291,90	90%	11%	9,90%
INVERSIÓN TOTAL	\$ 86.807	100%		10,35%

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.
ELABORADO POR: LOS AUTORES

El porcentaje del proyecto con relación a la inversión propia y la inversión total, la primera representa el 10%; mientras que el capital financiado alcanza el 90% para el desarrollo del proyecto.

Para calcular el valor ponderado se procede a multiplicar el porcentaje de cada uno de los capitales por las tasas tanto activa como pasiva, según corresponda, siendo el resultado el valor ponderado. Siendo el costo de oportunidad 10,35 %.

A continuación se procede a calcular la tasa de redescuento medio o tasa de rendimiento medio, siendo la misma el valor a aplicarse en la evaluación financiera del proyecto y se obtiene con la fórmula:

$$TRM = (1 + Ck) + (1 + I) - 1$$

Siendo:

Ck= Costo de Oportunidad= 10,35 %

I= Inflación 4.16%

$TRM = (1+10,35\%)(1+4,16\%)-1$

TRM= 15,51%

5.3. Determinación de ingresos.

5.3.1. Proyecciones de ventas de productos chaquetas de cuero para niños.

Los precios del producto se han determinado en base a los costos y a la competencia. Además el porcentaje de las proyecciones es de 4,16% en cada año.

Cuadro # 55 Ventas de chaquetas de cuero año 2013

PRODUCTO	UNIDADES	VALOR	TOTAL
CHAQUETAS DE NIÑAS	975	120,50	117.487,50
CHAQUETAS DE NIÑOS	525	120,50	63.262,50
TOTAL	1500		180.750

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Cuadro # 56 Proyección de ventas de chaquetas de cuero anuales

AÑO	VENTAS
2013	180.750
2014	188.269,20
2015	196.101,20
2016	204.259,00
2017	212.756,17
2018	221.606,83
TOTAL	1'203.742,40

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

5.4. Determinación de egresos.

Se consideran egresos o gastos todos los costos requeridos para la operación o puesta en marcha del proyecto siendo estos: materia prima, mano de obra directa y costos generales de producción.

5.4.1. Costos de producción.

5.4.1.1. Materia prima directa.

En el proyecto a desarrollar se considera materia prima al curtido de cuero que se utiliza; en lo que se refiere a la confección de productos de cuero.

Cuadro # 57 Costo de materia prima curtido de cuero en dólares.

DETALLE	PIES	AÑO 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cuero	43.200	77.760	80.994,82	84.364,20	87.873,75	91.529,30	95.336,92
TOTAL		77.760	80.994,82	84.364,20	87.873,75	91.529,30	95.336,92

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

El cálculo del cuadro anterior está en base a los órdenes de pedido las cuales se necesita cierta cantidad de piel que es de 43200 pies de cuero a USD 1.80 cada pie.

Los datos proyectados en esta tabla pueden variar, dependerá de las órdenes de pedidos que existan, en estas proyecciones se utilizó la tasa de inflación del 4,16%.

5.4.1.2 Mano de obra directa.

El cálculo de la mano de obra se lo realiza con respecto al recurso humano que labora en la empresa, los mismos que ejecutan las labores de confeccionar chaquetas de cuero; para la proyección de sueldos se utilizó la tasa de inflación, debido a que los salarios de los trabajadores cambian constantemente.

Cuadro # 58 Costo mano de obra directa en dólares

PERSONAL OPERATIVO	CANT.	MENSUA L	ANUAL	IESS 12,15%	DÉCIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL AÑO 1	FDO. RES. 8,33%	VACA- CIONES	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 2 + Inflación
Operarios	3	318,00	11448,00	1390,93	954,00	954,00	14746,9	1228,42	477,00	16452,35	17136,77

Cuadro # 59 Proyección costo de mano de obra directa

DETALLE	AÑO 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OPERARIOS	14746,90	17.136,77	17.849,66	18.592,21	19.365,65	20.171,26
TOTAL	14746,90	17.136,77	17.849,66	18.592,21	19.365,65	20.171,26

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA.

ELABORACIÓN: LOS AUTORES.

En el **ANEXO 5** detallaremos las remuneraciones y beneficios sociales de los trabajadores de la empresa.

5.4.1.2. Costos Indirectos de Fabricación.

Comprenden todos los gastos adicionales que se presentan en la confección de las chaquetas de cuero. Además se utiliza los materiales indirectos de complemento como son los siguientes: hilos, tela rucela, broches, cemento de contacto, fundas plásticas, cordón, sierras, etiquetas, etc. Debido a que el número de materiales indirectos a mencionar son muchos no se considera necesario describir todos los materiales a utilizar.

En el siguiente cuadro se detallan todos los materiales utilizados y las correspondientes proyecciones:

Cuadro # 60 Material indirecto para chaquetas de cuero.

DETALLE	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	TOTAL EN DÓLARES
Hilo	15 conos	3,50	52,50
Telas rucela	25 rollos	45,00	1.125,00
Broches	5 kilos	3,50	17,50
Cemento de contacto	10 frasco	4,50	45,00
Fundas plásticas	2160 unidades	0,03	64,80
Cordón	135 unidades	0,95	128,25
Sierras	2160 unidades	0,45	972,00
Etiquetas	2160 unidades	0,05	108,00
TOTAL			2.513,05

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO

ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Cuadro # 61 Proyección de material indirecto

DETALLE	AÑO 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Hilo	52,50	54,68	56,96	59,33	61,80	64,37
Telas rucela	1.125,00	1.171,80	1.220,55	1.271,32	1.324,21	1.379,30
Broches	17,50	18,23	18,99	19,78	20,60	21,46
Cemento de contacto	45,00	46,87	48,82	50,85	52,97	55,17
Fundas plásticas	64,80	111,97	116,63	121,48	126,54	131,80
Cordón	128,25	133,59	139,14	144,93	150,96	157,24
Sierres	972,00	1.012,44	1.054,55	1.098,42	1.144,12	1.191,72
Etiquetas	108,00	112,49	117,17	122,05	127,12	132,41
TOTAL	2.513,05	2.617,59	2.726,48	2.839,90	2.958,04	3.133,47

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO
 ELABORACIÓN: LOS AUTORES

También tenemos otros costos indirectos de fabricación como se detalla a continuación.

Cuadro # 62 Gasto servicios básicos en dólares.

DETALLE	UNIDAD	CONSUMO MENSUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Energía eléctrica	Kw	400	0,08	32,00	384,00
Agua potable	M3	20	0,15	3,00	36,00
Servicio telefónico	Minutos	60	0,20	12,00	144,00
Internet	Mb	2.8	19,99	19,99	239,08
TOTAL				66,99	803,88

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO
 ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Los servicios establecidos anteriormente son datos reales de las diferentes empresas que acceden a este servicio.

Cuadro # 63 Proyección – gasto servicios básicos en dólares

DETALLE	AÑO 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía eléctrica	384,00	399,97	416,61	433,94	451,99	470,79
Agua potable	36,00	37,50	39,06	40,68	42,37	44,13
Servicio telefónico	144,00	149,99	156,23	162,73	169,50	176,55
Internet	239,08	249,03	259,38	270,17	281,41	293,12
TOTAL	803,88	837,32	872,15	908,43	946,22	985,58

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO

ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Otro Costo indirecto de Fabricación son los valores por Gastos de Constitución:

Cuadro # 64 Gasto amortización en dólares

DETALLE	AÑO 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de constitución	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	3000,00
Trámites creación patente	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00
Trámites registro sanitario	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00
TOTAL	900,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	3400,00

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO

ELABORACIÓN: LOS AUTORES

En vista que el trámite para la creación de patentes dura solamente 4 meses, se consideró en el primer año, de igual manera los trámites de registro sanitario

Cuadro # 65 Resumen de costos de producción.

