



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORIA CPA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL “TALLER
ARTESANAL LEO” EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE
IMBABURA.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA

AUTORA: Estefany Karina Cabascango Troya

DIRECTOR: Mgs. Lomas Paz Rita Lucía.

IBARRA, FEBRERO 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo está diseñado con la finalidad de ampliar el taller artesanal Leo en la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura, el Diagnóstico Situacional muestra la necesidad de ampliación en el personal, maquinaria y una adecuación en el espacio físico para un mejor desempeño de producción y comercialización. En el segundo capítulo se sostiene con bases teóricas los términos incluidos en el trabajo. Mediante el análisis de oferta y demanda en el estudio de mercado, encontrando una demanda insatisfecha de 288 artículos durante el primer año; mostrando la viabilidad del proyecto, estableciendo el mercado meta y algunas estrategias publicitarias, aplicando entrevistas y encuestas. El estudio técnico establece la capacidad productiva, el tipo de maquinaria a incrementar, la adecuación del espacio físico y los procesos; estableciendo un panorama de los costos en que incurrirá la ampliación. Esta propuesta tiene una inversión de 18.138,23 USD, misma que distribuida el 65% será inversión propia debido a la solidez del negocio y un crédito del 35% al banco Nacional de Fomento, los indicadores del estudio financiero dieron como resultado un VAN de 51.596,68 USD, una TIR de 22,33% , un Costo Beneficio de 1,36 , en un período de recuperación de 1 año y 3 meses, con un punto de equilibrio de 55.272,13 USD, indicando que el proyecto es factible, en el análisis de impactos socioeconómico, educativo, empresarial, ambiental y en el resumen de los mismos se tiene como resultado un impacto bajo positivo, finalmente las conclusiones y recomendaciones.

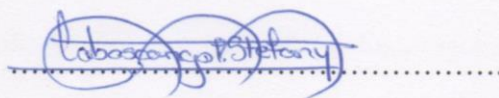
ABSTRACT

The present work is designed with the goal of to enlarge “Leo’s craft” workshop in Cotacachi city, Imbabura. Situational analysis shows the need to enlarge the staff, machinery and adequacy in the physical space for the best performance of production and marketing. In chapter two holds in theoretic basis the terms included in this paper. Through the analysis at supply and demand in the market study, finding an unsatisfied demand of 240 goals during the first year; showing the viability of the Project, establishing in market goals and some advertising strategies, applying interviews and surveys. The technical study establishes the productive capacity, the type of machinery to increase the physical space adequacy and the process, establishing, an over view of the costs will incur enlargements, this proposal has an investment of 18.138,23 USD, same as distributed in 65 per cent will be an own investment because of its business strength and a loan of 35 per cent in BanEcuador, the financial study indicators resulted in a Van of 51.596,68 USD a TIR of 22,33 %, a cost-benefit of 1,36 in 1 year and 3 months of recovery period, with a breakeven of 55.272,13 USD, indicating that the Project is feasible, in the analysis of socioeconomic impact, educational, business, environmental, and in the summary of themselves we have as a result a low positive impact, finally conclusions and recommendations.

AUTORÍA

Yo, Estefany Karina Cabascango Troya, portadora de la cédula de ciudadanía número 100311513-4, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER ARTESANAL LEO, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”** es de mi autoría que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional y que he consultado e investigado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En Ibarra el 15 de Febrero del 2016.



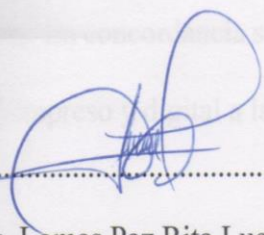
Estefany Karina Cabascango Troya

C.I 100311513-4

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la estudiante Estefany Karina Cabascango Troya, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER ARTESANAL LEO, EN LA CIUDAD DE 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 el 15 de Febrero del 2016.



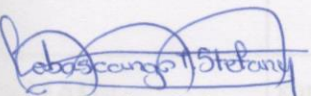
Mgs. Lomas Paz Rita Lucía.

100134869-5

DIRECTORA DE TESIS

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

Yo, **ESTEFANY KARINA CABASCANGO TROYA** con cédula de ciudadanía N° 100311513-4 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER ARTESANAL LEO, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento y en el momento que hago entrega del trabajo final impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Estefany Karina Cabascango Troya

C.I 100311513-4

En la ciudad de Ibarra el 15 de febrero del 2016.

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

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 extensión de la universidad.

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

| DATOS DE CONTACTO | | | |
|-----------------------------|--------------------------------------|------------------------|------------|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 100311513-4 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Cabascango Troya Estefany Karina | | |
| DIRECCIÓN: | Cotacachi, Morales y Río Frío 16-05. | | |
| EMAIL: | kary_jxtv@hotmail.com | | |
| TELÉFONO FIJO: | 062-914-061 | TELÉFONO MÓVIL: | 0979692705 |

| DATOS DE LA OBRA | | |
|------------------------------------|---|--|
| TÍTULO: | ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER ARTESANAL LEO, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA | |
| AUTORA: | Cabascango Troya Estefany Karina | |
| FECHA: AAMMDD | 15/02/2016 | |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | | |
| PROGRAMA: | <input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO | <input type="checkbox"/> POSGRADO |
| TITULO POR EL QUE OPTA | INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA. | |
| ASESOR/ DIRECTOR: | Mgs. Rita Lomas | |

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Estefany Karina Cabascango Troya**, con cédula de identidad nro. 100311513-4, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra de trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital en la biblioteca con fines académicos para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la

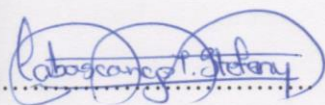
educación, investigación y extensión en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3 .CONSTANCIAS

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

LA AUTORA:

(Firma)



Estefany Karina Cabascango Troya

CI:100311513-4

Facultado por resolución del Consejo Universitario. _____

DEDICATORIA

Este trabajo de grado, está dedicado primeramente a Dios que es mi fuente de aliento diario para continuar en el camino de la vida.

A toda mi familia que con su apoyo incondicional me han motivado con palabras de esfuerzo y superación, especialmente a mi madre Antonietita Troya y mi hermana Ginita Cabascango quienes durante toda mi carrera han sido el motor principal para terminarla; siendo un ejemplo de vida formándome como ser humano desde mi infancia y motivándome siempre a continuar y no quedarme estancada en ninguna estación, han sido un modelo ejemplar digno de honra y respeto.

Karina.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios primeramente que ha sido mi fiel ayudador durante cada etapa de mi vida y mi fiel amigo en todo momento.

A la doctora Rita Lomas por sus correcciones y aportes para obtener un proyecto de calidad y a toda mi familia por su apoyo incondicional para lograr concluir mi carrera universitaria.

A la universidad Técnica del Norte y la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por haberme abierto sus puertas y permitirme formar como una profesional de nuestro país.

Un especial agradecimiento también a los propietarios y trabajadores que conforman el taller “Leo” por brindarme la colaboración para el desarrollo de este trabajo.

Dios bendiga a mi madre Antonietita Troya y mi hermana Ginita Cabascango que no tuvieron límites para extenderme su mano y ayudarme en todo lo que necesité durante toda mi vida.

Karina.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-------|
| RESUMEN EJECUTIVO | ii |
| ABSTRACT..... | iii |
| AUTORÍA..... | iv |
| INFORME 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..... | vii |
| IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA: | vii |
| AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD..... | viii |
| CONSTANCIAS..... | ix |
| DEDICATORIA | x |
| AGRADECIMIENTO | xi |
| ÍNDICE GENERAL | xii |
| ÍNDICE DE TABLAS | xv |
| ÍNDICE DE CUADROS..... | xix |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | xx |
| PRESENTACIÓN..... | xxi |
| JUSTIFICACIÓN | xxiii |
| OBJETIVOS DEL PROYECTO | xxiv |
| Objetivo General..... | xxiv |
| Objetivos Específicos..... | xxiv |
| METODOLOGÍA UTILIZADA | xxv |
| CAPITULO I | 26 |
| Diagnóstico Situacional | 26 |
| Antecedentes diagnósticos..... | 26 |
| Objetivos..... | 28 |
| Variables | 28 |
| Indicadores..... | 28 |
| Matriz de Relación Diagnóstica..... | 30 |
| Operativización diagnóstica..... | 31 |
| Análisis y tabulación de la información..... | 32 |
| Construcción de la Matriz FODA | 50 |

| | |
|--|-----|
| Estrategias FA, FO, DO, DA | 51 |
| Determinación de la oportunidad de inversión | 52 |
| CAPITULO II..... | 54 |
| Marco Teórico..... | 54 |
| Microempresa | 54 |
| El Taller de talabartería..... | 56 |
| Estudio de Mercado | 64 |
| Estudio Técnico | 67 |
| Estudio Económico Financiero | 70 |
| Estudio Organizacional..... | 82 |
| Impactos..... | 88 |
| CAPITULO III..... | 90 |
| Estudio de Mercado | 90 |
| Finalidad del Estudio de mercado..... | 90 |
| Objetivos del Estudio de mercado | 90 |
| Identificación del negocio..... | 92 |
| Determinación de la población | 92 |
| Determinación de la muestra | 93 |
| Tabulación y análisis de datos | 95 |
| Identificación del producto a ofrecer | 116 |
| Segmento de mercado | 117 |
| Mercado meta..... | 118 |
| Análisis de la demanda | 118 |
| Análisis de la oferta | 121 |
| Demanda insatisfecha | 122 |
| Análisis y determinación de precios | 123 |
| Análisis de la competencia..... | 124 |
| Comercialización del producto | 125 |
| Conclusiones del estudio de mercado..... | 127 |
| CAPITULO IV..... | 128 |
| Estudio de Técnico..... | 128 |
| Tamaño del Proyecto | 128 |
| Ingeniería del Proyecto | 129 |
| Presupuesto Técnico | 136 |

| | |
|--|-----|
| CAPITULO V | 152 |
| Estudio Financiero | 152 |
| Estado de situación Financiera Inicial | 152 |
| Determinación de Ingresos Proyectados | 153 |
| Determinación de Egresos Proyectados | 155 |
| Tabla de amortización..... | 163 |
| Tabla de depreciación | 164 |
| Estado de Resultados proyectado..... | 166 |
| Flujo de Efectivo Financiero..... | 173 |
| Evaluadores Financieros | 173 |
| Conclusión del estudio financiero..... | 180 |
| CAPITULO VI..... | 181 |
| Estructura Orgánica y Funcional | 181 |
| Razón social o denominación del taller | 181 |
| Logotipo | 181 |
| Eslogan | 181 |
| Bases Filosóficas..... | 182 |
| Estructura Funcional | 185 |
| Código de Ética..... | 193 |
| Reglamento Interno..... | 196 |
| Reglamento de Seguridad Laboral..... | 201 |
| Base Legal..... | 209 |
| CAPITULO VII | 211 |
| Análisis de Impactos | 211 |
| Impacto socioeconómico | 212 |
| Impacto Educativo | 213 |
| Impacto Empresarial | 214 |
| Impacto Ambiental..... | 215 |
| Resumen de Impactos | 216 |
| CONCLUSIONES | 217 |
| RECOMENDACIONES..... | 219 |
| SIGLAS..... | 221 |
| BIBLIOGRAFÍA | 222 |
| ANEXOS | 225 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1 1 Población investigada del taller artesanal “Leo” | 31 |
| Tabla 1 2 Objetivos que el taller desea alcanzar | 32 |
| Tabla 1 3 Clima laboral en el taller “Leo” | 33 |
| Tabla 1 4 Condiciones laborales que ofrece el taller | 34 |
| Tabla 1 5 Espacio de trabajo | 35 |
| Tabla 1 6 Vestimenta de trabajo | 36 |
| Tabla 1 7 Capacitaciones y conocimiento empírico | 37 |
| Tabla 1 8 Capacitaciones recibidas en el taller | 38 |
| Tabla 1 9 Sugerencias a los propietarios del taller | 39 |
| Tabla 1 10 Control del trabajo | 40 |
| Tabla 1 11 Motivación al personal..... | 41 |
| Tabla 1 12 Costo de Producción mensual..... | 45 |
| Tabla 1 13 Producción semanal y mensual..... | 45 |
| Tabla 1 15 Precios de venta | 46 |
| Tabla 3 1 Población Económicamente Activa urbana de Cotacachi | 93 |
| Tabla 3 2 Principales productores y comercializadores de artesanías de cuero | 93 |
| Tabla 3 3 Género..... | 95 |
| Tabla 3 4 Nivel de educación..... | 96 |
| Tabla 3 5 Edad | 97 |
| Tabla 3 6 Ocupación | 98 |
| Tabla 3 7 Conocimiento de la existencia del taller “Leo” en Cotacachi | 99 |
| Tabla 3 8 Artículos de cuero que consumen al año | 100 |
| Tabla 3 9 Preferencia de compra por artículos de cuero..... | 101 |
| Tabla 3 10 Diseños de preferencia en las compras | 102 |
| Tabla 3 11 Preferencia de artículos de cuero | 103 |
| Tabla 3 12 Preferencias en colores | 104 |
| Tabla 3 13 lugares de compra de artículos de cuero..... | 105 |
| Tabla 3 14 Meses en los que compra más artículos de cuero | 106 |
| Tabla 3 15 Predominancia al momento de adquirir un producto..... | 107 |
| Tabla 3 16 Precio promedio que paga por los artículos..... | 108 |
| Tabla 3 17 Publicidad | 110 |
| Tabla 3 18 Producción y mercado meta..... | 113 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 3 19 Utilidad y precios..... | 114 |
| Tabla 3 20 Proceso productivo y planes para contrarrestar la competencia..... | 115 |
| Tabla 3 21 Análisis de la demanda..... | 118 |
| Tabla 3 22 Demanda Actual..... | 120 |
| Tabla 3 23 Proyección de la demanda..... | 120 |
| Tabla 3 24 Oferta Actual..... | 121 |
| Tabla 3 25 Proyección de la oferta..... | 122 |
| Tabla 3 26 Demanda insatisfecha..... | 123 |
| Tabla 3 27 Proyección de precios bajos..... | 123 |
| Tabla 3 28 Proyección de precios altos..... | 124 |
| Tabla 3 29 Proyección de la demanda..... | 128 |
| Tabla 4 1 Tecnología maquinaria..... | 129 |
| Tabla 4 2 Costos de ampliación adecuación oficina..... | 136 |
| Tabla 4 3 Herramientas..... | 137 |
| Tabla 4 4 Mobiliario de oficina..... | 138 |
| Tabla 4 5 Suministros de Oficina..... | 138 |
| Tabla 4 6 Equipo de computación..... | 139 |
| Tabla 4 7 Resumen Inversión Fija Ampliación..... | 139 |
| Tabla 4 8 Sueldos y salarios (operarios)..... | 140 |
| Tabla 4 9 Materia Prima Cuero..... | 141 |
| Tabla 4 10 Cantidad de chaquetas por género..... | 142 |
| Tabla 4 11 Cantidad de carteras por cuero..... | 142 |
| Tabla 4 13 Materiales..... | 143 |
| Tabla 4 14 Costos Indirectos de Fabricación..... | 144 |
| Tabla 4 15 Otros gastos indirectos de Fabricación..... | 145 |
| Tabla 4 16 Gastos de servicios básicos e internet..... | 145 |
| Tabla 4 17 Adecuación de la oficina..... | 146 |
| Tabla 4 18 Gasto Administrativo Personal..... | 146 |
| Tabla 4 19 Remuneraciones IESS..... | 147 |
| Tabla 4 20 Sueldo vendedor..... | 147 |
| Tabla 4 21 Otros gastos de venta..... | 147 |
| Tabla 4 22 Inversión Diferida..... | 148 |
| Tabla 4 23 Capacitación personal..... | 148 |
| Tabla 4 24 Capital de trabajo..... | 149 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 4 25 Inversión Total del proyecto | 149 |
| Tabla 4 26 Financiamiento..... | 150 |
| Tabla 5 1 Estado de situación inicial o de arranque..... | 152 |
| Tabla 5 2 Precios proyectados promediados..... | 154 |
| Tabla 5 3 Ingresos proyectados por producto | 155 |
| Tabla 5 4 Proyección precios de cuero | 156 |
| Tabla 5 5 Proyección cantidades de cuero | 156 |
| Tabla 5 6 Proyección costos cuero..... | 156 |
| Tabla 5 7 Proyección material | 157 |
| Tabla 5 8 Proyección Sueldos y salarios..... | 157 |
| Tabla 5 9 Proyección Costos indirectos de fabricación | 158 |
| Tabla 5 10 Proyección Otros gastos indirectos de Fabricación | 158 |
| Tabla 5 11 Resumen Proyección Costos de Producción..... | 159 |
| Tabla 5 12 Proyección Gasto administrativo Personal | 159 |
| Tabla 5 13 Proyección gastos de servicios básicos e internet..... | 160 |
| Tabla 5 14 Proyección Suministros de oficina | 160 |
| Tabla 5 15 Resumen Proyecciones Gastos Administrativos..... | 161 |
| Tabla 5 16 Proyección Sueldo vendedor | 161 |
| Tabla 5 17 Proyección Otros gastos de venta | 162 |
| Tabla 5 18 Resumen Proyecciones Gastos de Venta | 162 |
| Tabla 5 19 Tabla de amortización..... | 163 |
| Tabla 5 20 Pago de Capital e interés..... | 164 |
| Tabla 5 21 Activos Fijos | 164 |
| Tabla 5 22 Depreciación Ampliación | 165 |
| Tabla 5 24 Estado de Pérdidas y Ganacias proyectado..... | 166 |
| Tabla 5 25 Cálculo Impuesto a la Renta Persona Natural | 167 |
| Tabla 5 36 Flujo de Efectivo Financiero..... | 173 |
| Tabla 5 37 Costo de Oportunidad | 173 |
| Tabla 5 38 Tasas Costo de Oportunidad | 174 |
| Tabla 5 39 Valor Actual Neto | 174 |
| Tabla 5 40 Cálculo del VAN tasa inferior | 175 |
| Tabla 5 41 Cálculo del VAN tasa superior | 176 |
| Tabla 5 42 Cálculo Tasa Interna de Retorno | 176 |
| Tabla 5 43 Flujos netos acumulados | 177 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 5 44 Calculo tiempo de recuperación de la inversión | 177 |
| Tabla 5 45 Índice beneficio-costo..... | 178 |
| Tabla 5 46 Clasificación de costos fijos y variables | 178 |
| Tabla 5 47 Precio Promedio Punto de Equilibrio. | 179 |
| Tabla 5 48 Cálculo Punto de Equilibrio en dólares y unidades | 179 |
| Tabla 5 49 Resumen Evaluadores Financieros | 180 |
| Tabla 7 1 Impacto socioeconómico | 212 |
| Tabla 7 2 Impacto Educativo | 213 |
| Tabla 7 3 Impacto Empresarial | 214 |
| Tabla 7 4 Impacto Ambiental | 215 |
| Tabla 7 5 Resumen de Impactos | 216 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|---|-----|
| Cuadro 1 1 Matriz de Relación Diagnóstico | 30 |
| Cuadro 1 2 Matriz FODA | 51 |
| Cuadro 1 3 Estrategias FA, FO, DO, DA | 52 |
| Cuadro 3 1 Matriz de variables de mercado | 91 |
| Cuadro 3 2 Aspectos de ampliación entrevistas | 111 |
| Cuadro 3 3 Tiempo de funcionamiento y mercadería..... | 112 |
| Cuadro 3 4 Crecimiento económico y ampliación..... | 116 |
| Cuadro 3 5 Segmento de mercado | 117 |
| Cuadro 4 1 Simbología del flujograma de procesos según norma ANSI | 130 |
| Cuadro 4 2 Espacio físico | 134 |
| Cuadro 4 3 Talento humano..... | 140 |
| Cuadro 5 1 Impuesto a la renta persona natural año 2016..... | 167 |
| Cuadro 6 1 Estructura Funcional Gerente..... | 185 |
| Cuadro 6 2 Estructura Funcional Contador | 186 |
| Cuadro 6 3 Estructura Funcional Vendedor..... | 188 |
| Cuadro 6 4 Estructura Funcional Operario Cortador..... | 189 |
| Cuadro 6 5 Estructura Funcional Operario Armador..... | 190 |
| Cuadro 6 6 Estructura Funcional Operario Cosedor..... | 191 |
| Cuadro 6 7 Estructura Funcional Agente de Control de calidad | 192 |
| Cuadro 7 1 Grado de evaluación de los indicadores de impacto | 211 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|-----|
| Gráfico 1 1 Objetivos que el taller desea alcanzar | 32 |
| Gráfico 1 2 Clima laboral en el taller “Leo” | 33 |
| Gráfico 1 3 Condiciones Laborales del Taller | 34 |
| Gráfico 1 4 Espacio de trabajo | 35 |
| Gráfico 1 5 Vestimenta de trabajo | 36 |
| Gráfico 1 6 Capacitaciones y conocimiento empírico | 37 |
| Gráfico 1 7 Capacitaciones recibidas en el taller | 38 |
| Gráfico 1 8 Sugerencias a los propietarios del taller | 39 |
| Gráfico 1 9 Control del trabajo | 40 |
| Gráfico 1 10 Motivación al personal | 41 |
| Gráfico 3 1 Logotipo..... | 92 |
| Gráfico 3 2 Género..... | 95 |
| Gráfico 3 3 Nivel de educación | 96 |
| Gráfico 3 4 Edad | 97 |
| Gráfico 3 5 Ocupación | 98 |
| Gráfico 3 6 Conocimiento de la existencia del taller “Leo” en Cotacachi | 99 |
| Gráfico 3 7 Artículos de cuero..... | 100 |
| Gráfico 3 8 Preferencia de compra por artículos de cuero..... | 101 |
| Gráfico 3 9 Diseños de preferencia en las compras | 102 |
| Gráfico 3 10 Preferencia de artículos de cuero | 103 |
| Gráfico 3 11 Preferencias en colores | 104 |
| Gráfico 3 12 Lugares de compra de artículos de cuero | 105 |
| Gráfico 3 13 Meses en los que compra más artículos de cuero | 106 |
| Gráfico 3 14 Predominancia al momento de adquirir un producto..... | 107 |
| Gráfico 3 15 Precio promedio que paga por los artículos..... | 108 |
| Gráfico 3 16 Publicidad | 110 |
| Gráfico 4 1 Flujograma del proceso productivo | 131 |
| Gráfico 4 2 Planta de Producción | 135 |
| Gráfico 4.4 1 Plano Planta de Producción | 135 |
| Gráfico 4 3 Área de comercialización | 135 |
| Gráfico 4.5 1 Plano Área administrativa..... | 136 |
| Gráfico 6 1 Estructura Organizacional | 184 |