DETALLE	AÑO 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA DIRECTA						
Cuero (43200)	77.760	80994,82	84364,20	87873,75	91529,30	95336,92
TOTAL MPD	77.760	80994,82	84364,20	87873,75	91529,30	95336,92
MANO DE OBRA DIRECTA						
Operarios	14746,90	17136,77	17849,66	18592,21	19365,65	20171,26
TOTAL MOD	14746,90	17136,77	17849,66	18592,21	19365,65	20171,26
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
MATERIALES INDIRECTOS						
Hilo	52,50	54,68	56,96	59,33	61,80	64,37
Telas recela	1.125,00	1.171,80	1.220,55	1.271,32	1.324,21	1379,30
Broches	17,50	18,23	18,99	19,78	20,60	21,46
Cemento de contacto	45,00	46,87	48,82	50,85	52,97	55,17
Fundas plásticas	64,80	111,97	116,63	121,48	126,54	131,80
Cordón	128,25	133,59	139,14	144,93	150,96	157,24
Sierres	972,00	1.012,44	1.054,55	1.098,42	1.144,12	1191,52
Etiquetas	108,00	112,49	117,17	122,05	127,12	132,41
TOTAL MATERIALES INDIRECTOS	2.513,05	2.617,59	2.726,48	2.839,90	2.958,04	3133,47
SERVICIOS BASICOS						
Energía eléctrica	384,00	399,97	416,61	433,94	451,99	470,79
Agua potable	36,00	37,50	39,06	40,68	42,37	44,13
Servicio telefónico	144,00	149,99	156,23	162,73	169,50	176,55
Internet	239,08	249,03	259,38	270,17	281,41	293,12
TOTAL SERVICIOS BASICOS	803,88	837,32	872,15	908,43	946,22	985,58
AMORTIZACIÓN						
Gastos de constitución	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Trámites creación patente	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Trámites registro sanitario	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL AMORTIZACIÓN	900,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	96723,88	102086,50	106312,49	110714,29	115299,21	120127,23

FUENTE: OBSERVACION DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO

ELABORACIÓN: LOS AUTORES

5.4.1.3. Determinación del capital de trabajo.

Cuadro # 66 Capital de trabajo

DETALLE	VALOR	TOTAL
MATERIALES DIRECTOS		92506,90
Materia Prima Directa	77760	
Mano de Obra Directa	14746,9	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		3.316,93
Material Indirecto	2.513.05	
Servicios Básicos	803.88	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		20732,54
Gerente	8992,80	
Contador	6824,10	
Vendedor	4915,64	
GASTOS DE VENTAS		3.286,00
Material de Comercialización	100,00	
Publicidad	3186,00	
SUBTOTAL		119842,40
5% IMPREVISTOS		5992,12
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO ANUAL		125834,52
CAPITAL DE TRABAJO 6 MESES		62917,26

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO

ELABORACIÓN: LOS AUTORES

5.4.2. Gastos administrativos.

El proyecto contará con el apoyo del personal administrativo, quienes tendrán la facultad de administrar la microempresa para la buena marcha de la misma.

Cuadro # 67 Remuneración de personal administrativo (año 1)

DETALLE	CANT.	MENSUAL	ANUAL	IESS 12,15%	DÈCIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL AÑO 1
PERSONAL ADMINISTRATIVO							
Gerente	1	600,00	7200,00	874,80	600,00	318,00	8992,80
Contador	1	450,00	5400,00	656,10	450,00	318,00	6824,10
Vendedor	1	318,00	3816,00	463,64	318,00	318,00	4915,64

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO

ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Cuadro # 68 Remuneración de personal administrativo (año 2)

DETALLE	CANT.	MENSUAL	ANUAL	IESS 12,15%	DÉCIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL AÑO 1	FDO. RES. 8,33%	VACA- CIONES	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 2 + Inflación
PERSON AL ADM.										Año1+F.R +Vacaciones	
Gerente	1	600,00	7200,00	874,80	600,00	318,00	8992,80	749,10	300,00	10041,90	10459,64
Contador	1	450,00	5400,00	656,10	450,00	318,00	6824,10	568,45	225,00	7617,55	7934,44
Vendedor	1	318,00	3816,00	463,64	318,00	318,00	4915,64	409,47	159,00	5484,12	5712,26

ELABORACIÓN: LOS AUTORES

5.4.2.1. Proyecciones gastos administrativos.

Cuadro # 69 Proyección salarios administrativos – dólares

DETALLE	AÑO 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	8992,80	10459,64	10894,76	11347,98	11820,06	12311,77
Contador	6824,10	7934,44	8262,43	8606,15	8964,17	9337,08
Vendedor	4915,64	5712,26	5949,89	6197,40	6455,21	6723,75
TOTAL	20732,54	24.104,34	25.107,08	26.151,53	27.239,43	28.372,60

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

5.4.3. Gastos suministros de oficina.

Para el adecuado funcionamiento del área administrativa se utilizará los siguientes suministros.

Cuadro # 70 Gastos suministros de oficina-dólares

DETALLE	AÑO 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sumadora CASIO	80,00	0	0	0	0	0
Esferos	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53	3,67
Resma de hojas	22,50	23,44	24,42	25,44	26,50	27,60
Carpetas	5,50	5,73	5,97	6,22	6,48	6,75
Tinta para la impresora	45,00	46,87	48,82	50,85	52,97	55,17
Grapadora	4,00	0	0	0	0	0
Perforadora	9,00	0	0	0	0	0
TOTAL	169,00	79,16	82,45	85,90	89,48	93,19

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

5.4.4. Gastos de ventas.

Para la comercialización de los productos se lo hará por las hojas volantes y además se contratará un paquete publicitario en prensa y radios locales, no será necesario de una persona encargada de promocionar los productos.

Cuadro # 71 Gastos de ventas.

DETALLE	PRECIO MENSUAL	PRECIO TOTAL ANUAL
Material de comercialización	8,33	100,00
Publicidad	265,50	3.186,00
TOTAL	273,83	3.286,00

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO

ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Cuadro # 72 Proyección-gastos de ventas

DETALLE	AÑO 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Material de comercialización	100,00	104,16	108,49	113,00	117,70	122,59
Publicidad	3.186,00	3.318,54	3.456,59	3.600,38	3.750,16	3096,17
TOTAL	3.286,00	3.422,70	3.565,08	3.713,38	3.867,86	4028,76

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA, PROPIETARIO DEL NEGOCIO DE CUERO

ELABORACIÓN: LOS AUTORES

5.4.5. Gastos financieros.

Para emprender esta unidad productiva se requiere un financiamiento de \$78.291,90; que representan el 90% de la inversión total. Para la amortización del crédito se utiliza una tasa activa del 11%, que es la referencia del Banco Nacional de Fomento, para estas operaciones crediticias, a un plazo de 5 años con pagos mensuales. La distribución de la deuda es de acuerdo a la siguiente tabla de amortización.

5.4.5.1. Cálculo de la Amortización de la Deuda.

Cuadro # 73 Tabla de amortización mensual.

TABLA DE AMORTIZACION						
CAPITAL	78291,9					
TASA INTERÉS	11,00%					
TIEMPO	5					
NRO PAGO	FECHA	DIVIDENDO	AMORTIZACIÓN CAPITAL	INTERÉS	ACUMULADO	CAPITAL REDUCIDO
1	31/01/2014	1.702,26	984,58	717,68	984,58	77.307,32
2	02/03/2014	1.702,26	993,61	708,65	1.978,19	76.313,71
3	01/04/2014	1.702,26	1.002,71	699,54	2.980,90	75.311,00
4	01/05/2014	1.702,26	1.011,90	690,35	3.992,80	74.299,10
5	31/05/2014	1.702,26	1.021,18	681,08	5.013,98	73.277,92
6	30/06/2014	1.702,26	1.030,54	671,71	6.044,52	72.247,38
7	30/07/2014	1.702,26	1.039,99	662,27	7.084,51	71.207,39
8	29/08/2014	1.702,26	1.049,52	652,73	8.134,03	70.157,87
9	28/09/2014	1.702,26	1.059,14	643,11	9.193,18	69.098,72
10	28/10/2014	1.702,26	1.068,85	633,40	10.262,03	68.029,87
11	27/11/2014	1.702,26	1.078,65	623,61	11.340,68	66.951,22
12	27/12/2014	1.702,26	1.088,54	613,72	12.429,21	65.862,69
13	26/01/2015	1.702,26	1.098,51	603,74	13.527,73	64.764,17
14	25/02/2015	1.702,26	1.108,58	593,67	14.636,31	63.655,59
15	27/03/2015	1.702,26	1.118,75	583,51	15.755,06	62.536,84
16	26/04/2015	1.702,26	1.129,00	573,25	16.884,06	61.407,84
17	26/05/2015	1.702,26	1.139,35	562,91	18.023,41	60.268,49
18	25/06/2015	1.702,26	1.149,79	552,46	19.173,20	59.118,70
19	25/07/2015	1.702,26	1.160,33	541,92	20.333,54	57.958,36
20	24/08/2015	1.702,26	1.170,97	531,29	21.504,51	56.787,39
21	23/09/2015	1.702,26	1.181,70	520,55	22.686,21	55.605,69
22	23/10/2015	1.702,26	1.192,54	509,72	23.878,75	54.413,15
23	22/11/2015	1.702,26	1.203,47	498,79	25.082,22	53.209,68
24	22/12/2015	1.702,26	1.214,50	487,76	26.296,72	51.995,18
25	21/01/2016	1.702,26	1.225,63	476,62	27.522,35	50.769,55
26	20/02/2016	1.702,26	1.236,87	465,39	28.759,22	49.532,68
27	21/03/2016	1.702,26	1.248,21	454,05	30.007,42	48.284,48
28	20/04/2016	1.702,26	1.259,65	442,61	31.267,07	47.024,83
29	20/05/2016	1.702,26	1.271,19	431,06	32.538,27	45.753,63
30	19/06/2016	1.702,26	1.282,85	419,41	33.821,11	44.470,79
31	19/07/2016	1.702,26	1.294,61	407,65	35.115,72	43.176,18