PRESENTACIÓN

Para la realización de este proyecto, fue importante diagnosticar la situación del taller artesanal “Leo”, donde se establecieron objetivos para tener metas claras a alcanzar, observando las principales problemáticas que enfrenta y buscando las alternativas para solucionarlo.

Por otro lado se realizó la observación directa a la empresa; mediante visitas donde se obtuvo datos y logrando así analizar la capacidad productiva del taller. Para conocer la forma y procesos de producción se aplicó un cuestionario que posteriormente se utilizó como una técnica de encuestas dirigidas a los empleados.

Las entrevistas se realizaron a los propietarios; con preguntas referentes a los elementos administrativos y financieros que aplican, indagando también con preguntas de los procesos de comercialización.

Esta investigación está orientada al establecimiento de un marco teórico, que permite sustentar los términos incluidos en el estudio de factibilidad para la ampliación del taller “Leo”. Para su construcción se estableció de forma precisa los términos que constituyen como parte del problema y la investigación, expresando las ideas principales y secundarias.

En esta etapa se reunió información que considere la conceptualización específica de las operaciones del negocio; en este caso el taller “Leo”, y el análisis teórico de las hipótesis que se consideran antes de la ampliación. Esto se realizó mediante la identificación de fuentes secundarias sobre las cuales se diseñó la investigación propuesta; es decir, lectura de textos en internet, libros especializados que traten sobre el estudio, revistas, tesis de grado y otros documentos de investigación similares. Revisando también los autores y las revisiones bibliográficas.

Se realizó un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda en cuanto a la elaboración de artículos de cuero. Donde se intenta visualizar el panorama actual del entorno donde se encuentra el producto; aplicando para esto una investigación exploratoria, analizando los datos secundarios, observando las conductas del mercado meta y buscando información primaria mediante la investigación basada en la observación del taller, entrevistas y encuestas a los propietarios trabajadores y consumidores; algunos de estos aspectos evaluados ya en el diagnóstico situacional.

En el Estudio Técnico se determina la infraestructura mediante la elaboración de un plano de la planta de producción, el tipo de maquinaria que actualmente posee y la que se desea implementar. Analizando la situación económica en que incurrirá la ejecución del proyecto, y el respectivo proceso productivo.

Se determinó además la inversión y financiamiento, los costos e ingresos del desarrollo de la ampliación permitiendo conocer su viabilidad encontrando rentabilidad y recuperación de la inversión, y para esto se tomó en cuenta el Valor Actual Neto permitiendo analizar la diferencia entre ingresos y egresos; por otra parte también el cálculo de la Tasa Interna de Retorno para la toma de decisiones en cuanto a la inversión y otros índices financieros.

Se diseñó una distribución orgánica estructural y funcional para el taller “Leo” especificando funciones que desempeñarán cada persona que conforme el mismo, estableciendo la Misión y Visión que debe enfocarse para este taller al considerarlo como empresa, aplicando también políticas de ventas, estableciendo valores y principios.

Finalmente se determinó aspectos positivos y negativos como impactos que generan la investigación y ampliación del taller “Leo” en el campo socioeconómico, educativo, empresarial, ambiental.

JUSTIFICACIÓN

El cantón Cotacachi se ha convertido en un sector de desarrollo comercial en la industria artesanal del cuero, sus productores buscan cada vez mejorar sus estrategias; llegando a ser más competitivos. Este estudio desea contribuir con una mejora en el Taller “Leo”, mismo que se dedica a la producción y comercialización de ropa de cuero, encontrando alternativas de solución a sus debilidades. Al mismo tiempo contribuir al crecimiento económico generado por el turismo en el cantón; para esto se necesita desarrollo empresarial, con una producción que se adapte a las exigencias de los consumidores y una eficiente gestión en sus procesos. Estableciendo metas que permitan el alcance de técnicas de producción y comercialización importantes, enfocándose en la visión, misión y valores, y de no existir lograr su diseño e implementación.

Se ha visto la necesidad de plantear una evaluación en los procesos dentro de las áreas que conforman el taller artesanal “Leo”, mediante un seguimiento y evaluación que permite el fortalecimiento de la industria artesanal del cuero con la finalidad de mejorar la calidad, el control de la gestión, la satisfacción de los clientes, eficiencia y eficacia.

Así también contribuyendo a lo mencionado en el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir “Impulsar la transformación de la Matriz Productiva”, *”Buscando fortalecer las industrias estratégicas y sus encadenamientos productivos y dinamizando los sectores de la economía en sus procesos productivos, como también habla consolidando la transformación productiva de los sectores prioritarios industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan la capacidad de innovación y de aprendizaje colectivo”*

(PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, 2014)

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la ampliación del taller artesanal “Leo” en la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura.

Objetivos Específicos

1. Diagnosticar la situación actual del taller artesanal “Leo”, identificando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, observando la posibilidad de invertir en una ampliación.
2. Establecer un marco teórico que permita sustentar los términos que incluirán en el estudio de factibilidad para la ampliación del taller “Leo”
3. Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda en cuanto a la elaboración de artículos de cuero del taller “Leo” y su aceptación en el mercado.
4. Investigar los requerimientos técnicos para la correcta ejecución del negocio, mediante el establecimiento de aspectos logísticos, de diseño y fabricación.
5. Determinar la inversión y financiamiento, los costos e ingresos del desarrollo de la ampliación que permitan conocer su viabilidad.
6. Diseñar una distribución orgánica estructural y funcional para el taller “Leo.”
7. Determinar los posibles impactos; socio económico, educativo, empresarial y ambiental como resultado de la ampliación del taller “Leo”.

METODOLOGÍA UTILIZADA

La elaboración de este trabajo se determinó de manera cualitativa aplicando un análisis descriptivo del problema y su respectivo planteamiento de solución a través de las encuestas dirigidas al mercado meta y las entrevistas que se realizaron a los competidores, propietarios y trabajadores del taller “Leo”, permitiendo formular conclusiones reales en base a la información recolectada y cuantitativa al realizar un análisis dentro del ámbito económico al indagar en datos como la determinación de oferta, demanda, rentabilidad y la generación de datos estadísticos en las encuestas que solo se logró midiendo en términos numéricos para finalmente interpretar los resultados, permitiendo así conocer información referente a la ampliación del taller y finalmente sintetizando la información teórica recopilada, lo que ayudó a la investigación proyecto, llegando a conclusiones precisas sobre el tema.

.

CAPITULO I

1. Diagnóstico Situacional

1.1. Antecedentes diagnósticos

Cotacachi es uno de los cantones de la provincia de Imbabura, ubicado a 80 km al norte de Quito y 25 km al sur de Ibarra con una superficie de 1725.7 Km², posee un clima promedio entre los 15 y 18° C y su población total actual es de 44.772 habitantes según el Censo poblacional 2010. Conocido también como uno de los principales cantones con atracciones turísticas por sus maravillas naturales, étnicas, culturales, pero sobre todo la producción y comercialización de artículos de cuero.

En Cotacachi una de las mayores fuentes de trabajo proviene del sector manufacturero relacionado a la curtiembre, lugar donde se desarrolló el presente proyecto, tomado como elemento de análisis al taller artesanal “Leo”, a fin de determinar la situación del mismo como las posibles falencias en el desarrollo de sus actividades para después establecer estrategias de mejora que permitan la solución del problema.

El taller artesanal “Leo” viene funcionando desde hace 17 años, ofreciendo una amplia gama de productos a nivel local, provincial, nacional e internacional. Dedicándose principalmente a la elaboración de ropa de cuero desde el año 1998 cuando fue constituido legalmente, sin embargo esta actividad productiva la han realizado en su taller desde 1978. La administración del taller ha sido empírica, sin conocimientos técnicos, inició con poca maquinaria y escasa materia prima, haciendo que su producción y comercialización no satisfagan completamente al mercado. A medida que el tiempo pasa el taller fue creciendo

progresivamente y fueron apareciendo nuevos clientes cada vez más exigentes en cuanto a calidad y cantidad del producto ofertante.

Durante los últimos 7 años su producción ha crecido debido al incremento de pedidos nacionales e internacionales, actualmente cuenta con 4 máquinas industriales rectas y 3 mesas adecuadas para curtiembre, materia prima e insumos necesarios para la producción, pero con el incremento de demanda aún no se logra conseguir el volumen necesario para abastecer completamente al consumidor, cuenta con 7 trabajadores entre cortadores, armadores, cocedores y la vendedora, sus instalaciones son adecuadas pero es necesaria una organización para acelerar el proceso de producción y es esencial la implementación en maquinaria, incremento de personal administrativo, espacio físico y otros aspectos a considerar para cubrir la demanda permitiendo ofrecer un mejor producto a los clientes. El taller se encuentra ubicado entre las calles Gonzales Suárez y 24 de Mayo, en el cantón Cotacachi, sus propietarios, Leonardo Alvear y Cumandá Morales, son parte importante de la producción y ventas en este negocio.

Sus productos se comercializan en el almacén “Confecciones Leo” ubicado en la calle 10 de Agosto de la misma ciudad, también envían sus productos elaborados a países del exterior como España y Hungría.

Pese a tener una excelente acogida en el mercado, el taller posee aún ciertos aspectos por construir y mejorar, como son la misión y visión empresarial, políticas internas, factores relacionados con el establecimiento de estrategias de mercado para el incremento de producción, estructura orgánica funcional, organización del taller, entre otros.

Frente a esto, existe la necesidad de ampliar el taller “Leo”, para incrementar la producción de la industria del cuero, y cubrir la demanda de los clientes, ofreciendo productos

de calidad a precios justos y lograr ser más competitivos en el mercado local, nacional e internacional implementando estrategias de mejoramiento y desarrollo para el taller.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Diagnosticar la situación actual del taller artesanal “Leo”, identificando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, observando la posibilidad de invertir en una ampliación.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Evaluar el sistema organizacional del talento humano existente en el taller artesanal “Leo”
- Conocer los procesos de producción del taller artesanal.
- Analizar los procesos de comercialización en el mercado que aplica el taller.

1.3. Variables

- Sistema organizacional
- Capacidad Productiva Instalada
- Mercado.

1.4. Indicadores

1.4.1. Variable: Sistema Organizacional.

- Objetivos
- Clima Laboral
- Condiciones Laborales
- Capacitación
- Comunicación
- Motivación

1.4.2. Variable: Capacidad Productiva Instalada

- Infraestructura
- Control Interno
- Maquinaria
- Proceso de Producción
- Calidad
- Costo de producción
- Capacidad productiva

1.4.3. Variable: Mercado.

- Precio
- Canales de comercialización
- Mercado
- Publicidad y marketing
- Rentabilidad
- Demanda
- Proveedores

1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

Cuadro 1 Matriz de Relación Diagnóstica

| OBJETIVOS | VARIABLES | INDICADORES | FUENTES DE INFORMACIÓN | TÉCNICAS |
|---|--------------------------------|---|-------------------------------|-------------------------------------|
| Evaluar el sistema organizacional del talento humano existente en el taller artesanal Leo | Sistema Organizacional | Objetivos Clima Laboral Condiciones Laborales Capacitación Comunicación Motivación | Trabajadores | Observación, Encuestas. |
| Conocer la forma y procesos de producción del taller artesanal. | Capacidad productiva instalada | Infraestructura Control Interno Maquinaria Proceso de Producción Calidad Costo de producción Capacidad productiva | Propietaria, trabajadores. | Observación, entrevistas. |
| Analizar los procesos de comercialización en el mercado que aplica el taller. | Mercado | Precio Canales de comercialización Mercado Publicidad y marketing Rentabilidad Demanda Proveedores | Propietaria, vendedor. | Encuestas, entrevistas, documentos. |

Fuente: Entrevistas y Encuestas Taller Leo.

Elaborado por: La autora

1.6. Operativización diagnóstica

1.6.1. Población investigada

La población considerada en este diagnóstico y que se encuentra en esta unidad de análisis son los 6 trabajadores y la propietaria del taller “Leo”, a quienes se les realizó entrevistas referentes al área de producción y comercialización.

Tabla 1 Población investigada del taller artesanal “Leo”

| Población | No. De Población |
|------------------------|-------------------------|
| Propietario del taller | 1 |
| Obreros del taller | 5 |
| Vendedor | 1 |
| Total | 7 |

Fuente: Información del taller artesanal “Leo”

Elaborado por: La autora.

1.6.2. Técnicas de investigación

Con el fin de obtener suficiente información para realizar el presente diagnóstico, se aplicaron los siguientes instrumentos y técnicas de recopilación de datos:

a) Entrevista

Se aplicó un cuestionario de entrevista a la propietaria del taller “Leo”

b) Encuesta

Se aplicó un cuestionario de encuesta a los 6 trabajadores del taller “Leo”

1.7. Análisis y tabulación de la información

1.7.1. Resultados de encuestas aplicadas a los trabajadores del taller “Leo”

En su concepto ¿cuáles son los objetivos que el taller desea alcanzar?

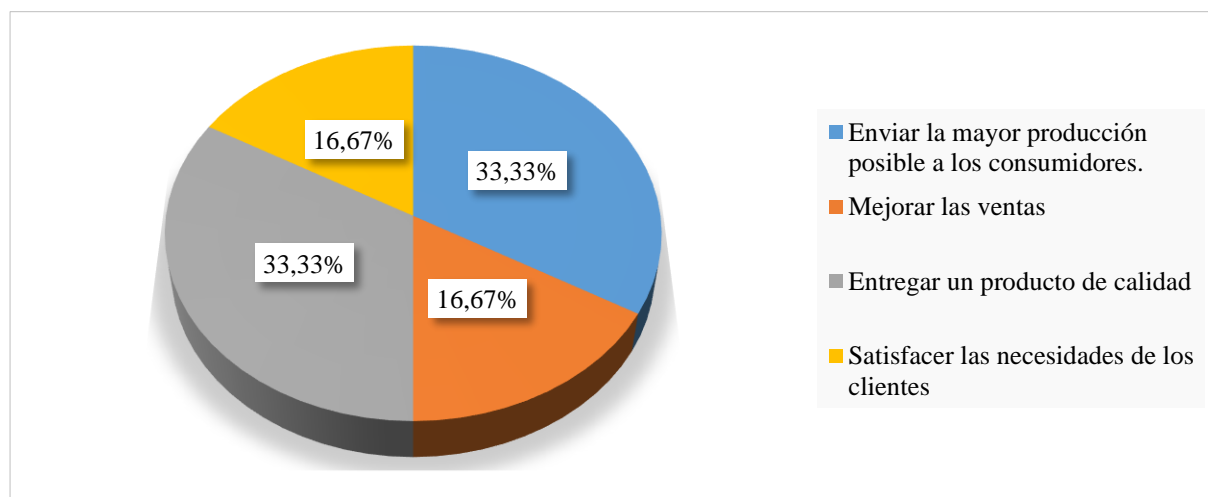
Tabla 1 2 Objetivos que el taller desea alcanzar

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|-------------|
| Enviar la mayor producción posible a los consumidores. | 2 | 33,33% |
| Mejorar las ventas | 1 | 16,67% |
| Entregar un producto de calidad | 2 | 33,33% |
| Satisfacer las necesidades de los clientes | 1 | 16,67% |
| TOTAL | 6 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller “Leo”

Elaborado por: La autora

Gráfico 1 1 Objetivos que el taller desea alcanzar



Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller “Leo”

Elaborado por: La autora

Análisis

Un porcentaje mayoritario de los trabajadores, manifestaron que los objetivos que el taller desea alcanzar es enviar la mayor producción posible a los consumidores y entregar un producto de calidad, mientras que otra minoría se enfocaron a mejorar las ventas, y satisfacer las necesidades de los clientes.

De acuerdo a este análisis se observó que todos los trabajadores del taller están enfocados a desempeñar su trabajo con eficiencia y eficacia, buscando la mejora continua del taller y la satisfacción de sus clientes demostrando su calidad tanto en la producción como en la comercialización del producto.

¿Cómo considera el clima laboral en el taller “Leo”?

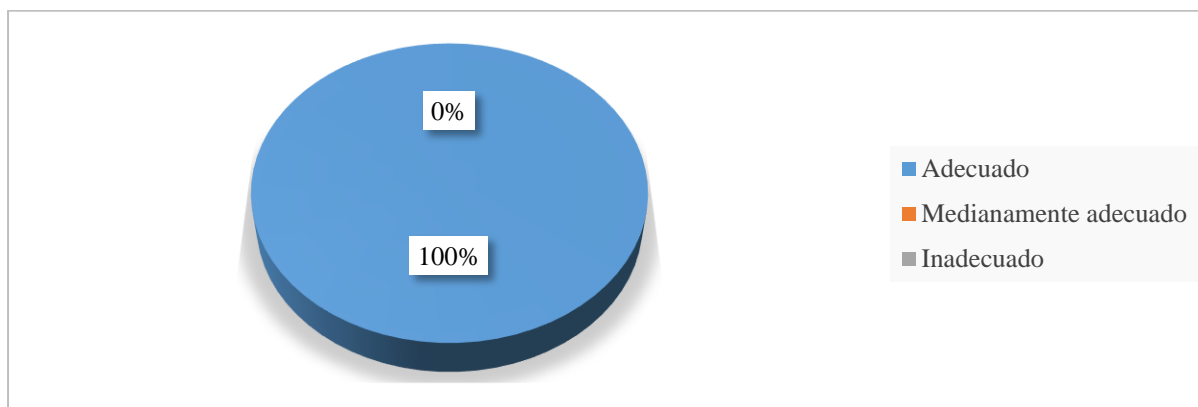
Tabla 1 3 Clima laboral en el taller “Leo”

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|-------------|
| Adecuado | 6 | 100% |
| Medianamente adecuado | 0 | 0% |
| Inadecuado | 0 | 0% |
| TOTAL | 6 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller “Leo”

Elaborado por: La autora

Gráfico 1 2 Clima laboral en el taller “Leo”



Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller “Leo”

Elaborado por: La autora

Análisis

Todos los trabajadores manifestaron que el clima laboral en el taller “Leo” es adecuado estableciendo que el entorno donde se desarrolla su trabajo cotidiano les es satisfactorio, por lo tanto se puede decir que quienes conforman el taller poseen valores tales como el compañerismo, responsabilidad, respeto, lealtad y honestidad.

¿Está de acuerdo con las condiciones laborales que ofrece el taller?

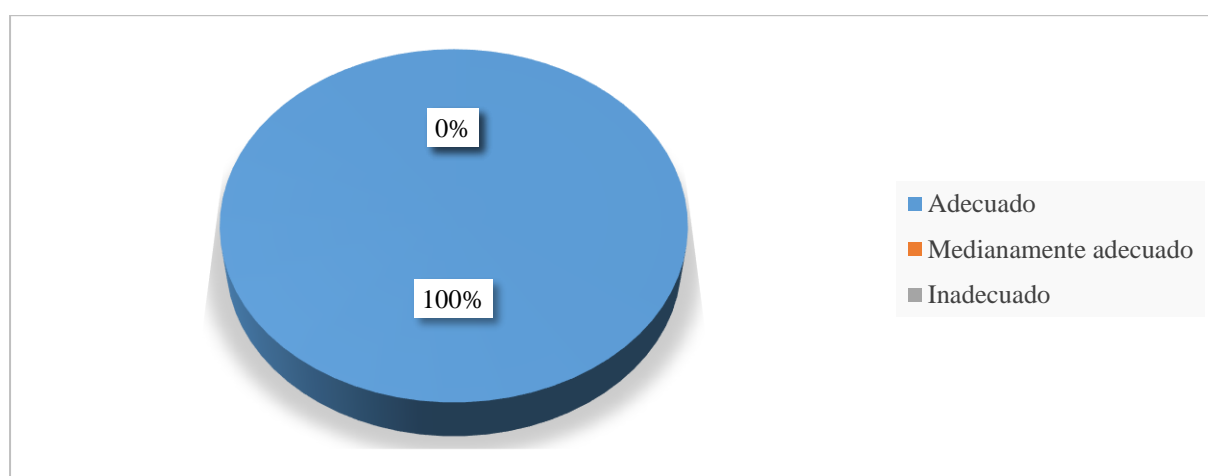
Tabla 1 4 Condiciones laborales que ofrece el taller

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|-------------|
| Adecuado | 6 | 100% |
| Medianamente adecuado | 0 | 0% |
| Inadecuado | 0 | 0% |
| TOTAL | 6 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller “Leo

Elaborado por: La autora

Gráfico 1 3 Condiciones Laborales del Taller



Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller “Leo

Elaborado por: La autora

Análisis

Los trabajadores encuestados indicaron que están de acuerdo con las condiciones laborales que el taller ofrece, se sienten satisfechos con las labores que desempeñan y la respectiva remuneración y en caso de laborar de manera extra son remunerados dependiendo de las horas, además supieron manifestar que se encuentran con los beneficios sociales correspondientes. Por lo tanto en el taller el factor humano es esencial, estas condiciones contribuyen a que los miembros de la organización trabajen satisfactoriamente.

Considera usted que su espacio de trabajo es:

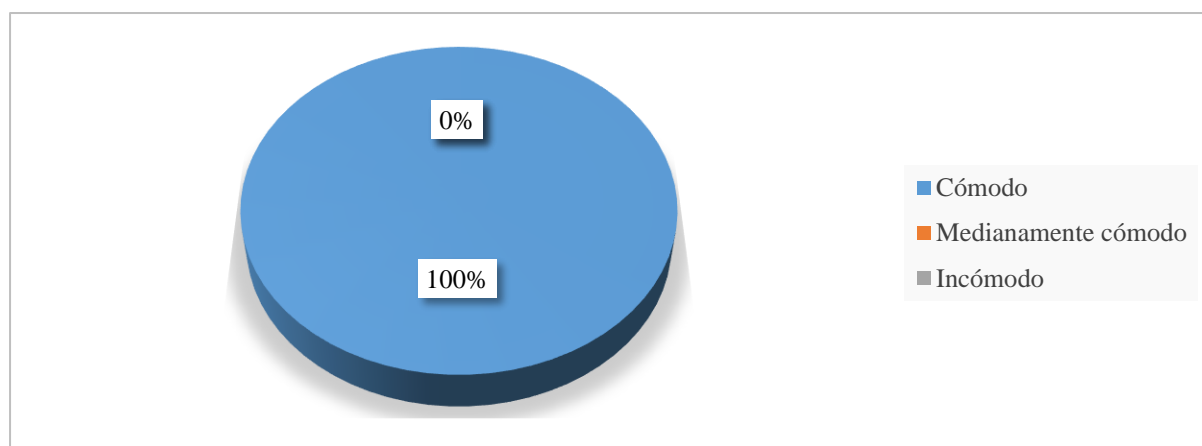
Tabla 1 5 Espacio de trabajo

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|-------------------|-------------------|
| Cómodo | 6 | 100% |
| Medianamente cómodo | 0 | 0% |
| Incomodo | 0 | 0% |
| TOTAL | 6 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller “Leo

Elaborado por: La autora

Gráfico 1 4 Espacio de trabajo



Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller “Leo

Elaborado por: La autora

Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas todos los trabajadores manifestaron que el espacio de trabajo es cómodo, existiendo un área suficiente para desempeñar sus funciones, colocar la materia prima, clasificar el cuero, realizar un control y despachar el producto elaborado, y como lo mencionó la propietaria el taller está diseñado para esta actividad, sin embargo es necesaria una adecuación en el orden dentro del taller para acelerar el proceso debido a que su producción está incrementando por la demanda de los clientes.

¿Cuál es la vestimenta que usted ocupa en su trabajo?

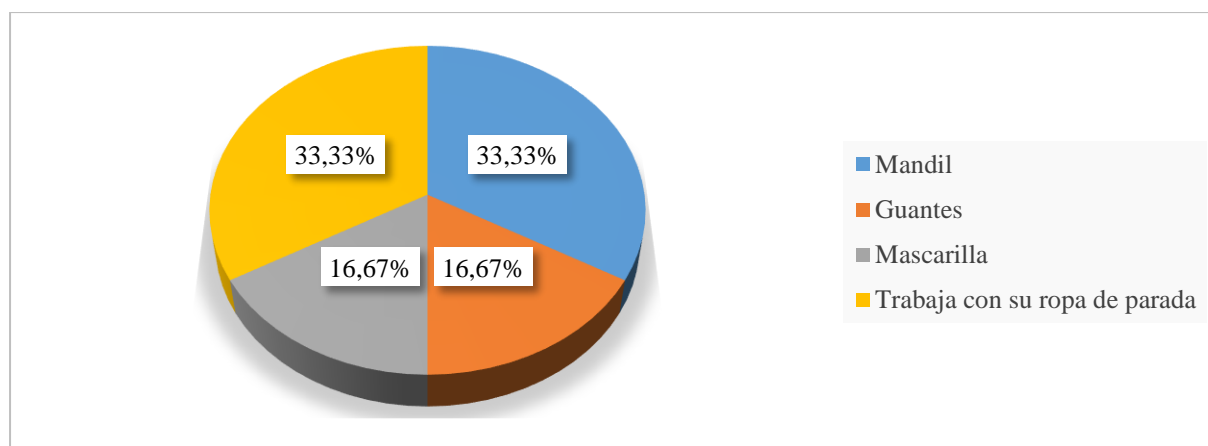
Tabla 1 6 Vestimenta de trabajo

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|-------------|
| Mandil | 2 | 33,33% |
| Guantes | 1 | 16,67% |
| Mascarilla | 1 | 16,67% |
| Trabaja con su ropa de parada | 2 | 33,33% |
| TOTAL | 6 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller "Leo"

Elaborado por: La autora

Gráfico 1 5 Vestimenta de trabajo



Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller "Leo"

Elaborado por: La autora

Análisis

El resultado de las encuestas refleja que los obreros le dan poca importancia a la vestimenta adecuada dentro del taller, algo que no resulta conveniente debido a los insumos que ocupan como el cemento de contacto, la solución pegante e incluso las herramientas y maquinaria como las maquinas, martillos, estiletes, entre otros; es necesario otorgar los uniformes y utensilios necesarios para brindar mayor seguridad a los trabajadores y motivarlos a mantenerse con los mismos mientras realicen sus actividades.

¿Considera usted que el trabajo que se realiza en el taller necesita capacitaciones o es suficiente con el conocimiento empírico?

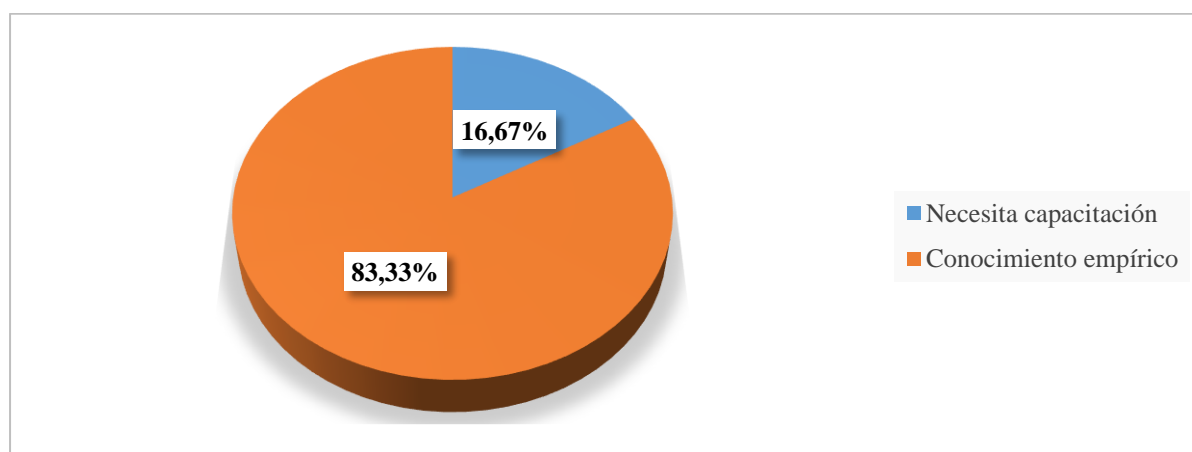
Tabla 1 7 Capacitaciones y conocimiento empírico

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|-------------------|-------------------|
| Necesita capacitación | 1 | 16,67% |
| Conocimiento empírico | 5 | 83,33% |
| TOTAL | 6 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller “Leo

Elaborado por: La autora

Gráfico 1 6 Capacitaciones y conocimiento empírico



Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller “Leo

Elaborado por: La autora

Análisis

Todos los operarios consideran que el conocimiento empírico es suficiente para la realización de su trabajo. Manifestaron que la experiencia que han adquirido en el transcurso de los años y las instrucciones dispuestas por la propietaria del taller y diseñadora como maestra talabartera ha sido suficiente para realizar un buen trabajo. Sin embargo la señorita vendedora hace un llamado a las capacitaciones para mejorar la producción en diseños.

Aunque la experiencia represente un gran aporte a la producción, se recomienda incluir las capacitaciones, donde se puede añadir mejoras a la práctica de esta actividad.

¿Qué tipo de capacitaciones ha recibido en el taller para desempeñar su trabajo?

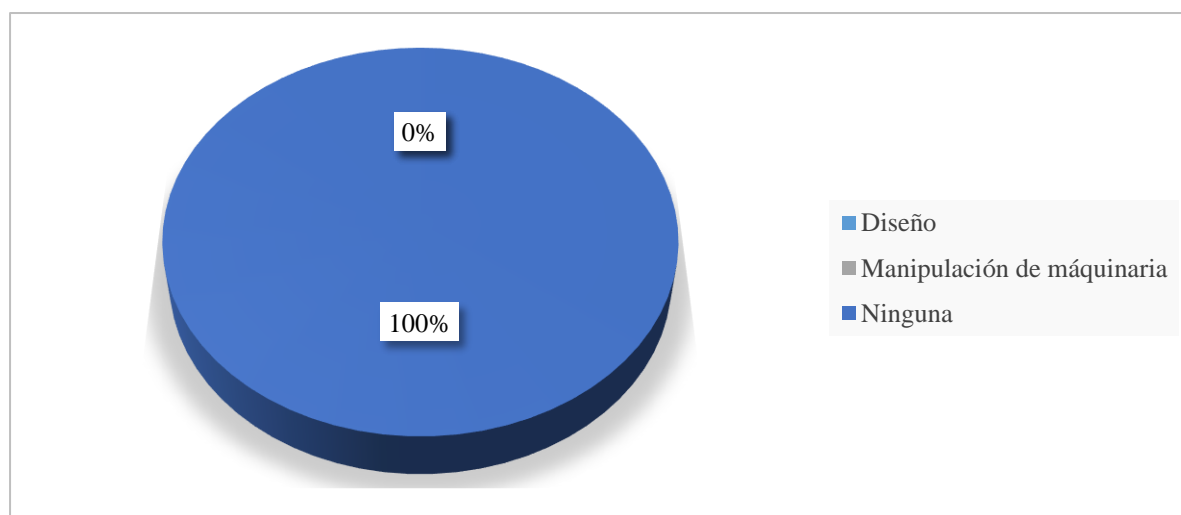
Tabla 1 8 Capacitaciones recibidas en el taller

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------|------------|-------------|
| Diseño | 0 | 0% |
| Manipulación de maquinaria | 0 | 0% |
| Ninguna | 6 | 100% |
| TOTAL | 6 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller “Leo

Elaborado por: La autora

Gráfico 1 7 Capacitaciones recibidas en el taller



Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller “Leo

Elaborado por: La autora

Análisis

Todos los trabajadores manifestaron que no han recibido ningún tipo de capacitaciones o charlas respecto a la curtiembre, producción o ventas, pero se considera importante para enriquecer su actividad manufacturera y conocimientos empíricos, ellos mismos dijeron que contribuiría a una mejora del taller y los productos que se elaboran. Esto da una iniciativa para innovar los procesos y artículos que se confecciona.

¿Ha realizado usted alguna sugerencia a los propietarios del taller con respecto a la producción y de qué tipo?