32	18/08/2016	1.702,26	1.306,47	395,78	36.422,19	41.869,71
33	17/09/2016	1.702,26	1.318,45	383,81	37.740,64	40.551,26
34	17/10/2016	1.702,26	1.330,54	371,72	39.071,18	39.220,72
35	16/11/2016	1.702,26	1.342,73	359,52	40.413,91	37.877,99
36	16/12/2016	1.702,26	1.355,04	347,21	41.768,95	36.522,95
37	15/01/2017	1.702,26	1.367,46	334,79	43.136,41	35.155,49
38	14/02/2017	1.702,26	1.380,00	322,26	44.516,41	33.775,49
39	16/03/2017	1.702,26	1.392,65	309,61	45.909,06	32.382,84
40	15/04/2017	1.702,26	1.405,41	296,84	47.314,47	30.977,43
41	15/05/2017	1.702,26	1.418,30	283,96	48.732,77	29.559,13
42	14/06/2017	1.702,26	1.431,30	270,96	50.164,06	28.127,84
43	14/07/2017	1.702,26	1.444,42	257,84	51.608,48	26.683,42
44	13/08/2017	1.702,26	1.457,66	244,60	53.066,14	25.225,76
45	12/09/2017	1.702,26	1.471,02	231,24	54.537,16	23.754,74
46	12/10/2017	1.702,26	1.484,50	217,75	56.021,66	22.270,24
47	11/11/2017	1.702,26	1.498,11	204,14	57.519,77	20.772,13
48	11/12/2017	1.702,26	1.511,84	190,41	59.031,62	19.260,28
49	10/01/2018	1.702,26	1.525,70	176,55	60.557,32	17.734,58
50	09/02/2018	1.702,26	1.539,69	162,57	62.097,01	16.194,89
51	11/03/2018	1.702,26	1.553,80	148,45	63.650,81	14.641,09
52	10/04/2018	1.702,26	1.568,05	134,21	65.218,86	13.073,04
53	10/05/2018	1.702,26	1.582,42	119,84	66.801,28	11.490,62
54	09/06/2018	1.702,26	1.596,92	105,33	68.398,20	9.893,70
55	09/07/2018	1.702,26	1.611,56	90,69	70.009,77	8.282,13
56	08/08/2018	1.702,26	1.626,34	75,92	71.636,10	6.655,80
57	07/09/2018	1.702,26	1.641,24	61,01	73.277,35	5.014,55
58	07/10/2018	1.702,26	1.656,29	45,97	74.933,64	3.358,26
59	06/11/2018	1.702,26	1.671,47	30,78	76.605,11	1.686,79
60	06/12/2018	1.702,26	1.686,79	15,46	78.291,90	0,00

ELABORACION: LOS AUTORES

5.5. Depreciaciones

Para el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos se tomó como referencia lo establecido en el Reglamento del Sri.

Cuadro # 74 Depreciación de activos fijos

Activos Fijos	Valor	Vida útil	Depreciación
EDIFICIO			
Construcción-Obra Civil	30000	20 años	1500
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Máquina desbastadora	850	10 años	85
Máquina de codo	1500	10 años	150
Máquina plana	650	10 años	65
Esmeril	100	10 años	10
Seguetas	6	10 años	0,60
Tijeras	6	10 años	0,60
MUEBLES Y ENSERES			
Archivador vertical	260	10 años	26
Silla giratoria	120	10 años	12
Silla normal	150	10 años	15
Escritorio	620	10 años	62
Estanterías	640	10 años	64
Perchas	140	10 años	14
Mesa de corte	110	10 años	11
Mesa de empaque	110	10 años	11
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Computadoras completas	2880	5 años	576
EQUIPO DE OFICINA			
Sumadora	230	10 años	23
Telefax	250	10 años	25
Teléfonos	105	10 años	10,50
TOTAL	38727		2660,70

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Los autores

5.6. Estados financieros.

Para esta unidad productiva se prevé cinco años como horizonte del proyecto.

5.6.1. Balance general

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
CONFECCIONES ALEJANDRA			
ACTIVOS			
ACTIVO CORRIENTE			27864
Caja-Bancos		27864	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			58227
DEPRECIABLE		58227	
Maquinaria y Equipo	3112		
Muebles y Enseres	2150		
Equipo de Computación	4380		
Equipo de Oficina	585		
Edificio	48000		
OTROS ACTIVOS		900	900
Gastos de Constitución	500		
Trámites Creación Patentes	300		
Trámites Registro Sanitario	100		
TOTAL ACTIVOS			<u>86991</u>
PASIVOS			
PASIVO A LARGO PLAZO			
Préstamo Bancario	78291.90		
TOTAL PASIVO			78291.90
PATRIMONIO			
Capital Social	8699,1		
TOTAL PATRIMONIO			8699,1
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			<u>86991</u>

Elaborado por: Los autores

5.6.2. Estado de pérdidas y ganancias proyectado.

CONFECCIONES ALEJANDRA
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DESCRIPCIÓN	AÑO HIST.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Proyectadas	180750,00	188269,20	196101,20	204259,00	212756,17	221606,83
(-) Costos Proyectados	96723,88	102086,5	106312,49	110714,29	115299,21	120127,23
(=) UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	84026,12	86182,70	89788,71	93544,71	97456,96	101479,60
(-) GASTOS						
Administrativos	20732,54	24104,34	25107,08	26151,53	27239,23	28372,60
De Ventas	3286,00	3422,70	3565,08	3713,38	3867,86	4028,76
Deprecación	2660,70	2660,70	2660,70	2660,70	2660,70	2660,70
Imprevistos (5% de las ventas)	9037,50	9413,46	9805,06	10212,95	10637,81	11080,34
Financieros	0	7997,85	6559,27	4954,83	3164,40	1166,78
TOTAL GASTOS PROYECTADOS	35716,74	47599,05	47697,2	47693,4	47570,00	47309,18
(=) Utilidad Operacional Proyectada	48309,38	38583,65	42091,52	45851,32	49886,96	54170,42
15% Participación Trabajadores	7246,41	5787,55	6313,73	6877,70	7483,04	8125,56
(=) Utilidad Proyectada antes del Imp.	41062,97	32796,10	35777,79	38973,62	42403,92	46044,86
25% de Impuesto a la Renta	10265,74	8199,03	8944,45	9743,41	10600,98	11511,21
(=) UTILIDAD NETA PROYECTADA	30797,23	24597,08	26833,34	29230,22	31802,94	34533,64

Elaborado por: Los autores

5.6.3. Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
"CONFECCIONES ALEJANDRA"						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas Proyectadas		188269,20	196101,20	204259,00	212756,17	221606,83
TOTAL INGRESOS:		188269,2	196101,2	204259	212756,17	221606,83
EGRESOS						
COSTO DE PRODUCCIÓN						
Materia Prima Directa		80994,82	84364,20	87873,75	91529,30	95336,92
Mano de Obra Directa		17136,77	17849,66	18592,21	19365,65	20171,26
Costos Indirectos de Fabricación		3954,91	4098,63	4248,33	4404,26	4619,05
GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Administrativos		24104,34	25107,08	26151,53	27239,43	28372,60
Gastos de Ventas		3422,70	3565,08	3713,38	3867,86	4028,76
GASTOS NO OPERACIONALES						
Obligaciones Financieras		7997,85	6559,27	4954,83	3164,40	1166,78
Participación de los Trabajadores		5787,55	6313,73	6877,70	7483,04	8125,56
Imprevistos 5% VENTAS		9413,46	9805,06	10212,95	10637,81	11080,34
TOTAL EGRESOS:		152812,40	157662,71	162624,68	167691,75	172901,27
FLUJO NETO GENERADO		35456,80	38438,49	41634,32	45064,42	48705,56
INGRESOS NO OPERACIONALES						
Depreciación de Activos Fijos		2660,70	2660,70	2660,70	2660,70	2660,70
Recuperación Capital/Trabajo			62917,26			
INVERSIÓN	-86991					
TOTAL FLUJO DE CAJA		38117,50	41099,19	44295,02	47725,12	51366,26

Elaboración: Los autores

5.7 Evaluación financiera.

La Evaluación de proyectos es una técnica que permite disminuir el riesgo de la inversión.