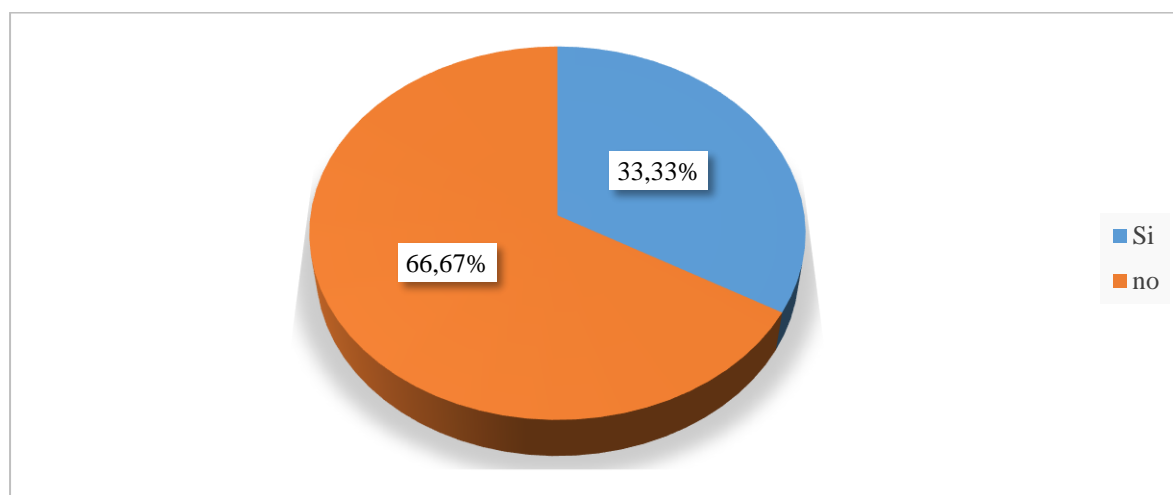
Tabla 1 9 Sugerencias a los propietarios del taller

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 2 | 33,33% |
| No | 4 | 66,67% |
| TOTAL | 6 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller "Leo"

Elaborado por: La autora

Gráfico 1 8 Sugerencias a los propietarios del taller



Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller "Leo"

Elaborado por: La autora

Análisis

La mayoría de los trabajadores encuestados indicaron que no han hecho ningún tipo de sugerencia a los propietarios respecto al negocio, y solo un maestro artesano y la vendedora dijeron que han hecho sugerencias respecto a los diseños de los productos y la manera en cómo obtener mayor rendimiento por la elaboración de los mismos. Esto nos demuestra una deficiencia en la comunicación, debiendo aportar a las relaciones entre trabajadores y jefes para proponer mejoras incluso se puede realizar talleres para interactuar sobre las actividades y fortalecer las relaciones interpersonales.

¿Existe un control del trabajo que usted desempeña?

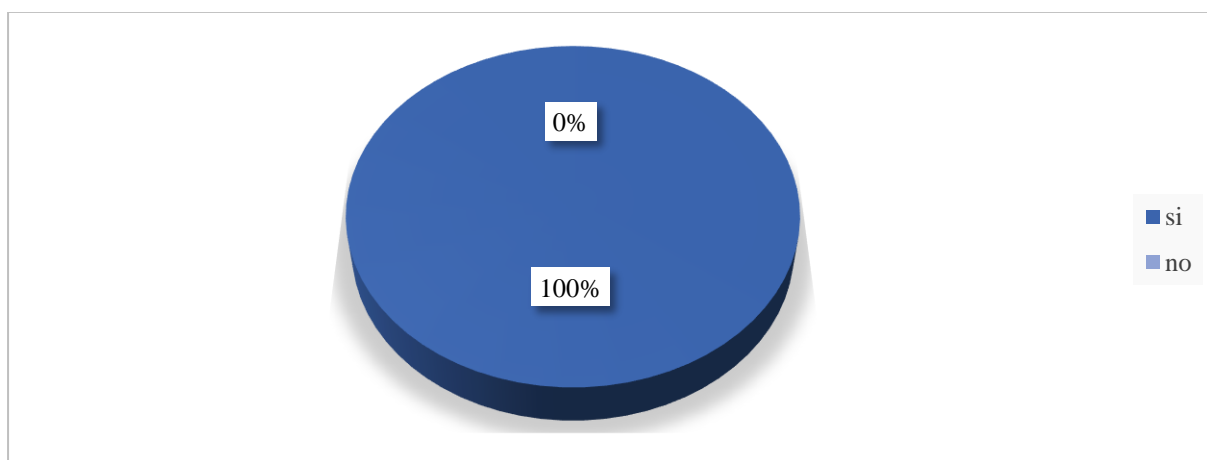
Tabla 1 10 Control del trabajo

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 6 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| TOTAL | 6 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller "Leo"

Elaborado por: La autora

Gráfico 1 9 Control del trabajo



Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller "Leo"

Elaborado por: La autora

Análisis

Según las encuestas realizadas todos los trabajadores indicaron que se realiza un seguimiento y control de cada tarea concluida por parte de la propietaria antes de que salga el producto final. Es fundamental la supervisión en cada proceso que realicen por lo tanto parte de la ampliación incluirá un personal apto para el control de calidad en todos los aspectos que incluyan especificaciones establecidas en cada etapa de elaboración del producto y podrá optar por mejoras con mecanismos y técnicas adecuadas.

¿Qué le gustaría que el taller realice para motivarlo (a) en su trabajo?

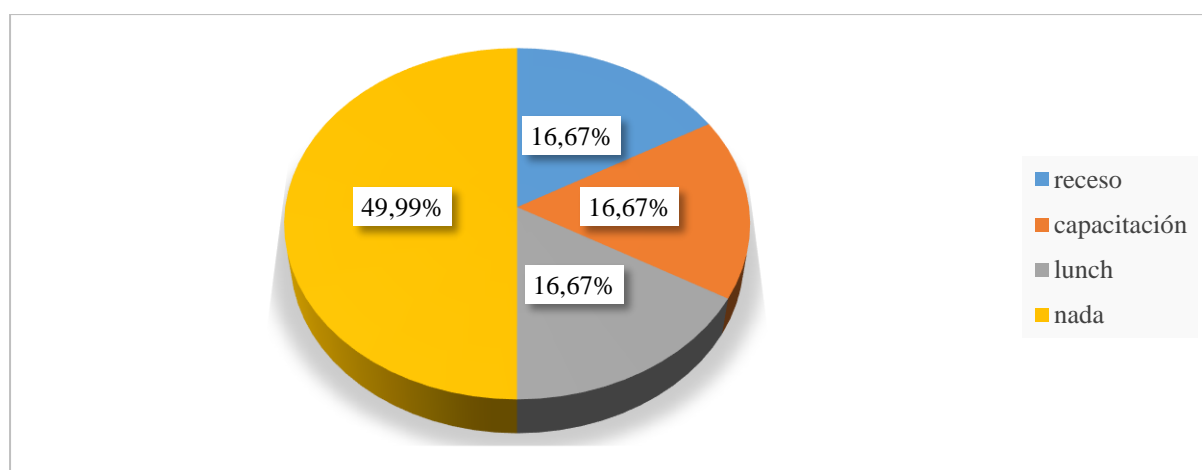
Tabla 1 11 Motivación al personal

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Receso | 1 | 16,67% |
| Capacitación | 1 | 16,67% |
| Lunch | 1 | 16,67% |
| Nada | 3 | 49,99% |
| TOTAL | 6 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller "Leo"

Elaborado por: La autora

Gráfico 1 10 Motivación al personal



Fuente: Encuestas aplicadas a los trabajadores del taller "Leo"

Elaborado por: La autora

Análisis

La mayor parte de los trabajadores indicaron que no desean nada para motivarlos en su trabajo diciendo que se sienten conformes con lo otorgado por el taller.

Pese a que el taller frece todos los beneficios sociales a los trabajadores, es necesario implementar capacitaciones; tanto para los trabajadores como para los propietarios, referente a lo administrativo y diseño como ya se mencionó en anteriores respuestas de esta encuesta, también se podría incluir el lunch en los talleres de integración.

1.7.2. Entrevista realizada al Propietario del taller

Nombre: Cumandá Morales

Fecha: 20/11/2015

Entrevista del Área de Producción

1. ¿Cuáles son los objetivos que tiene el taller?

- a) Mantener al negocio en el mercado y crecer en reconocimiento por calidad.
- b) Innovar procesos del taller y almacén.
- c) Incrementar las ventas.

2. ¿El espacio que tiene el taller es suficiente para poder realizar el trabajo de manera cómoda y adecuada?

Sí, el taller “Leo” está diseñado de acuerdo al trabajo que se debe realizar dentro, específicamente para la talabartería y con los trabajadores que se cuenta no existe problemas de falta de espacio.

3. ¿Existe un control e inspección de la producción desde el momento que ingresa la materia prima y de que forma la realiza?

Si (X) no ()

Al momento que llega la materia prima, se realiza una inspección de cómo ha sido la calidad del cuero o si no tiene fallas, después se procede a clasificar los colores de los cueros y se divide para hombre y mujer dependiendo del grosor.

Al final de todo el proceso por cada trabajador en su desempeño, se observa si han existido fallas, para proceder a solventarlas.

4. ¿Con que tipo de maquinaria cuenta el taller para la producción?

El taller cuenta con 5 máquinas planas para coser y desbastar SINGER BROTHER, adecuadas para el tratamiento del cuero. 2 mesas para cortar y 1 para armar.

5. ¿Cree que es necesario implementar nueva maquinaria utilizada para la fabricación del producto?

Por el momento no, pero al referirse a la ampliación si se necesitaría la introducción de maquinaria con mejor tecnología, lo que al mismo tiempo requeriría de capacitaciones para conocer sobre el uso de las mismas.

6. ¿Cuáles son las áreas en que se divide su planta de producción y que se realiza en cada una?

No son áreas divididas, el taller es uno solo en planta, pero se asigna 4 etapas a cada espacio:

- 1) Clasificación: En esta área se divide los insumos de acuerdo al proceso que vaya a seguir.
- 2) Corte: En esta etapa, dependiendo del producto a elaborar, se hacen moldes para proceder a armarlos. El cuidado en esta etapa debe ser para no desperdiciar el cuero en grandes cantidades.
- 3) Armado: Una vez que se tiene los moldes para cada producto se procede a emparejar los cortes con cemento de contacto y solución; un compuesto químico que sirve para pegar y se finaliza cosiendo los moldes y darle la forma al producto final.
- 4) Despacho: Se realiza una breve inspección de los productos antes de que salgan a exhibirse en el almacén o enviarlos por pedidos.

7. Con los pedazos que sobran de la producción ¿qué reutilización se le da?

En el proceso de cortado, suele quedar pedazos de cuero, importantes para la producción, como han tenido un costo no se los puede botar o regalar, sino que se vuelven a ocupar para la fabricación de pequeños productos como: monederos, cosmetiqueras, bolsos

pasaporte o sport, gorras, llaveros y si sobran hilachos o pedazos de cuero muy delgados, dependiendo de sus colores o forma se puede hacer adornos para bolsas.

8. ¿Qué considera usted que el taller necesita para elevar su producción?

Implementación de maquinaria ()

Talento humano capacitado (X)

Ampliar el espacio físico ()

Incremento del volumen de materia prima ()

Por ahora el taller cuenta con toda la maquinaria necesaria pero si se desea ampliar se debe capacitar al talento humano con respecto a los cambios.

9. Del 1 al 5, ¿En qué posición colocaría a la calidad que tienen los productos elaborados en su taller con respecto a la de otros talleres de Cotacachi?

1 2 3 4 5

Todos los artesanos de Cotacachi nos preocupamos por ofrecer productos de calidad y estamos en una constante competencia, siempre es necesario innovar los productos.

10. En un promedio mensual ¿cuál es el costo de producción que asigna a la fabricación?

Tabla 1 12 Costo de Producción mensual

| Mercadería | Costo mensual | Observación |
|---|----------------------|-------------------------------------|
| Cuero | 3.465,00 USD | Puede variar dependiendo de pedidos |
| Compra mochilas | 100,00 USD | Solo algunos meses |
| Telas | 600,00 USD | Varía dependiendo de la producción. |
| Gastos varios insumos (cemento de contacto, solución, hilos) | 415,00 USD | Varía dependiendo de la producción. |
| Pago a trabajadores | 1.340,00 USD | 6 trabajadores. |
| Total | 5.440,00 USD | |

Fuente: Entrevista Propietaria del Taller Leo

Elaborado por: La autora

11. Aproximadamente ¿Cuánto produce semanalmente y que artículos son los que más vende?

Tabla 1 13 Producción semanal y mensual

| Producto | Producción | |
|-----------------|-------------------|----------------|
| | Semanal | Mensual |
| Chaquetas | 20 | 80 |
| Bolsos | 8 | 32 |
| Carteras | 8 | 32 |
| Monederos | 75 | 300 |
| TOTAL | 111 | 444 |

Fuente: Entrevista Propietaria del Taller Leo

Elaborado por: La autora

Nota: Los pantalones que produce, son en fechas específicas o por pedidos en los meses de abril o junio.

12. De los productos señalados anteriormente, indique cuantos de los mismos no se alcanzan a producir para cubrir la demanda de pedidos.

Tabla 1 14 Demanda de pedidos no cubierta

| Producto | Número de pedidos no cubiertos | |
|--------------|--------------------------------|-----------|
| | semanal | mensual |
| Chaquetas | 2 | 8 |
| Bolsos | 2 | 8 |
| Carteras | 2 | 8 |
| Monederos | 0 | 0 |
| TOTAL | 6 | 24 |

Fuente: Entrevista Propietaria del Taller Leo

Elaborado por: La autora

Se espera producir en chaquetas de 22 a 23 artículos por semana y en bolsos y carteras 10 artículos, los monederos tienen un constante proceso y no hay pedidos de los mismos.

Entrevista del Área de Comercialización

1. ¿Indique los precios de venta de cada uno de los productos que fabrica su taller?

Tabla 1 15 Precios de venta

| Producto | Hombre | Mujer |
|----------------------|--------------------|-------------------|
| Chompas | De \$ 100 a \$ 140 | De \$ 90 a \$ 140 |
| Ponchos | | De \$ 25 a \$ 35 |
| Chalecos | \$ 90 | |
| Pantalones | \$ 120 | |
| Chales | | De \$ 20 a \$ 25 |
| Carteras | | De \$ 30 a \$ 50 |
| Bolsos | De \$ 30 a \$ 40 | |
| Billeteras | De \$ 5 a \$ 17 | |
| Estuches para libros | De \$ 20 a \$ 25 | |
| porta celulares | \$ 10 | |
| Monederos | De \$ 1 a \$ 3 | |
| Llaveros | \$ 1 y \$ 2 | |

Fuente: Entrevista Propietaria del Taller Leo

Elaborado por: La autora

Observación: Dependiendo de los detalles de los productos los precios pueden variar, pero se mantienen en estos montos.

2. ¿Qué tipo de distribución ocupa para llegar a los consumidores?

- a) Directa (produce va al consumidor)
- b) Corto (produce va a otros vendedores que entregan al consumidor)
- c) Largo (produce envía a vendedores mayoristas que entregan a vendedores minoristas para llegar al consumidor)

3. ¿De una breve explicación de cómo es el proceso de comercialización de su producto?

Corto: Hablan con los presidentes de las asociaciones en instituciones públicas o privadas para realizar una exposición del producto y luego lo entregan a quienes se muestren interesados en adquirirlo.

Directo: Llevan el producto terminado al almacén y se exhibe para la venta. También se envía a 2 clientes en el exterior.

4. Marque con una X ¿A qué mercado llega usted con su producto?

Nacional (X)

Indique cuales:

Almacén propio.

Internacional (X)

Indique cuales:

España: TYRE CAT

Guatemala: Manuel Argueti (Compra para volver a vender por internet)

5. ¿Qué estrategia comercial o a través de qué medios se ha dirigido a los consumidores para hacer conocer de su negocio?

Quando el almacén tuvo sus inicios, se difundió información por medio de la radio, también se sacaba la propaganda en páginas amarillas, ahora al ser más reconocidos en el

mercado, se entrega tarjetas de presentación a compradores, los mismos que son voceros a otros consumidores, las fundas estampadas y los calendarios han sido de gran ayuda para captar a nuevos clientes. También han ido a ferias nacionales donde se ha podido difundir información del negocio.

6. De lo siguientes productos indique en orden de mayor a menor según los ingresos que le genera:

- 1 Vestimenta (Chompas, abrigos, chalecos, pantalones, guantes, chales, correas)
4. Calzado (botas, botines, zapatos, sandalias)
2. Utensilios (Carteras, billeteras, bolsos, mochilas, cobertor de cantinfloras)
3. Monederos, manillas, estuches para libros, porta celulares, llaveros.

Nota: no fabrican cobertores de cantinfloras, ninguna línea de calzado y las mochilas compran a sus proveedores, no las elaboran en el taller.

7. ¿Con el número de empleados que cuenta es suficiente para cubrir la demanda del producto?

Es suficiente por ahora, en caso de incrementar la producción por temporada o al tratar este tema de ampliación se considera necesario añadir personal administrativo.

8. ¿Quiénes y de qué lugares son los proveedores de la materia prima que utiliza y porque los escogió?

Se cuenta con dos proveedores que son de Otavalo la Curtiduría Ayala y Ambato el señor Ángel Cárdenas, se escogió a estos proveedores porque producen cueros con variedad de colores, tiene buena calidad y el piesaje (medida) es de rendimiento. En cuanto a los insumos pequeños se los puede conseguir en cualquier almacén de telas , hilos o pegamento de Cotacachi pero principalmente se los adquiere en la Importadora Saavedra.

9. Indique el nivel de satisfacción de su proveedor de acuerdo a las siguientes afirmaciones:

Poco satisfecho ()

Satisfecho (X)

Muy satisfecho ()

Observación: Pese a que el cuero tiene buena calidad regularmente se encuentran fallas.

1.7.3. Análisis de los objetivos del Diagnóstico Situacional

1) Al evaluar el sistema organizacional del talento humano existente en el taller artesanal “Leo”, se pudieron determinar que los objetivos que tienen como perspectiva son:

- Enviar la mayor producción posible a los consumidores
- Entregar un producto de calidad
- Mejorar las ventas
- Satisfacer las necesidades de los clientes

Con un clima laboral adecuado y condiciones laborales aceptables, en cuanto a las capacitaciones mencionaron que no han tenido ninguna pero que es suficiente con lo que han observándose también que existe falta de comunicación entre subalternos y superiores con poca énfasis en la motivación del personal en su trabajo, existiendo deficiencia en la filosofía empresarial.