5.7.1 Tasa de redescuento.

$$TR = (1 + Ck) + (1 + I) - 1$$

Siendo:

Ck= Costo de Oportunidad= 10,35 %

I= Inflación 4.16%

TR= (1+10,35%)+ (1+4,16%)-1

TR= 15,51%

5.7.2 Valor actual neto (VAN).

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de ingresos y egresos generados durante el período de vida útil del proyecto, si la diferencia entre los valores actuales de los flujos de ingresos y egresos es mayor que cero, se considera que la inversión a efectuarse es propicia, pues se estarán generando beneficios, si la diferencia es igual a cero, la inversión generará un beneficio igual al que obtendría sin asumir ningún riesgo y si es menor que cero, el proyecto no es viable.

Este resultado se obtiene restando la inversión inicial del proyecto de la sumatoria de los flujos netos del efectivo actualizados una tasa de redescuento de 15,51%.

$V.A.N. = -I + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$						
$V.A.N. = -86991 + \frac{38117,50}{(1+0,1551)^1} + \frac{41099,19}{(1+0,1551)^2} + \frac{44295,02}{(1+0,1551)^3} + \frac{47725,12}{(1+0,1551)^4} + \frac{51366,26}{(1+0,1551)^5}$						
V.A.N.= 57.339,56						

El valor del V.A.N. es positivo, lo que significa que supera a 0, esto implica una ganancia adicional dentro del período de cinco años.

5.7.3 Tasa interna de retorno (TIR).

La TIR consiste en determinar la tasa que recupera la inversión total en activos fijos, durante la vida útil del proyecto, esta recuperación se mide en función del flujo de efectivo durante la vida útil del mismo.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VANTi}{VANTi - VANTs} \right]$$

Cuadro # 75 Tasa Interna de Retorno

Año	FNE	Flujos Actualizados FCA/(1+i)^n
0	-86991	-86991
1	38.117,50	32.999,31
2	41.099,19	30.803,08
3	44.295,02	28.740,62
4	47.725,12	26.808,26
5	51366,26	24.979,29

Elaborado por: Los autores

Inversión	Ingresos año 1	Ingresos año 2	Ingresos año 3	Ingresos año 4	Ingresos año 5
(86.991,00)	38.117,50	41.099,19	44.295,02	47.725,12	51.366,26

TIR

40%

La TIR obtenida determina que existe rentabilidad en el proyecto con una tasa del 40% positiva en los años de vigencia del proyecto, en esta actividad consideramos que la rentabilidad sobre el flujo neto, retorna en beneficio al microempresario; este indicador supera a la tasa activa vigente para el sistema financiero por lo tanto la inversión tiene una gran posibilidad de ser ejecutado.

5.7.4 Beneficio – costo.

Es la relación de los flujos de efectivos positivos con los efectivos negativos. Mismos que sirven para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos.

$$\frac{B}{C} = \frac{\Sigma \text{Ingresos actualizados}}{\Sigma \text{Egresos actualizados}}$$

Cuadro # 76 Beneficio-Costo

Año	Ingresos	15,51%	Egresos	15,51%
1	188.269,29	159.068,73	152.812,40	129.111,20
2	196.101,20	165.685,90	157.662,71	133.209,22
3	204.259,00	172.578,43	162.624,68	137.401,59
4	212.756,17	179.757,69	167.691,75	141.682,76
5	221.606,83	187.235,61	172.901,27	146.084,28
TOTAL	1.022.992,49	864.326,36	813.692,81	687.489,05

Elaborado por: Los autores

B/C = 1,26

$$\frac{B}{C} = \frac{864.326,36}{687.489,05}$$

Se puede notar que el retorno de la inversión es aceptable, ya que por cada dólar gastado, el proyecto está generando 0,26 centavos de dólar de ingresos o retorno de la inversión.

5.7.5 Período de recuperación de la inversión

Este indicador ha determinado el tiempo de recuperación de la inversión del proyecto en un tiempo máximo de 3 años, mismo que tomamos en cuenta los flujos de caja proyectados.

Cuadro # 77 Recuperación de la inversión

AÑO	FLUJO NETO	INVERSIÓN
		86.991
1	38.117,50	
2	41.099,19	
3	44.295,02	
4	47.725,12	
5	51.366,26	

Elaborado por: Los autores

86.991 = Inversión

79.216,69 = 2 años

86.991-79.216,69= 7.774,31

44.295,02/12 meses= 3.691,25 Por mes

3.691,25*6=22.147,50

3.691,25/30= 123,04 Diario

123,04*6= 738,24

PRI= 2 años, 6 meses, 6 días

5.7.6 Sensibilidad y riesgo del proyecto.

Los factores que pueden afectar a la producción de cuero son: el factor tiempo, la inadecuada utilización de los recursos, los escasos de curtido de cuero. Por lo tanto si se presentan estos factores negativos en la producción para la confección de chaquetas, esta disminuirá en un 5%; esto supo manifestar el Sr. Patricio Pillajo, propietario del pequeño negocio de cuero "Patricks".

5.8 Resumen de indicadores de evaluación financiera

El propósito de realizar el resumen de indicadores de evaluación financiera es para tener una perspectiva general de las condiciones de factibilidad del proyecto.

Cuadro # 78 Indicadores de Evaluación Financiera

INDICADOR	VALOR	CONCLUSIÓN
VALOR ACTUAL NETO	57.339,56	VIABLE
TASA INTERNA DE RETORNO	40%	VIABLE
RELACIÓN BENEFICIO COSTO	1,26	VIABLE
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	2 años, 6 meses, 6 días	VIABLE

ELABORACIÓN: LOS AUTORES

5.9 Punto de equilibrio

El cálculo del Punto de Equilibrio se lo realiza en base a los pronósticos de lo que será el primer año del proyecto, para lo cual se ha considerado a los costos de producción, administración, ventas y financiero, para luego clasificarles como fijos y variables con la finalidad de determinar cuál es el nivel de producción, donde los costos totales se igualan a los ingresos y el despliega el valor en miles de dólares, no es aconsejable hacerlo para cada año, debido a que mientras más tardío sea el pronóstico menos cierto es.

**Cuadro # 79 Clasificación de costos fijos y variables en dólares.
Punto de Equilibrio**

DETALLE	VALOR	TOTAL
Costos Fijos		47037,99
Mano de obra directa	14746,90	
Gastos administrativos	20732,54	
Gastos financieros	7997,85	
Depreciación	2660,70	
Amortización	900	
Costos Variables		84525,93
Materia prima directa	77760	
Materiales indirectos	2513,05	
Servicios básicos	803,88	
Gasto de ventas	3286,00	
Gasto suministro de oficina	169,00	
TOTAL		131563,92

ELABORACIÓN: LOS AUTORES

5.9.1 Punto de equilibrio económico en unidades físicas

Para calcular el punto de equilibrio en unidades, se aplica la siguiente fórmula:

$$Q(pee) = \frac{CF}{P - CVU}$$

Q(pee)= Cantidad de producto que se debe producir para cubrir todos los costos.

CVU= Costo Variable Total/Número de unidades vendidas

$$CVU = 84.525,93 / 1500$$

$$CVU = 56,35$$

$$Q(pee) = \frac{47037,99}{120,50 - 56,35}$$

Q(pee)= 733 chaquetas

Para cubrir el costo total generado en la empresa Confecciones Alejandra, se debe producir y vender 733 chaquetas.

5.9.2 Punto de equilibrio en términos monetarios

Para calcular el punto de equilibrio en términos monetarios, se aplica la siguiente fórmula:

$$I(pee) = \frac{CF}{1 - \frac{CVU}{P}}$$

I(pee)= Ingreso que se debe alcanzar en el proyecto para cubrir todos los costos.

$$I(pee) = \frac{47037,99}{1 - \frac{56,35}{120,50}}$$

I(pee)= 88.356,63 dólares

De acuerdo a los cálculos realizados se puede determinar que para cubrir los costos totales de la empresa se debe obtener ingresos por un valor de 88.356,63 dólares anuales.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

6.1 Estructura Administrativa

Es una empresa de carácter comercial, que se dedica a la comercialización de chaquetas de cuero para niños y niñas, en diferentes modelos, colores, diseños y de excelente calidad. Contará con un sistema de distribución directa e indirecta.

El estudio administrativo busca determinar la parte organizacional de la empresa en la cual se incluye la filosofía, estructura de cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para la conformación de la empresa.

6.1.1 Denominación de la empresa

La empresa a implantar se denominará “**Confecciones Alejandra**”. Estará ubicada en el cantón Cotacachi, provincia Imbabura, la cual tendrá como función principal la producción y comercialización de chaquetas de cuero para niños y niñas.

6.1.2 Importancia

La finalidad de la estructura organizacional es designar tareas al personal que conformará la empresa, para así trabajar en equipo, y alcanzar las metas y objetivos planteados de una forma eficiente.

6.1.3 Beneficiarios

En este proyecto de creación de la empresa artesanal, se aprecia la existencia de beneficiarios directos e indirectos. Los beneficiarios directos

son los habitantes del sector, ya que tendrán fuentes de empleo en el lugar de residencia y los beneficiarios indirectos son todos los consumidores de productos artesanales ya que van a adquirir un producto de calidad y a un bajo costo.

6.1.4 Sector económico

La empresa a implantarse se ubica en el área de Talabartería, ya que su actividad es la producción y comercialización de chaquetas de cuero para niños y niñas.

6.1.5 Tipo de empresa

Confecciones Alejandra, es una empresa que se dedica a la elaboración de chaquetas de cuero para niños y niñas.

6.1.6 Misión de la Empresa

Satisfacer los exigentes gustos del buen vivir de tan selecta clientela, con prendas de alta calidad y modelos innovadores, que son diseñados, producidos y comercializados por un grupo humano competente y comprometido con la empresa para así contribuir al crecimiento institucional.

6.1.7 Visión de la Empresa

Trabajar unidos durante los cinco años futuros para ser la mejor empresa artesanal, con el fin de lograr el más alto posicionamiento en el mercado nacional e internacional, cumpliendo con los estándares de calidad y servicio, buscando la satisfacción total de nuestros clientes y convertirnos en una franquicia a nivel nacional.

6.1.8 Objetivos de la Empresa

- Prevenir permanentemente la seguridad y salud de nuestros colaboradores.
- Brindar a los empleados la capacitación adecuada para que sean competentes en el cumplimiento de sus obligaciones y responsabilidades.
- Buscar el desarrollo y mejoramiento de condiciones de vida de los habitantes del cantón Cotacachi.

6.1.9 Principios de la Empresa

- ❖ Somos confiables porque ponemos a disposición productos de calidad.
- ❖ Demostrar eficiencia en todas las cosas que se realice contribuyendo a la optimización de los recursos.
- ❖ La empresa está comprometida con el cliente, razón por la cual día a día entregamos nuestro mayor esfuerzo.
- ❖ La iniciativa del trabajo en equipo se refleja en cada una de las prendas confeccionadas.

6.1.10 Valores de la empresa

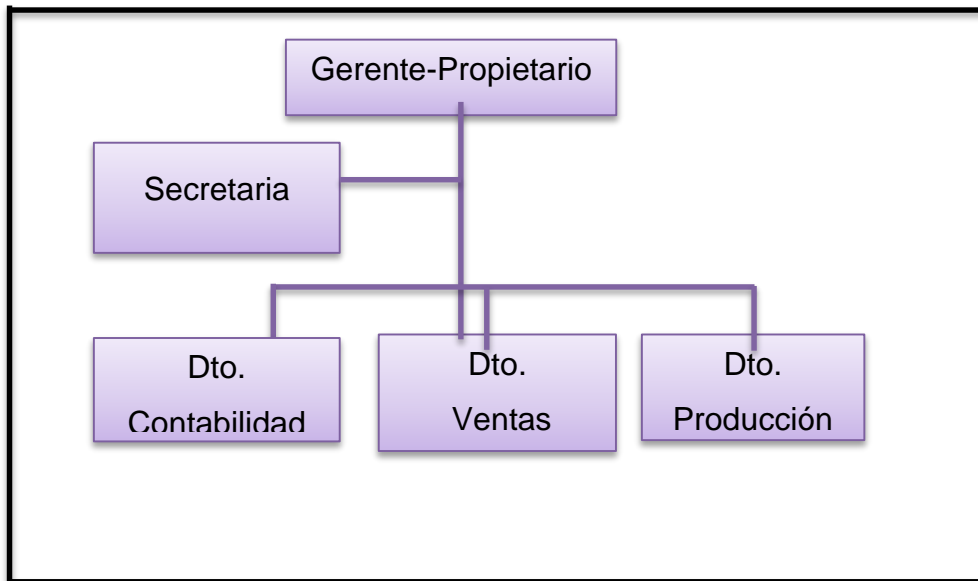
- ❖ Demostrar respeto a nuestros clientes y compañeros de trabajo mediante el trato cordial.
- ❖ Trabajar día a día con honradez y constancia.
- ❖ Mostrar responsabilidad en todas y cada una de las actividades que realice la empresa.
- ❖ Brindar confianza a nuestros clientes ofreciendo un producto de calidad.
- ❖ En la empresa reinará la puntualidad, para iniciar nuestras actividades, entrega de mercadería, atender a los clientes, para así cumplir con los objetivos y metas propuestos en el tiempo establecido.

6.2 Estructura organizacional

El sistema de estructura orgánica que se ha designado para implementar en este proyecto, es el sistema de organización lineal.

6.2.1 Orgánico Estructural

Gráfico # 39 Orgánico Estructural



Elaborado por: Los autores

6.2.2 Niveles administrativos

Son organismos administrativos de la empresa:

✓ **Nivel directivo**

Gerente-Propietario

✓ **Nivel auxiliar**

Secretaria

Contadora

✓ **Nivel operativo**

Ventas

Producción

6.2.3 Atribuciones y perfiles de los niveles administrativos

6.2.3.1 Gerente-propietario

El objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los productos que se ofrece, también debe cumplir y hacer cumplir las disposiciones y reglamentos internos, procurando la optimización de recursos económicos, financieros y humanos.

Sus funciones son:

- Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles por la empresa.
- Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.
- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.
- Supervisar, controlar y medir la eficiencia del personal.
- Autorizar y ordenar los respectivos pagos.

Perfil del puesto:

- Título de tercer nivel en: Administración de empresas, Ing. Contabilidad y Auditoría, Economía o carreras afines.

Experiencia laboral previa:

- Mínimo tres años de experiencia a nivel de gerencia.
- Conocimiento de NIFS.
- Preferente saber inglés.

6.2.3.2 Secretaria

Está considerada dentro de la unidad, como un nivel de apoyo, es quien está encargada de planificar y ejecutar las labores de secretaría y mantener al día la agenda del personal administrativo en especial de gerencia.

Sus funciones son:

- Redactar y programar reuniones.
- Atender al público, personal y telefónicamente, para proporcionar información de la institución.
- Concretar entrevistas y organizar la agenda del gerente.
- Revisar que la documentación de los diferentes trámites está completa antes de despacharlos.
- Mantener bajo su custodia y responsabilidad la documentación reservada y confidencial del archivo de la documentación originada en gerencia.
- Realizar otras actividades dispuestas por la Gerencia u organismos directivos, dentro del ámbito de su competencia.

Perfil del puesto:

- Título en Secretaría o en Técnicas de Archivo.

Experiencia laboral previa:

- Dos años de experiencia en trabajos de secretaría o en cargos similares.

- Excelente calidad humana y trato interpersonal.
- Disponibilidad de tiempo.

6.2.3.3 Contadora

Dentro de la organización, está en el nivel de apoyo administrativo, la naturaleza de su cargo es programar, organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades financieras y contables de la empresa.