2) Los procesos de producción del taller artesanal son:

- Clasificación: En esta área se divide los insumos de acuerdo al proceso que vaya a seguir.
- Corte: En esta etapa, dependiendo del producto a elaborar, se hacen moldes para proceder a armarlos. El cuidado en esta etapa debe ser para no desperdiciar el cuero en grandes cantidades.

- **Armado:** Una vez que se tiene los moldes para cada producto se procede a emparejar los cortes con cemento de contacto y solución; un compuesto químico que sirve para pegar y se finaliza cosiendo los moldes y darle la forma al producto final.
- **Despacho:** Se realiza una breve inspección de los productos antes de que salgan a exhibirse en el almacén o enviarlos por pedidos.

3) Lo procesos de comercialización en el mercado que aplica el taller son:

Corto: Hablan con los presidentes de las asociaciones en instituciones públicas o privadas para realizar una exposición del producto y luego lo entregan a quienes se muestren interesados en adquirirlo.

Directo: Llevan el producto terminado al almacén y se exhibe para la venta. También se envía a 2 clientes en el exterior.

1.8. Construcción de la Matriz FODA

Esta matriz permite enfocarse tanto en los factores internos del taller como son las fortalezas y debilidades, si como también considerar lo factores externos como son las oportunidades y amenazas. Permitiendo identificar tanto los atributos de la empresa y utilizarlas como estrategias y las dificultades y riesgos que posea para encontrar una forma de mitigación.

Cuadro 1 2 Matriz FODA

| ANÁLISIS INTERNO | ANÁLISIS EXTERNO |
|---|---|
| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
| <p>Experiencia en la producción y comercialización de artículos de cuero en el mercado por parte del propietario.</p> <p>Cuenta con activos fijos propios, como: construcciones (planta de producción y ventas), maquinaria, materia prima, vehículo y deseo de ampliación en las mismas.</p> <p>Disponibilidad de recursos económicos para la ampliación del taller.</p> <p>La infraestructura de la planta de producción es cómoda.</p> <p>Motivación en el personal por la formación administrativa.</p> <p>Todos los trabajadores tienen beneficios sociales por parte de sus patronos.</p> | <p>Demanda permanente de artículos de cuero en Cotacachi.</p> <p>Introducción a un nuevo mercado que demande mayor producción.</p> <p>Crecimiento económico micro empresarial en el cantón.</p> <p>Espacio para la creación de un área administrativa en el taller y disponibilidad para una readecuación.</p> <p>Creación y seguimiento de una estructura administrativa.</p> <p>Creación de un reglamento para la salud y seguridad ocupacional</p> |
| DEBILIDADES | AMENAZAS |
| <p>No cuenta con un plan estratégico empresarial donde se establezcan métodos de negociación.</p> <p>No cuenta con la maquinaria suficiente para la demanda creciente del producto en cuanto a la ampliación.</p> <p>Falta de estrategias de negociación.</p> <p>La planta de producción no está adecuadamente ordenada para el proceso productivo</p> <p>No dispone de un manual de funciones, ni cuentan con un plan de capacitación para trabajadores.</p> <p>No existe un plan de seguridad ocupacional.</p> | <p>Competidores visionarios a adecuaciones estratégicas en sus negocios.</p> <p>Elevados costos de maquinaria innovadora.</p> <p>Políticas económicas del gobierno.</p> <p>Bajos niveles de producción debido a la falta de orden para el proceso en la planta</p> <p>No existen bases de una filosofía empresarial.</p> <p>Daños y afecciones en la salud de los trabajadores.</p> |

Fuente: Encuestas entrevistas al propietario y trabajadores del taller "Leo"

Elaborado por: La autora.

1.9. Estrategias FA, FO, DO, DA

Se diseña un cruce de los aspectos determinados en la matriz FODA para contrarrestar los aspectos negativos.

Cuadro 1 3 Estrategias FA, FO, DO, DA

| FA | FO |
|---|---|
| <p>Con la experiencia en la producción de artículos de cuero que los miembros del taller poseen se puede hacer frente a los competidores.</p> <p>Al contar con activos fijos propios que tienen una vida útil sostenible, el taller incorporará lo necesario para no incurrir en los elevados costos de maquinaria innovadora.</p> <p>La disponibilidad de recursos económicos debido a la solidez del negocio permitirá mantenerse estables en el proceso de ampliación mitigando las dificultades por las actuales políticas económicas del gobierno.</p> <p>Los bajos niveles de producción debido a la falta de orden para el proceso en la planta se puede adecuar por la comodidad y amplitud de la misma</p> <p>Con la implementación de bases para una filosofía empresarial se puede motivar al personal para la formación administrativa que el taller desea.</p> <p>Los daños y afecciones en la salud de los trabajadores por los insumos que ocupan pueden evitarse con los beneficios sociales y podrán ser atendidos en el IESS.</p> | <p>La experiencia en comercialización permite conocer las exigencias del mercado para aprovechar la demanda permanente de artículos de cuero.</p> <p>La disponibilidad de activos fijos propios y el deseo de ampliación en los mismos le permitirán al taller introducirse a un nuevo mercado que demande mayor producción y así obtener mayor rentabilidad.</p> <p>Los productores desean superar las expectativas de venta y tener un crecimiento económico micro empresarial, el taller Leo puede incursionar en esto con la disponibilidad de recursos que posee.</p> <p>La amplitud de la planta de producción permite crear un área administrativa en el taller y una readecuación optimizando el tiempo en el proceso productivo.</p> <p>Con la motivación en el personal se puede crear y dar seguimiento a la formación administrativa.</p> <p>La creación de un reglamento para la salud y seguridad ocupacional, permitirá a más de los beneficios sociales, se incorporen nuevas medidas para el bienestar del trabajador.</p> |
| DO | DA |
| <p>La demanda permanente de artículos de cuero en Cotacachi influirá para impulsarse a crear planes estratégicos con métodos de negociación.</p> <p>La introducción a un nuevo mercado con mayor producción permitirá percibir una mayor rentabilidad e incorporar maquinaria y abastecer la demanda.</p> <p>El crecimiento económico micro empresarial en el cantón y donde el taller desea incursionar puede contrarrestar la falta de estrategias de negociación.</p> <p>La disponibilidad para una readecuación en el taller permitirán darle un orden para la optimización del tiempo en la planta de producción.</p> <p>Al crear una estructura administrativa se dispondrá de un manual de funciones y un plan de capacitación para darle seguimiento y continuar con mejoras.</p> <p>Al crear un reglamento para la salud y seguridad ocupacional se podrá planificar medidas de prevención de riesgo.</p> | <p>Considerar las estrategias de negocio de los competidores para planificar estrategias de adecuación en la producción y comercialización</p> <p>Establecer como estrategia de negocio el destinar una parte a la inversión e incorporar maquinaria innovadora para abastecer la demanda existente.</p> <p>La falta de estrategias de negociación se considera un riesgo ante las actuales políticas económicas del gobierno.</p> <p>Se espera realizar una readecuación a la planta debido a los bajos niveles de producción basándose en el orden del proceso productivo.</p> <p>Las bases de una filosofía empresarial permitirán implementar una sólida estructura funcional administrativa.</p> <p>La creación de un reglamento para la salud y seguridad ocupacional permitirá minimizar daños y afecciones en la salud de los trabajadores</p> |

Fuente: Resultado de encuestas y entrevistas.

Elaborado por: La Autora.

1.10. Determinación de la oportunidad de inversión

Al analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del taller; se observa que no cuenta con una filosofía empresarial donde se establezcan la misión y visión, plan de

seguridad ocupacional, reglamento interno, organigrama estructural y manual de funciones para los trabajadores, herramientas que contribuirán en el desarrollo de las actividades productivas del taller, logrando ser competitivos en el mercado. Por otra parte y con el fin de alcanzar mayores niveles de rentabilidad, se estima realizar una investigación para la implementación de nueva maquinaria, tecnología de punta e incremento en los niveles de producción para satisfacer las demandas de los consumidores, actualmente el taller Leo ha trabajado sin considerar nuevos métodos para negocio, mismos que se desea establecer para una mejora en los ingresos y de financiamiento que el taller posee.

Además el conocimiento empírico por parte de los trabajadores los ha colocado en una posición encajada con los demás talleres de Cotacachi siendo necesario implementar capacitaciones tanto a los trabajadores como a los propietarios, sobre la producción y la comercialización. También se observó un inadecuado orden en las áreas de la planta de producción, lo que demanda mayor tiempo en el proceso productivo. Es importante conocer los nuevos retos a enfrentar con las exigencias del mercado nacional, la competencia y las que como microempresa se propondrá a corto y largo plazo cubriendo la demanda y alcanzar el desarrollo deseado como microempresa con excelente calidad. Se debe aprovechar las fortalezas y oportunidades, procurando disminuir las debilidades y hacer frente a las amenazas creando ventajas competitivas. Por lo indicado es viable la realización del ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA AMPLIACIÓN DEL “TALLER ARTESANAL LEO”, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.

CAPITULO II

2. Marco Teórico

Para el desarrollo de este capítulo, se toma en cuenta conceptos y opiniones textuales de diferentes autores con términos que serán tratados en el transcurso de la investigación, buscando de esta forma interpretar y buscar una nueva conceptualización adecuada para el presente trabajo.

2.1. Microempresa

Una microempresa es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción, o servicios que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precio y además constituye la más importante fuente de ingresos para el hogar (Magill, 2005, pág. 43)

La microempresa es una pequeña sociedad establecida por personas emprendedoras, cuyo número de trabajadores no es mayor de 10 y las actividades que realiza como organización pueden ser de producción y/o comercialización de un producto en pequeñas cantidades y no requieren de una gran inversión para su funcionamiento, usualmente el dueño suele trabajar en la misma y puede ser el primer paso de un emprendedor.

2.1.1. Clasificación de la Microempresa

A continuación se detalla los diferentes tipos de microempresas estimadas en nuestro país y su respectiva subclasificación.

Según su actividad

De Producción: *Se encargan de transformar la materia prima en un producto elaborado.*

De comercio: *Especializada en revender el producto, sin haberle transformado.*

De servicio: *Ofrece un servicio personalizado y un producto de un consumo inmediato.*

(Lopez, 2005, págs. 67-71)

La microempresa según su actividad se refiere al dinamismo que ejerce, pudiendo ser de producción donde convierte la materia prima en un producto final, puede ser también de comercio, misma que en ocasiones vende productos elaborados por ellos o solo revenden un producto ya elaborado y también la microempresa puede ser de servicio donde brinda una asistencia en cuanto a la necesidad del consumidor.

Por relaciones de trabajo

Individuales: *La actividad económica personal del trabajador autónomo, donde su principal recurso es su propia habilidad y potencial para desarrollar la producción, el comercio o el servicio.*

Familiares: *Conlleva la incorporación de otros miembros de la familia, quienes asumen el trabajo como un compromiso solidario para garantizar la supervivencia colectiva, distribuyéndose el trabajo entre familiares de acuerdo a sus capacidades.*

Asociativas: *Especie de sociedades de hecho conformadas a base de lazos de amistad y confianza entre quienes deciden emprender de manera solidaria en una actividad económica.*

(Lopez, 2005, págs. 67-71)

La microempresa por relaciones de trabajo representa aquellas incorporadas por cantidades, una puede ser individual donde se ocupa el medio del propio potencial; otra es la

familiar donde sus miembros distribuyen las actividades y la asociativa que conlleva una actividad coparticipe entre quienes deciden emprender un negocio.

Las microempresas se desenvuelven en distintos escenarios, esta clasificación las ha dividido por sus labores específicas, por su capacidad de producción y planta, por las asociaciones o tipos de personas formadas para la actividad que se desempeñe y por la permanencia en que realizan sus operaciones, buscando un buen funcionamiento para el negocio.

2.2. Proyecto de Ampliación

Trata de simular un estudio donde existen cambios en el nivel de operación que involucrará un aumento de inversiones, agregar nuevos activos o sustituirlos en el proceso de producción, midiendo el impacto que el proyecto tendrá en la empresa, evaluando si existirá rentabilidad con esta implementación con los costos beneficios presentados. (Nassir, 2011, pág. 18)

Es un plan donde la empresa interesada en obtener mayores ingresos aplica nuevos procesos, activos e inversiones a la actividad del negocio o sustituye algunos de estos para obtener un mayor rendimiento en un análisis de costo beneficio que incurrirá para su implementación

2.3. El Taller de talabartería

“Es el lugar de trabajo artesanal aunque actualmente muchos están provistos de máquinas, donde se crean productos elaborados a base de cuero” (Anonimo, 2011)

El taller artesanal es el lugar donde las personas dedicadas al arte de la manufactura con cuero, elaboran con distintas pieles de animal como materia prima; los productos para su comercialización, Este centro de producción generalmente realiza actividades artesanales y está provisto de herramientas y maquinaria necesaria.

2.3.1. Secciones del taller de talabartería

Las partes que constituyen un taller pueden ser varias, sin embargo el análisis que a continuación se muestra, será en base a lo manifestado por la propietaria del taller “Leo”.

- **Diseño de patrones o moldes**

(Morales, 2015) señala que: Previo al inicio del proceso dentro del taller se debe señalar que hay personas dedicadas a hacer patrones o moldes, esto quiere decir que diseñan con medidas simétricas exactas los artículos y hacen los moldes para empezar a cortar. Existen diseñadores y también los maestros artesanos capacitados para la creación de nuevos modelos.

El diseño de moldes le permite a un taller ser más competitivo debido a que en su mayoría no los diseñan sino solo trazan los ya existentes que compraron, la estructura de nuevos moldes resultan de la creatividad de los maestros artesanos mismos que tiene detalles específicos para la realización de artículos, logrando así obtener nuevos modelos.

- **Clasificación del cuero**

(Morales, 2015) Manifiesta: Existe cuero de primera, segunda y tercera calidad, una vez comprado el cuero se categoriza y escoge revisando las fallas en las pieles, por más bueno que sea un cuero tiene fallas naturales por el animal. Se escoge el más bueno para colocarlo en los cueros de primera, en otro lugar se pone los medios y por último los más fallosos para proseguir con el proceso de corte.

El cuero obtenido en los talleres debe ser inspeccionado para escoger la mejor parte y con ello realizar los cortes, pese a que siempre se busca un proveedor que entregue pieles de la mejor calidad, existirán algunas fallas debido a que la piel del animal no resulta ser completamente perfecta.

- **Corte**

(Morales, 2015) Expresa: Se empieza con los cueros de primera, cortando las piezas principales como los frentes y piezas vistas del producto, después se procede a cortar los cueros medios recortando las piezas secundarias; mismas que son menos vistosas ya que van por dentro del producto y por último con los más fallosos se corta por lo regular las correas, piezas de atrás, piezas de forro y asientos que resulten diminutamente visibles. De estos cortes quedan los pedazos más pequeños llamados retal y con esto se corta las piezas más pequeñas como evillas, bichungas y cordones. Este trabajo debe ser realizado con sutileza para ahorrar el cuero porque es la materia prima evitando el malgasto.

En el corte se establece cuales pedazos estarán en los productos dependiendo de cómo sea la pieza de cuero desde los mejores hasta los más fallosos en tres categorías: cuero de primera, de segunda y de tercera calidad, en esta labor se debe evitar el malgasto; cuidadosamente se realiza los trazados antes de ser cortados para ahorrar el cuero.

- **Armado**

(Morales, 2015) Indica que: Una vez cortado el cuero es necesario desbastarlo o rebajar el cuero si así lo requiere, en su mayoría es necesario. Se empieza a trabajar untando solución pegamento para empezar a virar o doblar, luego se pone pegante y se comienza a armar las piezas o coserlas cortadas dándole la forma del artículo que se desea, también así se trabaja con la tela dándole forma al forro, si van con cierres u otros herrajes se va añadiendo estos suplementos. Una vez listo se realiza la última costura que es en una máquina de codo o una de poste para sostenerlo bien.

En este proceso se une las piezas que hayan sido cortadas para la elaboración del producto, se ocupa insumos como solución pegante, cemento de contacto e hilos en caso de ser cosidos, se ocupa también los implementos que tendrá como diseño el producto final, es la parte del proceso donde se da la forma al artículo.

- **Acabado**

(Morales, 2015) señala: Luego del proceso de manufactura se procede a quemar hilos, coger y pintar fallas a limpiar el artículo comprobando que el producto haya quedado limpio y bien hecho, para que en caso de tener alguna falla se la pueda corregir y ofrecer un producto de calidad.

El acabado es la parte del proceso que permite reconocer las fallas que an quedado en el producto como resultado de su elaboración y poder enmendarlas para mostrar al mercado un artículo con mejores resultados.

- **Despacho del producto elaborado**

(Morales, 2015) Menciona: Para finalizar el proceso se colocan etiquetas y se rellena el producto terminado con papel, se vuelve a verificar que este todo en orden respecto a la presentación y calidad para proceder a enfundarlo y esté listo para enviar a los puntos de comercialización.

Para que el producto pueda salir del taller a ser vendido necesita cumplir con ciertos parámetros de orden y presentación como controlar que no existan fallas, relleno, colocar las etiquetas y enfundarlo.

Este proceso fue descrito por la propietaria del taller y se tomó en cuenta también la opinión de otros maestros talabarteros del cantón. Se entiende que el taller está compuesto por partes que establecen un orden, desde el diseño de patrones hasta el despacho del producto para ser comercializado.

2.3.2. Maquinaria para la talabartería

La maquinaria básica para trabajar con el cuero es:

- **Desbastadora**

(Cabascango, 2015) Señala que: Esta máquina es necesaria en todo taller, de no existir; no se pudiera rebajar o reducir el cuero y sería dificultoso manipular este material para doblar o virar los pedazos cortados.

- **Maquina recta**

(Cabascango, 2015) Menciona que: Esta máquina es la que más se utiliza en los talleres porque es apropiada para coser el cuero como material específico.

- **Máquina de codo**

(Cabascango, 2015) Indica que: Es una de las maquinas más fuertes o pesadas, se la utiliza para hacer acabados y coser las partes más gruesas y donde se pueden encontrar o unirse las piezas de cuero.

La maquinaria es de suma importancia para el proceso de ampliación en el taller, la desbastadora, la máquina recta y la máquina de codo, son básicas en todo lugar donde se procese el cuero, y es indispensable mantenerlas en buen estado, siendo adecuadas para la manipulación de este material, permitiendo rebajar, coser y hacer acabados. Este proceso fue descrito tomando en cuenta la opinión de maestros talabarteros del cantón.