Sus funciones son:

- Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones establecidas para el manejo de la contabilidad.
- Estar al día en las disposiciones tributarias.
- Elaboración de roles de pago.
- Mantener actualizada la información lo cual se ejecutará a la exigencias de la normatividad en materia fiscal y tributaria.
- Mantener la información contable actualizada de todas las actividades de la empresa con sus respectivos registros.
- Elaborar los estados financieros periódicamente y la presentación de esta información de manera clara y precisa.
- Elaboración de planillas de empleados y el pago de aportes patronales del IESS.

Perfil del puesto:

- Título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría.

Experiencia laboral previa:

- Dos años de experiencia de contadora o cargos similares.
- Trabajo bajo presión.

- Tener una predisposición para asistir a capacitaciones.

6.2.3.4 Vendedor

La naturaleza de su cargo, es de un nivel operativo, responde del asesoramiento al cliente, utilizando para esto todos los medios posibles a su alcance para conseguir que adquiera el producto que la empresa ofrece.

Sus funciones son:

- Coordinar las actividades destinadas a la promoción y venta.
- Determinar las políticas de venta y controlar que se cumplan.
- Sugerir sistemas para la fijación de precios y diseñar programas de promoción.
- Atención personal y telefónica a los clientes.
- Preparar informe de cierre de negocios captados al finalizar cada semana para ser presentados a la gerencia.
- Llevar registro de entrada y salida de los productos para la venta.
- Llevar inventarios de los productos terminados.

Perfil del puesto:

- Profesional en Mercadotecnia y ventas o carreras a fines.

Experiencia laborar previa:

- Mínimo dos años de experiencia en trabajos de ventas o cargos similares.
- Disponibilidad de tiempo.

6.2.3.5 Producción

Su objetivo principal es elaborar los productos con la responsabilidad de realizarlos con el más alto nivel de calidad y creatividad, anteponiendo siempre la ética profesional del artesano.

Sus funciones son:

- Coordinar las actividades destinadas al proceso de elaboración de la chaqueta.
- Determinar las políticas de producción y controlar que se cumplan.
- Controlar la elaboración del producto en todas sus etapas.
- Preparar informes de producción cada semana para ser presentados a la gerencia.

Perfil del puesto:

- Profesional en artesanías de cuero.

Experiencia laboral previa:

- Dos años de experiencia en la elaboración de chaquetas de cuero.
- Trabajo bajo presión.
- Disponibilidad de tiempo.

6.3 Aspectos legales de constitución

Confecciones Alejandra tendrá que cumplir con los requisitos legales correspondientes:

6.3.1 Requisitos para sacar el RUC

Una vez constituida legalmente la empresa, se procede a solicitar al Servicio de Rentas Internas (SRI) el Registro Único de Contribuyentes (RUC), previo a la presentación de los siguientes documentos:

- Cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Certificado o nombramiento del representante legal.
- Copia del estatuto de creación de inscripción correspondiente a la Ley de Creación o Acuerdo Ministerial según corresponda.
- Recibo de pago de agua, luz o teléfono.

6.3.2 Requisitos para la patente municipal

- Permiso de bomberos.
- Copia de RUC o RISE.
- Formulario declaración de patente.
- El valor de la patente es el 0,015 del patrimonio.

6.3.3 Requisitos de permiso sanitario

- Ficha de inspección.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Copia del RUC.
- Certificado de salud (original y copia).
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Patente.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 Antecedentes

En este capítulo se analizará los impactos que en los diversos ámbitos generaría la puesta en marcha el presente proyecto.

Se determina varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente.

Los impactos que se destacan y los analizaremos son los siguientes: social, económico, ambiental, educativo-cultural, empresarial-comercial. Para su mejor visualización se ha utilizado el siguiente procedimiento:

Cuadro # 80 Valoración de Impactos

Valoración	Negativo	Positivo
Alto	-1	
Medio	-2	
Bajo	-3	
Cero	0	
Bajo		1
Medio		2
Alto		3

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Los autores

Se constituye una matriz por cada impacto y se establecen indicadores medibles, los mismos que permiten obtener información específica y puntual.

7.2 Análisis de impactos

7.2.1 Impacto social

La creación de esta empresa traerá consigo el bienestar de numerosas familias, esta será una fuente de generación de empleo, lo que permitirá el desarrollo socioeconómico de las personas que deseen involucrarse en la ejecución del proyecto, permitiendo de esta manera reducir la tasa de desempleo, no en su totalidad pero si ayudará de alguna manera a remediar la agravante problemática social y sus concernientes repercusiones como: la migración, indigencia, pobreza, delincuencia entre otros, ya que se generará ingresos adicionales mejorando la calidad de vida del núcleo familiar.

Cuadro # 81 IMPACTO SOCIAL

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Fuente de empleo							X	3
Calidad de vida							X	3
Relaciones interpersonales						x		2
Liderazgo						x		2
TOTAL						4	6	10

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Los autores

Nivel de Impacto= $\frac{\text{Total de Impactos}}{\text{No. De Indicadores}}$

Nivel de Impacto= $\frac{10}{4}$

Nivel de Impacto= 2,5 **IMPACTO ALTO POSITIVO**

Análisis

El resultado de nivel de impacto que es de 2,5; nos permite evidenciar que la creación de la empresa será positiva para la comunidad.

- **Fuentes de empleo**

La implantación de la empresa de chaquetas de cuero en Cotacachi ayuda de manera significativa a las nuevas generaciones en sus distintas ramas de empleo, y por ende se logrará el desarrollo de la zona logrando contrarrestar en un alto porcentaje el desempleo existente actualmente.

- **Calidad de vida**

Al existir nuevas alternativas de empleo en el cantón Cotacachi, esto generará una gran mejora en calidad de vida de sus habitantes; lo que permitirá que los hogares de los empleados de la empresa cuenten con un ingreso fijo que ayude a cubrir las necesidades básicas como son alimentación, vestido y vivienda.

- **Relaciones interpersonales**

Al existir una buena relación entre los trabajadores y empleados esto hará que se sentirán satisfechos y estimulados dentro de la empresa, lo cual permitirá mejorar la atención y el servicio al cliente y sea éste quien hable bien de la misma.

- **Liderazgo**

Al existir un buen líder dentro de la empresa esta podrá cumplir todos sus objetivos, y de esta manera llegará a tener mucho éxito y podrá posesionarse en el mercado.

7.2.2 Impacto económico

La ejecución del presente proyecto ayudará a elevar la productividad de la población económicamente activa, en los momentos de crisis actuales de desempleo que vive nuestro país. Quienes se beneficien podrán obtener niveles de rentabilidad sostenible, lo que les permitirá mejorar la economía familiar y disminuirá su nivel de endeudamiento.

Cuadro # 82IMPACTO ECONÓMICO

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Generación de nuevas actividades							X	3
Rentabilidad							X	3
Ingresos familiares						x		2
TOTAL						2	6	8

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Los autores

Nivel de Impacto= $\frac{\text{Total de Impactos}}{\text{No. De Indicadores}}$

Nivel de Impacto= $\frac{8}{3}$

Nivel de Impacto= 2,66**IMPACTO ALTO POSITIVO**

Análisis

- **Generación de nuevas actividades**

La empresa de chaquetas de cuero generará empleo, con lo que incrementa la producción de los mismos, para de esta manera satisfacer las necesidades del consumidor.

- **Rentabilidad**

La rentabilidad que genera esta actividad económica, nos permitirá seguir invirtiendo en recursos económicos, materiales y operacionales para el mejoramiento del producto.

- **Ingresos familiares**

Los ingresos de los trabajadores permitirá que se sientan seguros y tranquilos, ya que contarán con todos los beneficios legales en lo que se refiere a sueldos.

7.2.3 Impacto ambiental

Por tratarse de una actividad productiva que no requiere del uso de ningún producto químico tóxico, sino que se debe manejar los desperdicios de una manera organizada y así poder reciclar productos secundarios.

Cuadro # 83IMPACTO AMBIENTAL

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Manejo de desperdicios						x		2
Disminución de la contaminación ambiental					x			1
Disminución de la contaminación auditiva							X	3
Reciclaje de productos secundarios						x		2
TOTAL					1	4	3	8

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Los autores

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Total de Impactos}}{\text{No. De Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{8}{4}$$

Nivel de Impacto= 2 **IMPACTO MEDIO POSITIVO**

Análisis

El resultado del impacto ambiental tiene un nivel medio, lo que significa que mediante un manejo adecuado de los desperdicios, se podrá realizar un deterioro del medio ambiente.

- **Manejo de desperdicios**

Se establecerá un programa de control de desperdicios, los cuales serán tratados para que de esta manera no se vea afectado el ambiente.

- **Disminución de polución (contaminación) ambiental**

Se manipularán productos que no afecten al medio ambiente, ya que se tratará que estos no posean químicos,

- **Disminución de la contaminación auditiva**

El ruido es un factor preponderante en la salud de los habitantes del sector, para lo cual se ha estimado que el área en el cual se pretende crear la empresa, no generará ruidos que afecten a la salud auditiva de la vecindad.

- **Reciclaje de productos secundarios**

Se procederá a realizar un plan de reciclaje en el cual se recicle botellas plásticas y todo aquello que se pueda reciclar, para de esta manera no contaminar el ambiente, ya que es un factor importante para la ciudadanía.

7.2.4 Impacto educativo – cultural

La formación del talento humano se vuelve imprescindible, en la actualidad la preparación intelectual es un indicador de responsabilidad y eficiencia en la familia para poder insertarse en una sociedad laboral cada vez más exigente. Este proyecto da lugar a introducir temas nuevos y novedosos de producción por la tanto el involucramiento de los habitantes en los procesos de producción es una forma de capacitarse y como consecuencia de esto la replicabilidad es evidente.

Cuadro # 84 Impacto educativo-cultural

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Generación de conocimientos						x		2
Capacitación							X	3
Desarrollo de habilidades						x		2
Nuevas formas de producción							X	3
TOTAL						4	6	10

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Los autores

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Total de Impactos}}{\text{No. De Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{10}{4}$$

4

Nivel de Impacto= 2,5 **IMPACTO ALTO POSITIVO**

Análisis

- **Generación de conocimientos**

Se procederá a contratar personal que posea los suficientes conocimientos para la elaboración y producción de chaquetas de cuero.

- **Capacitación**

Al crear la empresa, se debe capacitar al personal para que de esta manera puedan desarrollar bien su trabajo y se desenvuelvan de una mejor manera.

- **Desarrollo de habilidades**

El personal que trabaje en la empresa podrá desarrollar sus habilidades en las diferentes áreas de la misma.

- **Nuevas formas de producción**

Con las nuevas formas de producción los trabajadores podrán elaborar los productos sin problema alguno ya que existirán máquinas de primera las cuales servirá de mucho para la fabricación de las chaquetas.

7.2.5 Impacto empresarial - comercial

Con la ejecución del proyecto se integrará a los habitantes del sector, esto permitirá establecer la organización, para con ello mantener y mejorar el manejo de los recursos, siendo estos: registros contables, rentabilidad del negocio, los costos de producción, administración de empresas para que sus negocios no sean tradicionales e implementen nuevos sistemas que les permitan desarrollar contablemente sus actividades.

La capacitación de los mismos permitirá el liderazgo, creatividad y como ganar y mantener el mercado sea este local o regional.

Cuadro # 85 Impacto empresarial-comercial

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Atención al cliente							x	3
Creatividad							x	3
Posicionamiento en el mercado							x	3
Cobertura							x	3
Competitividad					x			1
TOTAL					1		12	13

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Los autores

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Total de Impactos}}{\text{No. De Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{13}{5}$$

Nivel de Impacto= 2,6 **IMPACTO ALTO POSITIVO**

Análisis

- **Atención al cliente**

La atención que se pretende ofrecer por parte de la empresa a crearse, será en forma personalizada, en donde se logre aplicar como política de empresa “el cliente es la razón de ser de la empresa”.

- **Creatividad**

La creatividad de la empresa en los productos a elaborarse debe ser distinta a los demás, para que de esta manera tenga una mejor acogida en el mercado.

- **Posicionamiento en el mercado**

A través de la experiencia y el conocimiento en la producción de chaquetas de cuero, será necesario lograr una ubicación comercial en el área de influencia del proyecto, para lo cual se empleará todos los mecanismos para lograr su posicionamiento permanente en relación al resto de sectores comerciales del cantón Cotacachi.

- **Cobertura**

Abarca la entrega de chaquetas para niños y niñas, a nivel local y nacional a fin de captar clientes potenciales, como también clientes meta y nichos de mercado que aún no han sido atendidos.

- **Competitividad**

Al realizar el impacto empresarial-comercial, la medición de este es alto, lo que quiere decir que la empresa productiva a implantar pretende tener un buen posicionamiento en el mercado, manejando adecuadamente los recursos disponibles y manteniendo la creatividad e innovación constante en los productos.

7.2.6 Resumen general de impactos

Cuadro # 86 Resumen general de impactos

Indicador	-	-2	-1	0	1	2	3	Total
	3							
Impacto Social							x	3
Impacto Económico							x	3
Impacto Ambiental						x		2
Impacto Educativo-Cultural							x	3
Impacto Empresarial-Comercial							x	3
TOTAL						2	12	14

Fuente: Cuadros Estadísticos

Elaborado por: Los autores

Nivel de Impacto= $\frac{\text{Total de Impactos}}{\text{No. De Indicadores}}$

Nivel de Impacto= $\frac{14}{5}$

Nivel de Impacto: 2,8 **IMPACTO ALTO POSITIVO**

Análisis

Se puede observar en la matriz general de impactos, que los indicadores que influyen en el proyecto y el resultado correspondiente que es de 2,8 considerándose como un nivel alto, lo que significa que con la ejecución del proyecto no afecta en ninguno de los impactos sino más bien ayuda a la población con nuevas fuentes de empleo.

CONCLUSIONES

- ❖ El diagnóstico situacional entregó importante información la cual permitió identificar condiciones óptimas para la implementación de la empresa de producción de chaquetas de cuero para niños y niñas, en las que se destacan importantes fortalezas como, la experiencia productiva en esta rama.
- ❖ Al desarrollar las bases teóricas-científicas se recolectó la información suficiente sobre el estado de investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las etapas del proyecto realizado.
- ❖ Al realizar el estudio de mercado nos permitió hacer un análisis preliminar de los potenciales nichos de mercado, a los cuales van a ser direccionados los productos, el cual permitirá emprender un proceso de producción y comercialización de chaquetas de cuero, a través de la creación de la empresa.
- ❖ Realizado el estudio técnico se desprende que existe las condiciones físicas, recursos materiales, económicos, tecnológicos, talento humano y sobre todo la experiencia productiva para lograr una eficiente voluntad y funcionamiento del proyecto.
- ❖ En base a la evaluación financiera del proyecto, se concluye que este es factible financieramente, debido a que presenta un VAN positivo de 57.339,56 la TIR se ubica en 40%, ya que la recuperación se alcanzará a cubrir en 2 años, 6 meses, 6 días; la relación beneficio costo es de 1,26, lo que justifica la inversión.
- ❖ Para la correcta viabilidad de la empresa, esta debe estar organizada tanto administrativa como funcionalmente, por lo cual se propone el respectivo organigrama, misión, visión, objetivos, principios, valores, lo que indica con precisión los lineamientos a seguir por el personal que conforma la empresa.
- ❖ Realizado el análisis de impactos se destaca que este tiene un nivel alto positivo el cual servirá de mucho tanto para los pobladores, como para los propietarios, ya que se generará fuentes de empleo y mejorará los niveles de vida de la población, así mismo coadyuvará al desarrollo socioeconómico del sector, la provincia y el país.