2.3.3. Materia prima

Valencia (2011), menciona: “Elemento básico adquirido a nivel nacional e internacional para uso en el proceso de fabricación y que requieren procesamiento adicional”.
(pág. 37)

Son recursos materiales que se utiliza en un proceso de transformación del producto o un componente en bienes de consumo final demandando una transformación, siendo su función el permitir la creación del producto.

2.3.4 El Cuero

“El cuero natural es el pellejo que cubre la carne de los animales después del curtido y preparado para su conservación y uso doméstico e industrial. La piel es el subproducto más importante transformándolo en cuero”. Cardoso, (2013)

Material natural que sale de la piel de los animales y que una vez procesado sirve para elaborar artículos de uso diario y vestimenta para provecho del ser humano. Al ser extraído de los animales se debe dar un proceso productivo para la obtención de un bien de uso.

2.3.5. Tipos de cuero

El cuero cuenta con una diversidad de clases; de acuerdo al presente trabajo se han considerado los tipos de cuero que mayoritariamente utilizan en el taller según la opinión de la propietaria.

- **Cuero Natural.**

(Morales, 2015) Indica que: Es el cuero extraído de la res y que por lo regular solo viene en tres colores (amarillo o natural, negro y vino), mayoritariamente es procesado en Colombia. Es un cuero duro y resistente, siempre se necesita desbastarlo. Por su resistencia se lo ocupa para la elaboración de carteras.

El cuero natural es sumamente ocupado en los talleres y se encuentra entre los preferidos por los consumidores, sus características como color, durabilidad y resistencia permite que sea ocupado para la elaboración de carteras y bolsos principalmente y está entre los preferidos por mujeres.

- **Cuero Napa**

(Cabascango, 2015) Menciona que: Es el cuero que en su mayoría se extrae de la oveja y el borrego, pero en imperceptibles ocasiones también se lo puede extraer del cerdo y sirve para hacer ropa así como chompas, camisas, pantalones. Es un cuero de textura suave y poco resistente sin necesidad de desbastarse y debe trabajarse con cuidado.

Es el cuero extraído principalmente del borrego, sus características como la textura y resistencia permite que sea ocupado para la elaboración de vestimenta, tanto hombres como mujeres tienen preferencia por este tipo de cuero.

- **Cuero Nobu**

(Morales, 2015) indica que: Este cuero también es de res y tiene diversidad de colores, de textura suave pero resistente, no es necesario desbastarlo, es un cuero delicado en su trabajo ya que rápidamente consigue ensuciarse; es uno de los más finos y costosos, debido a que la ropa y artículos elaborados con el mismo son de mejor calidad y más lujoso.

Este cuero con sus características de textura, resistencia y a la vez refinado permite a los trabajadores realizar tanto ropa como artículos de uso, resulta ser de excelente calidad y quienes lo adquieran deben ser muy cuidadosos con su uso.

- **Cuero Vaquilla (para pantalones y lencería de cuero)**

(Cabascango, 2015) Menciona: Cuero extraído de la res pequeña (ternero), es un cuero muy resistente pero suave, no es necesario desbastarlo para procesarlo ya que es muy manipulable y delgado, sirve para hacer pantalones y lencería.

Este tipo de cuero es muy fino y manipulable para la elaboración de vestimenta, se extrae del ternero por lo que tiene una textura suave y es preferido por hombres y mujeres.

Cada una de las pieles señaladas, son de utilidad para las personas que gustan de este producto, no solo en vestimenta, sino también en artículos de decoración y uso en los hogares.

2.3.6. Materiales

Dentro de los talleres de talabartería se ocupan diversas herramientas, entre estas se puede señalar:

Materiales de uso frecuente: Solución pegamento, cemento de contacto, brochas, regla, compás, cintas métricas, cuchilla estilete, tiza de sastre, lezna.

Materiales para complementar el producto: Telas (rusela) para forros, hilos, sacabocados, piedra de afilar, esponja, cordón.

Herrajes de taller: remaches, ojales, evillas, imanes, velcro adhesivo, cola de rata (para relleno de correas), elvivovena (tira para hacer vivo), cierres, llaves, mosquetones, cuadrantes, triángulos, chapas.

(Cabascango, 2015)

Los materiales indicados, se los ha dividido de acuerdo con las especificaciones señaladas en su uso; los frecuentes son materiales que tiene una relación directa con la materia prima y el proceso de producción, los que permiten complementar el producto son de decoración o accesorios y los herrajes le dan un aspecto llamativo y vistoso al producto final, también pueden ser complementarios.

2.3.7. Talabartería

“Es el arte de trabajar diversos artículos de cuero o guarniciones dando un producto final como resultado en uso de personas y/o animales”. ALEGSA (2011)

La talabartería es el trabajo artesanal que consiste en elaborar artículos de cuero, quienes trabajan en esta actividad se los denomina talabarteros y a quienes la hacen su profesión maestros talabarteros, esta actividad es una importante fuente de ingresos familiares en algunas ciudades de nuestro país.

2.4. Estudio de Mercado

El estudio de mercado tiene como finalidad medir el número de individuos, empresa u otras entidades económicas que generan una demanda que justifique la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios, sus especificaciones y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar. Sirve de base para tomar la decisión de llevar adelante o no la idea inicial de inversión; pero además, proporciona información indispensable para las investigaciones posteriores del proyecto. (Pérez Martínez, 2012, pág. 114)

El estudio de mercado es una herramienta importante de investigación que permite obtener información relevante para la empresa ayudando a obtener adecuadas estrategias.

Es importante para la toma de decisiones, lo que llevará a un negocio a ponerse en marcha, con información importante para el desarrollo de las actividades que realice, observando puntos como el mercado, los clientes, los proveedores, precios y formas de comercialización.

2.3.1. Producto

Es todo objeto que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Es así como un producto puede ser entonces un servicio que presta, una idea que se requiere vender, una persona, un lugar y así encontrarnos que el concepto de producto es muy amplio. (Jairo Darío Murcia M, 2011, pág. 217)

Es un artículo que la empresa pone a disposición de clientes y consumidores que desean satisfacer alguna necesidad específica y que se lo puede ofertar en una plaza determinada, tiene atributos tangibles como forma, tamaño y color e intangibles pudiendo ser un servicio como producto no material, mediante este producto la organización obtendrá ganancia.

2.3.2. Oferta

Hace referencia a la cantidad de unidades de un proyecto que las empresas manufactureras o prestadoras de servicio estarían dispuestas a intercambiar a un precio determinado; para una demanda dada habrá una oferta determinada. Entonces, para realizar ofertas de valor, es importante entender los mercados y sus necesidades. (Jairo Darío Murcia M, 2011, pág. 220)

Es el total de productos o servicio que una organización ofrece en un mercado determinado y a un precio fijo con condiciones establecidas. Considerando las necesidades de los posibles consumidores, la cantidad ofrecida variará de acuerdo al precio, ante un aumento en el precio de un bien, la cantidad ofertada de ese bien será mayor.

2.3.3. Demanda

Este concepto está íntimamente ligado al concepto de necesidad, deseo y poder de compra. Solo el poder de compra determinará la demanda de ese bien o servicio. Entonces, la demanda de un bien depende de las siguientes variables; el precio del producto, el nivel de ingreso del demandante, el tamaño del mercado, los gustos y la lealtad de marca del consumidor, entre otros.

(Jairo Darío Murcia M, 2011, pág. 234)

Son las necesidades o deseos a satisfacer de los consumidores, viéndose estos como bienes o servicios, tomando en cuenta los gustos y preferencias del mercado objetivo al que se

desea llegar, en este caso si el precio de un producto aumenta la cantidad demandada baja y cuando el precio disminuye la cantidad demandada aumenta.

2.3.4. Precio

Dos de los elementos de la estrategia comercial, el precio de venta es el más importante, ya que con él serán definidos los futuros de ingresos del proyecto, lo que conlleva a variaciones en el flujo de los ingresos y, por ende, en el flujo de caja. Para la definición del precio de venta se deben considerar variables que influyan en el comportamiento del mercado. (Jairo Darío Murcia M, 2011, pág. 255)

Es el monto que un vendedor aplica a un producto o servicio después de un proceso y por medio del cual un comprador adquiere el mismo con la cantidad monetaria fijada por el vendedor y es un factor importante a considerar tanto para los ofertantes como para los demandantes al momento de la compra.

2.3.5. Comercialización

Staton (1969) señala: “Es un sistema total de actividades empresariales encaminados a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales o potenciales”

La comercialización constituye todas aquellas actividades de mercadeo que inicia en el momento que el producto final se despacha del establecimiento donde se lo ha procesado con el objetivo de llegar a los compradores, este factor conlleva la distribución, publicidad y la logística para lograr rentabilidad en el negocio.

2.5. Estudio Técnico

Logra establecer la función de producción que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, describiendo también la unidad productiva, misma que comprende dos conjuntos de elementos a saber: un grupo básico que reúne los resultados relativos al tamaño del proyecto, su proceso de producción y su localización; y otro grupo de elementos, que describe las obras físicas necesarias, la organización para la producción y el cronograma del proyecto. (Cardona, 2012, pág. 207)

El estudio técnico constituye un análisis de la productividad que conlleva el negocio y todos aquellos factores que comprenden la localización y la infraestructura del componente que se considerará en la investigación, además permite tener una base para el estudio financiero, estableciendo una planeación de los costos en que incurrirá el proyecto.

2.4.1. Tamaño del proyecto

Se refiere básicamente a la capacidad de producción que el proyecto va a tener durante cada uno de los años del horizonte de vida que el proyectista le ha definido. Y esta capacidad de producción se expresa en el número de unidades del bien o en el número de usuarios del servicio que el proyecto va a producir o comercializar en el transcurso de ese periodo. Esta capacidad se expresa en cantidad producida o atendida por unidad de tiempo.

Influye en las especificaciones y en las cantidades de los recursos requeridos (maquinaria, equipos, materiales, mano de obra, etc.,).

(Jairo Darío Murcia M, 2011, pág. 311)

Constituye el volumen exacto de bienes o servicios destinados a la producción y comercialización con relación al tiempo que llevará su ejecución, en busca de la obtención de rentabilidad para el productor. Se debe seleccionar el mejor tamaño óptimo, que será el que

permita maximizar la rentabilidad de la inversión. Los factores que determinan el tamaño del proyecto pueden ser la demanda, disponibilidad de insumos y la localización.

2.4.2. Ingeniería del Proyecto

El centro del estudio de Ingeniería es el bien o el servicio que el Proyecto va a ofrecer, pero desde el punto de vista de la función y del proceso de producción (de la tecnología) y no desde lo comercial, como lo hace el estudio del mercado.

(Jairo Darío Murcia M, 2011, pág. 323)

Se definirán los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, refiriéndose principalmente a la tecnología que se ocupará y la maquinaria que conllevará la elaboración del producto que se va a ofrecer en el mercado, lo que permite determinar gastos de inversión y costos durante la operación.

2.4.3. Proceso Productivo

Una vez seleccionada la mejor tecnología para el proyecto se debe describir en detalle el proceso productivo del proyecto donde se designa a aquella serie de operaciones llevadas a cabo y que son ampliamente necesarias para concretar la producción de un bien o un servicio de manera planeada y consecutiva.

(Jairo Darío Murcia M, 2011, págs. 327-328)

Es el conjunto de operaciones necesarias para llevar a cabo la producción del bien o servicio que se desea ofertar en el mercado, detallando cada paso a seguir debe ser específico con secuencia lógica y determinando que se necesitará para cumplirlo.

2.4.4. Costos de Producción

Incluye los costos totales de producción, es decir, la suma de los costos fijos y los costos variables en los que se haya incurrido en el periodo que cubre el estado.

$$C_{tp} = F + V$$

Dónde:

C_{tp}: Costo total de producción.

F: Costo fijo de producción.

V: Costo variable de producción

(Jairo Darío Murcia M, 2011, pág. 331)

Los costos de producción son los egresos existentes al producir bienes o prestar servicios, pueden dividirse en dos grupos como ecuación para encontrarlos, estos son: fijos y variables. Sirven como base para el cálculo del valor de comercialización de un producto o servicio.

- **Clasificación de los costos:**

***Costos Fijos.-** Son aquellos costos que permanecen constantes en un período, independientemente de que se presenten cambios a nivel de producción.*

***Costos Variables.-** Son aquellos costos que varían en forma directa y proporcional ante cambios en el volumen de producción; es decir, si el volumen de actividad aumenta en un 8%, el costo también aumenta en un 8%.*

***Costos Directos.-** Los costos directos son aquellos costos identificables físicamente con la unidad de producto. Por ejemplo, si la unidad en consideración es el vestido, entonces la tela y la mano de obra involucrada en la fabricación del producto se consideran costos directos.*

Costos Indirectos.- *Se entienden aquellos costos que se deben primero acumular para luego ser asignados a la unidad de producto. Por ejemplo, el salario del jefe de seguridad y vigilancia se identifica fácilmente con la planta.*

(Valencia, 2011, pág. 102)

Estos son valores económicos de gastos incurridos y aplicados para la obtención de un bien o servicio final. Distinguiéndose una subdivisión en costos; siendo unos permanentes mismos que no tienen cambios significativos ante variaciones en la cantidad de bienes producidos o servicios prestados y otros varían dependiendo de la producción. También están aquellos que se involucran directamente con el producto y otros que son complementarios a este proceso.

2.6. Estudio Económico Financiero

Para favorecer la aplicación del Estudio Financiero se hace indispensable presentarlo a través de un modelo que favorezca su desarrollo. Este se consolida mediante la consideración de las variables que en el intervendrán:

Ingresos por ventas, Costos de producción, Utilidad bruta, Gastos operacionales, Utilidad operacional, Gastos financieros, Utilidad antes de impuesto, Impuesto, Utilidad neta de ejercicio.

(Jairo Darío Murcia M, 2011, pág. 97)

Es un proceso que evalúa los ingresos y costos que genera el proyecto a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros y que permitirá tomar decisiones de inversión y financiamiento, proyectando una evaluación económica para saber si el estudio es rentable o no.

2.5.1. Ingresos

Son los ingresos totales del producto de las ventas del bien o servicio que produce el proyecto, las cuales ya fueron estimadas en el estudio de mercado. La suma de los ingresos de cada producto vendido, están dados por cantidades vendidas, multiplicadas por su precio.

$$Vts = \sum_{i=1}^n (Q_1 * Puv)$$

Dónde:

Vts: Ventas.

Q: Cantidades vendidas.

Puv: Precio unitario de venta.

(Jairo Darío Murcia M, 2011, pág. 99)

Es la cantidad de dinero ganada percibida por la producción y comercialización del bien o servicio ofertado, su estimación está basada en la información del estudio de mercado, tomando en cuenta el comportamiento de las ventas, precios y producción, para su cálculo se considera a las variables ventas por precio unitario.

2.5.2. Egresos

Aluden a los gastos y a las inversiones, aumenta las pérdidas o disminuye el beneficio, suponiendo un desembolso financiero, comprendidas en aquellas salidas o descargos de una empresa. (Uribe, 2010, pág. 145)

Son todos los gastos, inversiones y costos que representan salidas que la organización desembolsa necesarios para el desarrollo de la producción y comercialización en el ejercicio del negocio.

- **Clasificación de gastos**

Gastos Administrativos: Son todos los relacionados con el área administrativa como sueldos y prestaciones, depreciaciones sobre activos fijos, amortización de diferidos, seguros; impuestos de catastro y otros como papelería y útiles de oficina, comunicaciones, transporte, viáticos, investigación y desarrollo, etc.

Gastos Operacionales: Son los costos incurridos en la ejecución de las actividades del día a día de una organización, pero no directamente relacionados a la producción, pueden incluir: beneficios para empleados, contribuciones de pensiones, transporte y viajes, amortización y depreciación, alquiler, reparaciones y los impuestos.

Gastos de Financiamiento: Son los que reflejan el costo de capital o el costo que representa para el proyecto financiarse de terceros. Son el costo de los pasivos, es decir las deudas que tiene la empresa. Entre sus cuentas destacan; intereses de obligaciones y bonos, intereses de deudas, diferencias negativas de cambio y los generados por las pérdidas de valor de activos financieros.

(Uribe, 2010, págs. 146-147)

Se han agrupado estos gastos como clasificación porque se considerarán en la investigación, los administrativos se reconocen sobre las actividades de la empresa que indirectamente contribuyen al ejercicio del negocio, los operacionales intervienen directamente con las actividades relacionadas con la elaboración del producto y los financieros corresponden a los pagos e intereses de las obligaciones financieras.