RECOMENDACIONES

- ❖ Es necesario una vez ya obtenidos los resultados crear y fortalecer la empresa legalmente constituida a fin de que enfrente los mercados actuales, que demandan la comercialización de productos innovadores y ante todo con calidad en la elaboración.
- ❖ Se debe seguir investigando, para de esta manera poder ampliar la teoría existente sobre este tema importante, y para dotar a la empresa de información adecuada y oportuna sobre el comportamiento del consumidor, nuevas técnicas o sistemas de trabajo, y sobre todo nuevas técnicas de manejo empresarial en este tipo de negocios.
- ❖ Se debe mantener siempre la calidad y un costo bajo, en la oferta de las chaquetas de cuero lo que contribuirá una expansión de mercados.
- ❖ Se recomienda a las instituciones financieras que presten facilidades de financiamiento, con el fin de garantizar los niveles de producción propuestos.
- ❖ La actividad productiva garantiza un importante flujo de ingresos y utilidades, por lo que se recomienda reinvertir las utilidades generadas en la adquisición e innovación de materiales y equipos útiles para el desarrollo y ampliación futura del proyecto, con esto se lograría mejorar un crecimiento empresarial.
- ❖ Trabajar siempre con normas y reglamentos lo que permitan minimizar efectos negativos de la empresa, y de esta manera pueda funcionar de una manera eficaz y eficiente.
- ❖ Es necesario reforzar y ampliar los resultados positivos que tendría el proyecto, y por otro lado, contrarrestar al máximo los impactos negativos. Para que de esta manera nos permita reforzar la estructura organizativa de la empresa y asegurar la sostenibilidad a través de la vida útil de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- SARMIENTO, Rubén; “*Contabilidad de Costos*”, corregida y actualizada, 2da. Edición, Editorial Impresos Andinos S.A. Quito-Ecuador, (2010).
- HERNÁNDEZ y RODRÍGUEZ, S.; “*Introducción a la Administración*”, México, (2011).
- ZAPATA SANCHEZ, Pedro; “*Contabilidad General*”, McGraw-Hill, Colombia, (2011).
- RHEA GONZALEZ, Soraya; “*Guía Trabajo de Grado*”, Primera Edición, Imprenta Universitario; (2012).
- ANDRADE, Simón; “*Diccionario de Economía*”, 3ra. Edición, Editorial Andrade.
- FLORES, Juan; “*Proyectos de Inversión para las PYMES*”, 2da. Edición, (2010).
- ARAUJO, David; “*Proyectos de Inversión, Análisis, Formulación y Evaluación Práctica*”, Editorial Trillas, México, Argentina, España, Colombia, Puerto Rico, Venezuela; (2012).
- BACA, Gabriel; “*Evaluación de proyectos*”; Editorial Interamericana. 6ta Edición, (2010), varios países.
- LLAMAS ARJONA, Conchas; “*Gestión de alojamientos turísticos*”; Editorial Líber Factory, (2008), Madrid-España.

- D' ALESSIO, Fernando; *“El proceso estratégico un enfoque de gerencia”*, Primera Edición, Pearson Educación, (2008), México.
- GALINDO, R. Carlos J., *“Manual para la creación de empresas”*, 3ra Edición, ECOE ediciones, (2008), Colombia.
- JANY CASTRO, José Nicolás; *“Investigación de mercado avances para el nuevo milenio”*, cuarta edición, Editorial McGrawHill, (2009). Bogotá-Colombia.
- KOTLER, Philip; *“Principios de marketing”*, Doceava Edición, Prentice Hall, (2009). México.
- PAEZ, Roberto; *“Desarrollo de la mentalidad empresarial”*, CODEU, (2008). Ecuador.
- PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent; *“Administra sus recursos humanos”*, Primera Edición, Editorial PALAO EDITORES SAC (2009).

LINKOGRAFÍA

- <http://es.wikipedia.org>
- <http://www.buenastareas.com>
- <http://deconceptos.com>
- <http://www.pac.com>
- <http://www.ucipfg.com>
- <http://www.aulafacil.com>
- <http://finanzasieptimo.blogspot.com>
- [http://www.segundamano.es/valladolid/cuero-curtido-para-
artesanía-pieza-y-relates/](http://www.segundamano.es/valladolid/cuero-curtido-para-
artesanía-pieza-y-relates/)
- [http://vctryblogger.blogspot.com/2011/08/campera-o-chaqueta-
clasica-de-jean.html](http://vctryblogger.blogspot.com/2011/08/campera-o-chaqueta-
clasica-de-jean.html)

ANEXOS



ANEXO No. 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DE ARTÍCULOS DE CUERO EN EL CANTÓN COTACACHI

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como objetivo obtener información sobre las características, gustos y preferencias de los consumidores de artículos de cuero.

INSTRUCCIONES:

-Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una (x) la opción que usted considere conveniente.

1.- ¿En su familia hay niños?

SI () NO ()

2.- ¿Entre qué edad se encuentran?

1-4 () 5-8 () 9-12 ()

3.- ¿Los niños de su hogar utilizan chaquetas de cuero?

Si () No ()

4.- ¿Está de acuerdo con la creación de una empresa que confeccione chaquetas de cuero para niños y niñas en la ciudad de Cotacachi?

SI () NO ()

5.- ¿Con qué frecuencia compra prendas de cuero?

Mensualmente () Semestralmente () Anualmente () Otra ()

6.- ¿Cree usted que las prendas de cuero que compra cumple con sus expectativas?

SI () NO ()

7.- ¿Cuánto invierte en la adquisición de chaquetas de cuero?

- Entre: 10-50 ()
51-100 ()
101- 150 ()
151-200 ()
Otro ()

8.- ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique exclusivamente a la confección de chaquetas de cuero para niñas y niños?

- SI () NO ()

9.- ¿En base a qué características elige una chaqueta a la hora de comprar?

- Calidad () Precio () Elegancia ()

10.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una chaqueta de cuero para niño/a?

- 85-94 () 95-104 () 105-120 ()

11.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se comercialicen las chaquetas de cuero para niños/as?

- Volantes () Radio () Televisión ()
Prensa () Internet ()

Datos Informativos:

Edad: 15-25 () 26-36 () 37-47 () Más de 48 ()

Sexo: Masculino () Femenino ()

Instrucción: Primaria () Secundaria () Superior ()

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO No. 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Encuesta dirigida a los productores de cuero en Cotacachi.

El objetivo de esta encuesta es conocer cómo se realiza la elaboración de las chaquetas de cuero y cual es la situación actual de los productores.

INSTRUCCIONES:

-Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una (x) la opción que usted considere conveniente.

1.- ¿En Cotacachi existe suficiente personal calificado para trabajar en la manufactura del cuero?

Suficiente () Poco () Nada ()

2.- ¿Considera usted si los desechos de su taller afectan al suelo y al ambiente?

Si () No ()

3.- ¿Produce mayor cantidad y variedad de productos de cuero en épocas especiales?

Si () No ()

4.- ¿Considera usted que las manufacturas de cuero representan una de las actividades económicas más importantes de Cotacachi?

Si () No () En Parte ()

5.- ¿Qué tipo de manufacturas de cuero elabora?

Chaquetas de adultos () Carteras ()

Chaquetas de niño ()

6.- ¿Dónde adquiere la materia prima?

Cuenca () Ambato ()

Colombia () Otros ()

7.- A l determinar los costos de manufacturas de cuero que usted produce toma en cuenta:

Costo cuero () Mano de obra () Insumos ()

8.- ¿Ha recibido cursos de capacitación?

Si () No ()

Datos Informativos:

Edad: 15-25 () 26-36 () -37-47 () Más de 48 ()

Sexo: Masculino () Femenino ()

Instrucción: Primaria () Secundaria () Superior ()

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO No. 3



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

MODELO DE GUÍA DE OBSERVACIÓN

El objetivo de la realización de la observación directa es conocer las instalaciones artesanales existentes en el mercado.

Datos Informativos

Nombre:.....

Fecha:.....

Itinerario

Horas:.....

Salida:..... Regreso:.....

Lugares de visita:.....

Objetivos

Observar cómo se realiza la elaboración de las chaquetas de cuero.

Observar la comercialización de las chaquetas en el mercado imbabureño.

Descripción de los sitios de visita

.....
.....
.....
.....
.....

Conclusiones y recomendaciones

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Anexos (fotos, gráficos, otros)

ANEXO No. 4
DISEÑOS DE CHAQUETAS



ANEXO No. 5
REMUNERACIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA EN DÓLA

DETALLE	CANT.	MENSUAL	ANUAL	IESS 12,15%	DÈCIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL AÑO 1	FDO. RES. 8,33%	VACA- CIONES	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 2 + Inflación
PERSONAL AL ADM.										Año1+F.R +Vacaciones	
Gerente	1	600,00	7200,00	874,80	600,00	318,00	8992,80	749,10	300,00	10041,90	10459,64
Contador	1	450,00	5400,00	656,10	450,00	318,00	6824,10	568,45	225,00	7617,55	7934,44
Vendedor	1	318,00	3816,00	463,64	318,00	318,00	4915,64	409,47	159,00	5484,12	5712,26
PERSONAL OPERATIVO											
Operarios	3	318,00	11448,00	1390,93	954,00	954,00	14746,9	1228,42	477,00	16452,35	17136,77