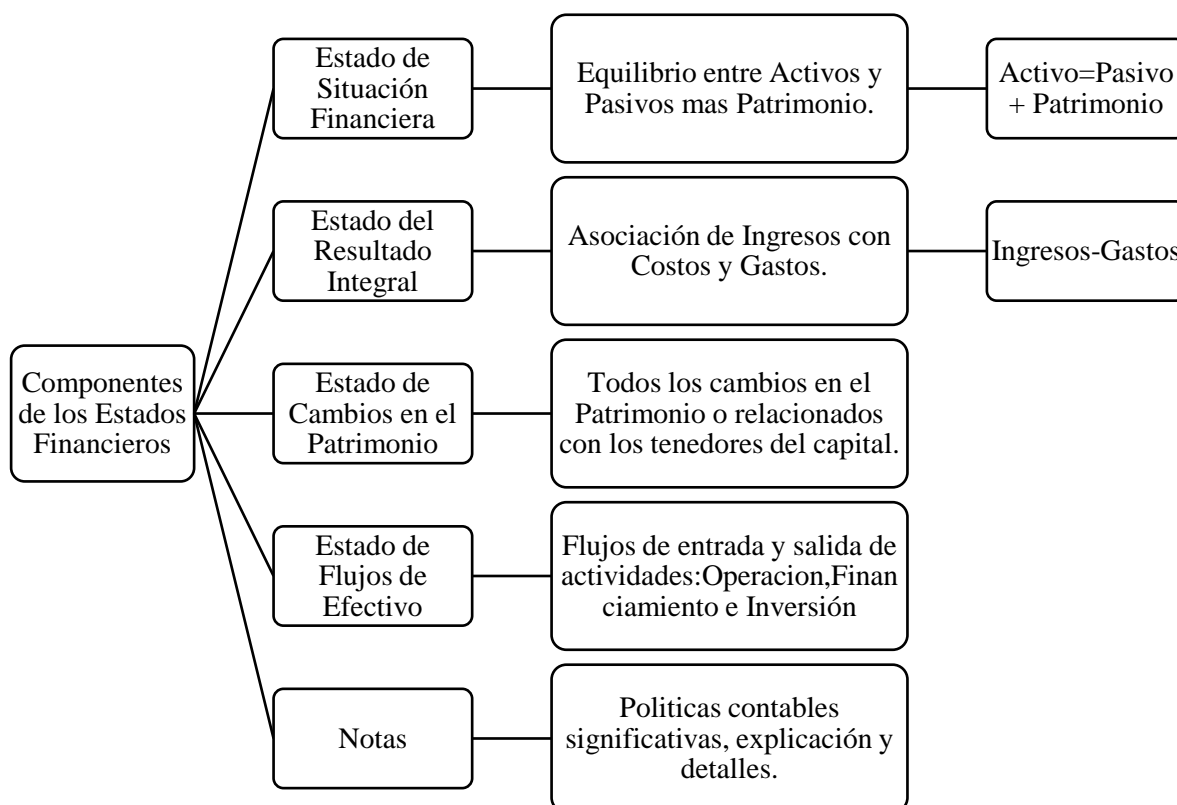
2.5.3. Estados Financieros

Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de la entidad. La finalidad de los Estados Financieros con propósito empresarial es suministrar información acerca de la situación financiera del rendimiento

financiero y de los flujos de efectivo de la entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar decisiones económicas. Los Estados Financieros también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que se les han confiado. (Hansen-Holm, 2012, págs. 221-222)

Son los informes de las cuentas tanto de ingresos como de gastos en los que incurre una institución financiera por todo su ejercicio económico de manera detallada y con sus respectivos elementos a desglosar, además son el principal medio para suministrar información contable, su preparación y presentación es responsabilidad de los administradores del ente.

Esquema 2 1 Componentes de los Estados Financieros



Fuente: (Hansen-Holm, 2012, pág. 227)

Elaborado por: La autora

Los elementos que integran los estados financieros revelan la situación del ejercicio económico del negocio en todas sus variaciones durante el transcurso de tiempo, mostrando lo que actualmente posee la entidad y cuáles son sus ingresos netos y gastos reales.

- **Estado de situación Financiera**

Estado de Situación Financiera es el que describe donde se encuentra la empresa en una fecha específica, algunos expertos lo describen como una “foto instantánea” del negocio en términos financieros o monetarios. Como sabe, el Estado de Situación Financiera tiene dos secciones que se equilibrarán. En una sección se lista el Activo, que representa los recursos de la empresa, y en la otra sección se enlista el Pasivo y el Patrimonio, que representa las fuentes de los recursos empleados para adquirir el Activo. (Hansen-Holm, 2012, págs. 221-227)

Es el informe que detalla las cuentas de activos, pasivos y patrimonio de un momento exacto y determinado de la entidad en forma detallada, al elaborarlo el empresario obtiene información sobre su negocio, como la disponibilidad de dinero, el estado de sus deudas o lo que debe cobrar.

- **Estado de Resultados**

Estado de Pérdidas y Ganancias es un estado de actividad que detalla los ingresos y los gastos durante un periodo de tiempo determinado. La utilidad (pérdida) neta es el famoso resultado final de un Estado de Resultados; esto es el remanente después de deducir todos los costos de ingreso. Mediante la incorporación de un nuevo segmento denominado Otro resultado Integral, el antes denominado Estado de Pérdidas y Ganancias pasó a llamarse Estado del Resultado. (Hansen-Holm, 2012, pág. 230)

Este informe muestra detalladamente la situación financiera de una empresa tomando como parámetros los ingresos y gastos como beneficios o pérdida que ha generado la empresa en un tiempo determinado proporcionando la utilidad neta de la empresa y generalmente acompaña al estado de situación inicial.

- **Flujo de Efectivo**

Flujo de Efectivo es un Estado Financiero que presenta los ingresos de efectivo y los pagos en efectivo de una entidad durante un periodo determinado. Los lectores de los Estados Financieros utilizan esta información para evaluar la solvencia de un negocio, para evaluar su capacidad de generar flujos de efectivos positivos en periodos futuros, así como para pagar dividendos y financiar el crecimiento. Se los clasifica en actividades de operación de inversión o de financiación.

(Hansen-Holm, 2012, pág. 239)

Es un informe sobre la liquidez y sus variaciones que la empresa ha tenido durante todo el ejercicio en actividades de operación, inversión y financiamiento, muestra los cambios en el efectivo de forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final proveyendo información importante para determinar la salida de recursos en un momento determinado.

2.5.4 Técnicas de Evaluación Financiera

Permiten conocer en forma anticipada el comportamiento del plan de negocio futuro y sobre esta base, tomar decisiones de mejorarlo para llevarlo a la práctica o de archivarlo por inconveniente. (Jairo Darío Murcia M, 2011, pág. 77)

Estas técnicas de evaluación financiera permiten determinar los riesgos, beneficios y ganancias que son esenciales en el estudio financiero, investigando a profundidad el flujo de caja y el riesgo con el objetivo de determinar el retorno de la inversión de un proyecto.

- **Valor Actual Neto**

El valor presente neto VPN de un proyecto de inversión no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy. Es el equivalente en valores actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y

futuros, que constituyen el proyecto. Representa lo que vale hoy el flujo de beneficios generados y los costos incurridos por el proyecto durante todo su horizonte.

$$VPN = I_0 + F / (1 + i)^1 + F / (1 + i)^2 + F / (1 + i)^3 + \dots + F / (1 + i)^n$$

Dónde:

VPN: Valor presente neto.

Σ : *Sumatoria desde j = 0 hasta j = n*

Fj: valor neto del periodo correspondiente.

Tco: -Tasa costo de oportunidad.

-Tasa representativa de mercado.

-Costo de capital propio.

Donde también se puede representar como:

$$VPN = VP \text{ Ingresos} - VP \text{ Egresos}$$

El VPN para diferentes alternativas deberá compararse sobre el mismo número de años.

(Jairo Darío Murcia M, 2011, pág. 77)

Este método permite determinar si la inversión cumplirá con el objetivo financiero deseado a largo plazo, trayendo a valor presente los flujos de caja futuros de un proyecto de inversión; su fin es la evaluación en términos de rentabilidad considerando una tasa de descuento.

- **Tasa Interna de Retorno**

La TIR, refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante su vida útil. La TIR se compara con la tasa de interés relevante (es decir, con la rentabilidad de la mejor alternativa de uso de los recursos que se emplean en el proyecto) y se aceptan todos aquellos en los que la TIR es igual o superior; así:

Si un proyecto tiene $TIR >$ tasa de interés de oportunidad, entonces se puede aceptar.

Si la $TIR <$ tasa de interés de oportunidad, se rechaza.

Si la $TIR =$ Tasa de interés de oportunidad, hay indiferencia frente al proyecto

Dada la ecuación:

$$\sum_{t=0}^{t=n} (I_t - E_t)(1 + TIR)^{-t} - \sum_{t=0}^{t=n} K_t (1 + TIR)^{-t} = 0$$

Dónde:

$I_t =$ Ingresos efectivamente entrados en caja en el periodo t .

$E_t =$ Egresos efectivamente pagados en el período t .

$K_t =$ Monto de la inversión realizada en el período t .

$TIR =$ Tasa interna de retorno

$n =$ vida útil del proyecto, incluido el período de la inversión.

(Padilla, 2011, pág. 54)

Es el rendimiento futuro esperado de una inversión y que implicará conocer si es factible la rentabilidad que el proyecto ofrece, cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto. Es la tasa de interés a la que el valor actual neto de los costos de la inversión es igual al valor presente neto de los beneficios de la inversión.

- **Periodo de Recuperación de Capital**

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. 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. La cantidad total de tiempo que se requiere para recuperar

el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso de que sea apropiada, es igual al periodo de recuperación.

$$\text{Período de Recuperación de la Inversión} = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{Ingresos promedios}}$$

(Uribe, 2010, pág. 311)

Esta herramienta permite calcular el espacio de tiempo que requerirá recuperar la inversión que se ha puesto en el proyecto. Para calcularlo se necesita previamente determinar el valor presente neto y como resultado cuanto más corto sea el periodo de recuperación, menos riesgoso será el proyecto lo que permitirá tomar decisiones de inversión.

- **Relación Costo Beneficio**

Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocio, comparándola con los costos en que su ejecución espera incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa. Sobre su fórmula de cálculo:

B/C > 1 Indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente el proyecto debe ser considerado.

B/C = 1 Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.

B/C < 1 Muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar.

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{Vi}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{Ci}{(1+i)^n}}$$

Dónde:

B/C = Relación Beneficio/ Costo

Vi = Valor de la producción (Beneficio Bruto)

$C_i = \text{Egresos } (i=0, 2, 3, 4 \dots n)$

$I = \text{Tasa de descuento}$

(Uribe, 2010, pág. 318)

Este indicador expresa la rentabilidad que se obtendrá por cada dólar de inversión, en sus resultados si la relación costo beneficio es mayor que 1 se considera que los beneficios superan a los costos por lo tanto el proyecto resulta factible, si es igual a 1 no hay ganancias los beneficios son iguales a los costos, y si es menor que 1 los costos son mayores que los beneficios y el proyecto no se debe considerar. Dando así una perspectiva en la utilidad.

- **Punto de Equilibrio**

Este instrumento de análisis sirve para identificar en los períodos proyectados, cual es el volumen de ventas necesarias para que el plan de negocio no pierda ni gane dinero. Cuando se trabaja con un solo producto se hace sencillo su cálculo y se puede identificar el número mínimo de unidades a vender para no ganar ni perder dinero. Pero cuando son varios productos elaborados y comercializados, se hace más complejo su forma de cálculo. Ante esto, se busca identificar en porcentaje en el que los ingresos contribuyen al cubrimiento del total de sus costos y gastos. Para su forma de cálculo es necesario agrupar los costos y gastos en:

-Costos fijos: en el plan de negocio se pueden agrupar bajo este concepto los gastos indirectos de fabricación, gastos de administración y de ventas.

-Costos variables: Se pueden agrupar en: materias primas utilizadas, mano de obra directa, prestación de servicios, gastos en vendedores, gastos financieros y el impuesto de renta y complementarios.

Algebraicamente se calcula:

$$Q_0 = \frac{CF}{PV - CVU}$$

Qo= Número de unidades.

CF= Costos Fijos totales.

PV= Precio de Venta.

CVU= Costos Variables por Unidad.

(Uribe, 2010, págs. 320-321)

El punto de equilibrio es aquel punto de actividad en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir donde no existe utilidad ni pérdida; permite conocer a partir de que ventas se empieza a generar utilidades, para su determinación es importante considerar los costos fijos, costos variables y el precio de venta unitario.

Todas estas herramientas permiten verificar si la inversión a realizarse en el proyecto resultará factible, en cuanto tiempo se recuperará por completo lo invertido y cuál será el beneficio exacto a percibir.

2.5.5. Registro Único de Contribuyente

(SRI, 2013), señala: “El RUC es el número que identifica a cada contribuyente que realiza una actividad económica. El documento que usted recibió en su inscripción, es la constancia del registro de su actividad, y en el podrá apreciar sus datos personales, y los de su actividad económica, así como su número de ruc que está confirmado por su número de cedula más los dígitos 001”. <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

En el Ecuador el RUC es el número que permite identificar a quienes realizan actividades económicas, está compuesto por trece números y varía según el tipo de contribuyente, registra información relativa al mismo en su actividad económica y le permitirá al Servicio de Rentas Internas mantener su control tributario.

2.5.6. Comprobante de Venta

(SRI, 2013), indica: “Son documentos que sustentan la transferencia de bienes o la prestación de servicios, y para que sean validados deben contar con autorización del SRI para ser emitidos”.

- **Facturas**

La Dirección Nacional Jurídica, en el Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios, Decreto 580; señala: “Comprobante de venta que se emite y entrega con ocasión de la transferencia de bienes, de la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con impuestos”

- **Notas de Venta**

Es un documento comercial en el que el vendedor detalla las mercancías que ha vendido al cliente, es emitida por duplicado, no origina registros contables, como tal descuenta mercadería de su inventario al momento de ser emitida. (PYMETEC, 2015)

Los comprobantes de venta son aquellos documentos que permiten identificar y sustentar la prestación de servicios o transferencia de bienes, detallando cada transacción en dicho documento, estos documentos pueden ser varios, pero para este proyecto se toma en cuenta las facturas que registra el valor a para incluyendo los impuestos grabados y las notas de venta que según La Dirección Nacional Jurídica, en el Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios, Decreto 580 dice que es exclusivamente emitido y entregado por contribuyentes inscritos en el Régimen Simplificado .

2.5.7. Artesanos Calificados

(Junta Nacional de Defensa del Artesano, 2014), indica: “Será considerado artesano, al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, será calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, desarrolle su actividad artesanal, con o sin operarios (15) y aprendices (5), y que hubiera invertido en su taller implementos, maquinaria y materia prima, una cantidad que no supere el (25%) del capital fijado para la pequeña industria, es decir \$ 87.500”

Son aquellos trabajadores dedicados a la manufactura y que para ser calificados como tal deben cumplir con los requisitos que la Junta Nacional de Defensa del Artesano lo solicite en su taller, capital y capacidad productiva. Para este estudio se considera importante por el surgimiento de los maestros talabarteros.

2.7. Estudio Organizacional

Tiene como propósito definir la forma de la organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales, comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto y la descripción de procedimientos y reglamentos que regulan las actividades durante el período de operación.

(Orozco, 2013, pág. 12)

Este estudio aporta con elementos necesarios para la constitución legal de la empresa y demás componentes para que funcione con características específicas de operación, su objetivo es determinar la estructura organizacional administrativa y los planes de trabajo administrativos con los que el proyecto operará.

2.6.1. Misión

(Daniel Zalazar, 2012) Menciona: “La misión es el metaobjetivo y esencia de una organización. La misión hace referencia a las razones constitutivas del ser organizativo delimitando cuál ha de ser su función social”.

Es la razón de ser de la empresa y el motivo por el cual se ha constituido, debe tener características concretas, motivadoras y posibles de ser alcanzadas, en esta se define la necesidad a satisfacer, los productos y servicios a ofertar y los clientes que se desea alcanzar.

2.6.2. Visión

(Alcazar, 2011), establece: “Es una declaración que ayuda a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo” (Alcazar, 2011)

Se refiere a la imagen futura que la organización tiene de sí misma con características de aspiración en aspectos tanto internos como externos y es complementaria a la misión ayudando a que el propósito estratégico se cumpla.

2.6.3. Organigrama Estructural

Representación gráfica que, únicamente, muestra la imagen en conjunto de las diversas unidades organizativas que integran una entidad determinada, así como las relaciones entre ellas. Un organigrama de este tipo permite conocer, en forma objetiva, las distintas partes constitutivas de una determinada organización y de las interrelaciones consideradas como un todo. (ABACO, 2013, pág. 118)

Es el esquema de las diferentes áreas que forman parte de la organización y como se interrelacionan entre ellas, lo que permitirá coordinar las actividades de negocios en ella se

destacan jerarquías, cargos y líneas de comunicación presentando una visión inmediata y resumida de la distribución.

2.6.4. Organigrama Funcional

Gráfico ampliado del organigrama estructural, conjuntamente con la descripción de las funciones y actividades básicas de cada dependencia o unidad administrativa y de servicios en forma clara. En esta clase de organigrama pueden también incluirse los límites de actuación de los niveles directivos. (ABACO, 2013, pág. 128)

Es una imagen formal de la organización que proporciona información sobre las actividades que desempeñarán los elementos que integran el organigrama estructural, incluye las principales funciones de cada unidad y sus interrelaciones.

2.6.5. Manual de Funciones

Este instrumento facilita la ubicación y orientación del personal además de que permite establecer claras delimitaciones en las funciones y responsabilidades de cada cargo. Los aspectos que se deben tomar en cuenta para desarrollar un manual de funciones para una empresa no depende del tipo de sociedad (limitada, anónima etc.). La finalidad de este manual es la de definir la estructura de la empresa, cargos que la conforman, así como funciones, responsabilidades, requisitos y relaciones jerárquicas, en consecuencia para la elaboración de un manual de funciones se deberá:

- 1. Definir estructura organizacional de la empresa*
- 2. Definir la denominación y número de cargos que conformarán la estructura.*
- 3. Asignar a cada cargo las funciones que le corresponden*
- 4. Establecer los requisitos (estudios, experiencia, perfil) necesarios para desempeñar las funciones asociadas.*
- 5. Establecer las relaciones jerárquicas entre los diferentes cargos.*

6. *Aprobar y divulgar el manual en la empresa.*

(Urdaneta, 2005, pág. 2)

El manual está desarrollado para dar organización a una empresa estableciendo funciones específicas a cada persona, como son: cargos, responsabilidades, habilidades profesionales y competencias, logrando así una empresa que camine de forma ordenada con el personal y la estructura empresarial. Además esto ayuda a que se mantenga fuerte ante todo cambio tanto interno como externo que pueda ocurrir, ya que el personal sabe cómo actuar en cada área que le compete desde el administrativo hasta los empleados de rango inferior con ideas, trabajo y esfuerzo, sin dejar de lado que debe existir una buena comunicación y ubicación del personal para que el manual de funciones sea eficiente.

2.6.6. Reglamento Interno

Permite a las empresas dirigir adecuadamente sus operaciones, dando las instrucciones formales a cada uno de sus trabajadores mediante un documento escrito; permite sancionar disciplinariamente a quienes lo incumplen y contribuye al cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa, entre otros y según el Código de Trabajo las fábricas y todos los establecimientos de trabajo colectivo elevarán a la Dirección Regional del Trabajo en sus respectivas jurisdicciones, copia legalizada del horario y del reglamento interno para su aprobación.

(OUTSORCINg, 2014)

Es una herramienta indispensable como normativa regulatoria de una empresa, permite resolver conflictos estableciendo parámetros como derechos, obligaciones, prohibiciones y sanciones a la que deben regirse los empleadores y trabajadores, parte del proceso de establecimiento de este documento es presentarlo ante la Dirección Regional de Trabajo para que sea aprobada.

2.6.7. Código de Ética

La implementación del Código de Ética permitirá la consolidación de la visión y misión institucional impulsando sentidos de pertenencia e identidad para contribuir a una gestión eficiente y transparente a través del buen uso de los recursos públicos. Su aplicación significará el fortalecimiento de nuestra vocación de servicio, a través del afianzamiento de los valores para cimentar la confianza social hacia la institución. Esto exige nuestra entrega incondicional y transparente en las labores diarias. (Mafla, 2014, pág. 1)

Es necesario tener un código de ética presente en la empresa para que el personal tenga un funcionamiento transparente tanto en lo laboral como en lo personal para que no haya algún tipo de corrupción o el incumplimiento de obligaciones y derechos en la empresa y que favorezca a ambas partes el empleador y empleado, ya que una mala administración y la corrupción pueden llevar a una empresa a tener consecuencias graves.

2.6.8. Elementos de la Administración

Las gestiones dentro de la organización están comprendidas en 4 componentes:

- **Planificación**

Según George Terry: “Planeación es la selección y relación de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones (premisas) respecto del futuro en la visión y formulación de las actividades propuestas que se crean necesarias para alcanzar los resultados deseados”

La planificación constituye el primer paso en el proceso ordenado de desarrollo e implementación de reglas y métodos para alcanzar propósitos u objetivos de manera estratégica como organización.

- **Organización**

Según Sergio Hernández “Organización es el proceso administrativo en el que se aplican técnicas administrativas para estructurar una empresa u organización social, definiendo las funciones por áreas sustantivas, departamentos y puestos, estableciendo la autoridad en la materia de toma de decisiones y la responsabilidad de los miembros que ocupan dichas unidades, así como las líneas de comunicación formal para facilitar la comunicación y cooperación de los equipos de trabajo, con la finalidad de alcanzar los objetivos de la estrategia”

Se fundamenta en la aplicación de técnicas para cada uno de los departamentos que conforman la empresa, mismas que permitan interrelacionarse como equipo de trabajo y alcanzar los objetivos deseados como organización, desarrollando las estrategias establecidas en la planificación.

- **Dirección**

Cuando hablamos de dirección dentro del proceso administrativo, analizamos los elementos de liderazgo que requiere quien ocupa una gerencia general, una gerencia de área o una jefatura que le de dirección a sus equipos de trabajo hacia los grandes objetivos de la empresa. Por tanto todos los niveles gerenciales requieren saber de dirección.

(Martínez, 2011, pág. 78)

Es la puesta en marcha de funciones concretas a considerar dentro de la parte administrativa, requiere de habilidad directiva según el nivel de responsabilidad y su respectiva delegación de funciones en equipos de trabajo.

- **Control**

Permite a las empresas autorregularse y mantener su desarrollo en los términos deseados desde la planeación. Existe una premisa administrativa que señala “solo lo que se

mide se puede mejorar”. Sin control no es posible asegurar y mantener un sistema de calidad en los productos y servicios de las empresas. (Martinez, 2011, pág. 81)

El control integra la evaluación del proceso administrativo y una retroalimentación de sus funciones donde se pueda corroborar algunos aspectos positivos y mitigar los negativos, en pos de una mejora continua en el proceso.

La finalidad de cada elemento administrativo es establecer una secuencia lógica al proceso intentando minimizar costos e incrementar la utilidad.

Es importante porque permite tomar decisiones a corto y largo plazo basándose en cada componente para darle una solución al proceso administrativo, determinando objetivos claros para hacerlo más fluido.

2.8. Impactos

Impacto es la ejecución del proyecto que genera distintos efectos que causan un impacto en los usuarios del mismo, en la organización que lo ejecuta y en la sociedad en general. Predice los distintos efectos que del proyecto, con los efectos que tendrían en los agentes y cuantificar. Al cuantificar los impactos positivos y negativos es posible compararlos, para luego confortarlo con los costos del proyecto y determinar su convivencia.

(Jairo Darío Murcia M, 2011, pág. 209)

El estudio de impactos sustenta un análisis de las diferentes áreas a considerar que provocan efectos debido a la ejecución del proyecto, estos efectos se puede comparar entre ellos con el objetivo de disminuir los negativos y aprovechar los positivos, Los impactos pueden darse tanto dentro como fuera de la organización.

2.8.1. Impactos Directos

Impactos Directos son los más fáciles de identificar y se refieren a aquellos generados directamente por el consumo de los bienes y servicios producidos. (Jairo Darío Murcia M, 2011, pág. 209)

Los impactos directos son aquellos que surgen precisamente cuando se empieza a utilizar los productos del proyecto, es decir se relacionan directamente con el bien o servicio final.

2.8.2. Impactos Indirectos

El proyecto también puede tener Impactos Indirectos mediante la liberación de recursos que, luego de la ejecución, quedan disponibles para el huso de la sociedad. El resultado es una liberación de parte de estos insumos para su uso en otras actividades, las cuales producirán bienes y servicios que serán consumidos y por lo tanto causaran un impacto positivo.

El proyecto genera siempre un impacto indirecto negativo dado que requiere la utilización de recursos que podría ser utilizado en otras actividades.

(Jairo Darío Murcia M, 2011, pág. 211)

Los impactos indirectos surgen después de la realización del proyecto quedando disponibles recursos que la sociedad usa en otras actividades, es decir de manera indirecta.

CAPITULO III

3. Estudio de Mercado

3.1.Finalidad del Estudio de mercado

El propósito del estudio de mercado es analizar el comportamiento actual de la demanda y oferta que el taller artesanal “Leo” posee, mediante la recolección de información, conociendo las características, conductas y opiniones de los consumidores e investigar si la ampliación del taller tiene acogida y resultará factible, analizando características y especificaciones de lo que el taller ofrece, estableciendo precios con el análisis de los clientes y la promoción apropiada para el mercado.

3.2.Objetivos del Estudio de mercado

3.2.1.Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda en cuanto a la elaboración de artículos de cuero del taller “Leo” y su aceptación en el mercado.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar el mercado meta que tiene el taller Leo.
- Proyectar la demanda existente en el mercado de artículos de cuero del taller artesanal “Leo”
- Determinar la proyección de la oferta del taller “Leo”.
- Identificar los precios en los artículos de cuero para la ampliación del taller.
- Formular estrategias de promoción y publicidad acordes al proceso de ampliación del taller “Leo”.

3.2.3. Matriz de variables de mercado

Cuadro 3 1 Matriz de variables de mercado

| OBJETIVOS | VARIABLES | INDICADORES | FUENTES DE INFORMACIÓN | TÉCNICAS |
|---|------------------|---|--|--------------------------------------|
| Identificar el mercado meta que tiene el taller Leo | Mercado meta | género educación edad profesión | Población Económicamente Activa Cotacachi | Encuesta |
| Proyectar la demanda existente en el mercado de artículos de cuero del taller artesanal “Leo” | Demanda | Reconocimiento empresarial Cantidad demandada Gustos y Preferencias | Población Económicamente Activa Cotacachi Clientes | Observación, encuestas. |
| Determinar la proyección de la oferta del taller “Leo”. | Oferta | Plaza Temporada Calidad Precio de venta Volumen de producción | Población Económicamente Activa Cotacachi Propietarios taller. | Observación, entrevistas, encuesta. |
| Identificar los precios en los artículos de cuero para la ampliación del taller. | Precios | Nivel de precios. | Propietarios taller. Principales productores y comerciantes Consumidores | Observación, encuestas, entrevistas. |
| Formular estrategias de promoción y publicidad acordes al proceso de ampliación del taller “Leo”. | Publicidad | Estrategias publicitarias | Clientes Competencia Propietarios | Encuestas, entrevistas, documentos. |

Fuente: Planteamiento de objetivos y variables e indicadores de mercado

Elaborado por: La autora

3.3. Identificación del negocio

3.3.1. Logotipo

El logotipo es un elemento importante para la representación de la empresa, de manera que al visualizarlo, sea fácilmente identificada; en este caso el taller cuenta con su propio distintivo de presentación, reflejando unas líneas curvas en forma de pedazo de cuero como eje principal de la empresa. Se ha elegido el color café para la curva y las letras de renombre y un tono blanco de fondo, sencillo pero auténtico.

Gráfico 3 1 Logotipo



Fuente: Taller Leo

3.3.2. Eslogan

La frase mediante la cual se identifica el taller es: “Viste con Leo y sentirás que la moda es parte de tu piel”, constituyendo un recordatorio del reto diario a cumplir como organización.

3.4. Determinación de la población

Para la presente investigación se tomó diferentes poblaciones de estudio, estas son: los clientes constantes del taller “Leo”, así como la población Económicamente Activa entre los 15 y 64 años de edad de la ciudad como consumidores potenciales y también a los propietarios de los más reconocidos talleres y almacenes en Cotacachi, considerándolos como competencia.

a) La población económicamente activa de Cotacachi, según datos proporcionados del Sistema de Indicadores sociales del Ecuador la población considerada en este trabajo de investigación es de 8.848 en el año 2015 (Anexo 8), en el siguiente cuadro se subdivide a esta población por género del sector Urbano.

Tabla 3 1 Población Económicamente Activa urbana de Cotacachi

| Genero | Nro. Habitantes |
|---------------|------------------------|
| Hombre | 4.280 |
| Mujer | 4.568 |
| Total | 8.848 |

Fuente: Sistema Nacional de Indicadores 2015- Anexo 8

Elaboración: La Autora

b) Consumidores al azar del taller artesanal “Leo”

c) Los principales productores y comercializadores de artesanías de cuero en Cotacachi:

Tabla 3 2 Principales productores y comercializadores de artesanías de cuero

| Nombre Taller | Ciudad | Nro. Talleres |
|-------------------------|---------------|----------------------|
| Emanuel's | Cotacachi | 2 |
| Guerrero Ruta del Cuero | Cotacachi | 1 |
| Saavedra's | Cotacachi | 1 |
| TOTAL | | 4 |

Fuente: Encuestas Entrevistas

Elaborado por: la Autora

3.5. Determinación de la muestra

Para la toma de datos de la población de Cotacachi, se aplicó una encuesta por familia. Si se registra como población total de 8.848 personas, siendo el promedio de miembros por familia de 3,6 según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos año 2014 y como se lo puede apreciar en el anexo 8 se tienen 2.457 familias que habitan en la zona urbana de Cotacachi

tomadas como población de estudio. Cabe recalcar que las encuestas efectuadas incluyeron a turistas que transitaban en la calle comercial 10 de agosto. Con este dato se aplicó la fórmula de cálculo de la muestra, de la siguiente manera:

Fórmula de Cálculo:

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

Dónde:

n= número de encuestas a levantar

Z= Nivel de confianza 95% 1.96

N= Población a investigar 2.457

δ^2 = Varianza de la población 0.25

E= Límite aceptable de error de muestra 5%

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,25 \cdot 2457}{0,05^2 \cdot (2457 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25 \cdot 2457}{0,0025(2457 - 1) + 3,8416 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{2359,7028}{6,14 + 0,9604}$$

$$n = \frac{2359,7028}{7,1004}$$

$$n = 332$$

3.6. Tabulación y análisis de datos

3.6.1. Población de Cotacachi

¿Cuál es su género?

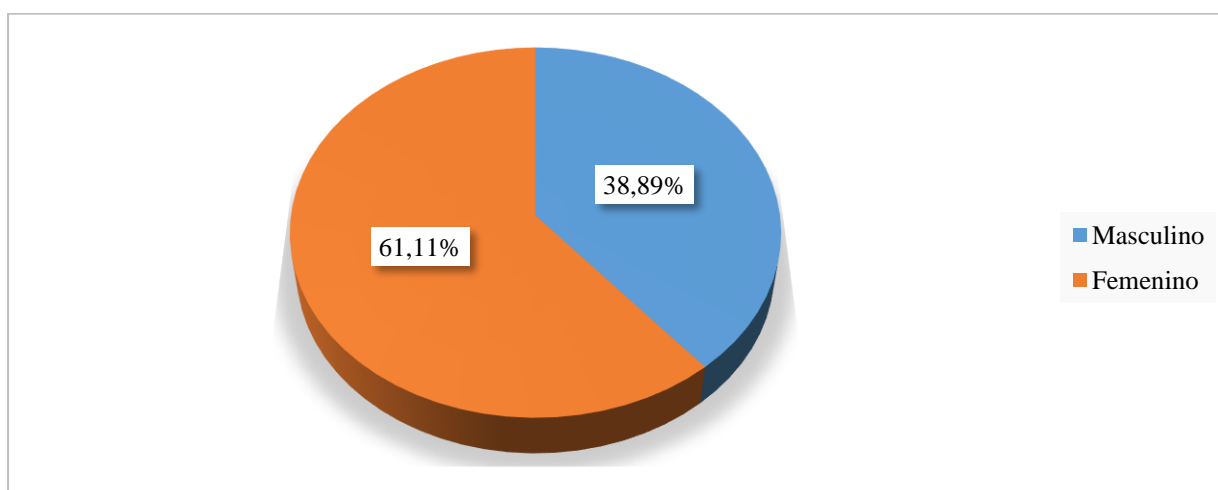
Tabla 3 3 Género

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Masculino | 129 | 38,89% |
| Femenino | 203 | 61,11% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA Cotacachi

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 2 Género



Fuente: Encuestas PEA Cotacachi

Elaborado por: la Autora

Análisis

De las personas encuestadas la mayoría son mujeres, debido a su gusto y preferencia por los artículos de cuero, siendo también las madres de familia las encargadas de realizar las adquisiciones de los productos para los miembros de su hogar; por esta razón se debe tomar en cuenta la calidad y detalles del producto a ofertar ya que las mujeres influirán en la decisión de compra.

¿Cuál es su nivel de educación?

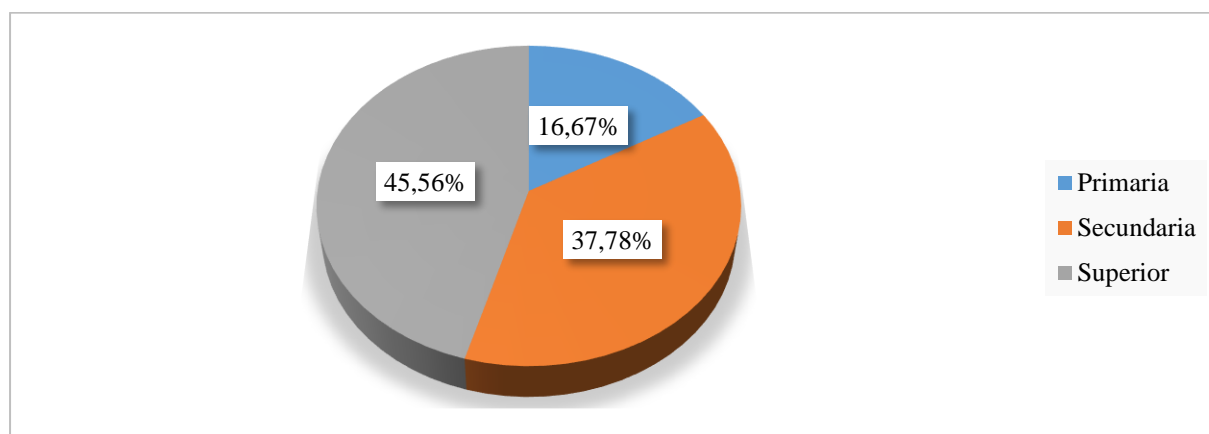
Tabla 3 4 Nivel de educación

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Primaria | 55 | 16,67% |
| Secundaria | 125 | 37,78% |
| Superior | 151 | 45,56% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 3 Nivel de educación



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Análisis

La mayoría de las personas encuestadas son de educación superior, seguida por la secundaria y finalmente unos cuantos de primaria, se ha considerado esta estadística enfocándose en el mercado meta correspondiente a la clase media alta, debido a que los precios de los artículos se estiman accesibles para ellos.

¿Qué edad tiene?

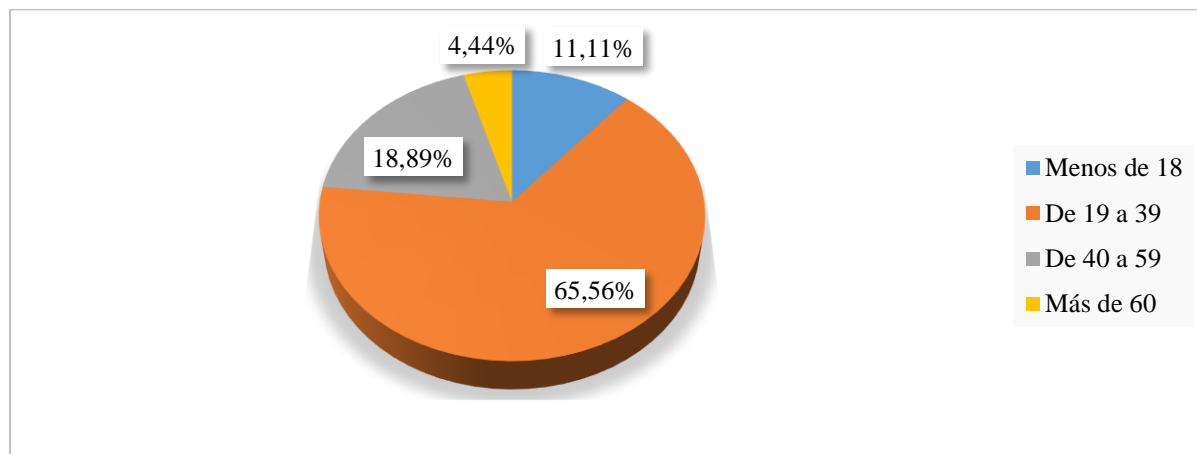
Tabla 3 5 Edad

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|-------------|
| Menos de 18 | 37 | 11,11% |
| De 19 a 39 | 218 | 65,56% |
| De 40 a 59 | 63 | 18,89% |
| Mayores de 60 | 15 | 4,44% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 4 Edad



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Análisis

La mayoría de los encuestados se encuentran entre los 19 y 39 años de edad, seguidos por los de 40 a 59 años, considerando a la Población Económicamente Activa entre estas edades, mientras que los menores de 18 y mayores de 60 años, constituyeron una baja proporción, Pese a que todos los artículos de cuero son accesibles a las edades señaladas en la encuesta, se tomará como mercado meta a quienes más consumen los artículos de cuero entre los 19 y 59 años de edad.

¿Cuál es su ocupación?

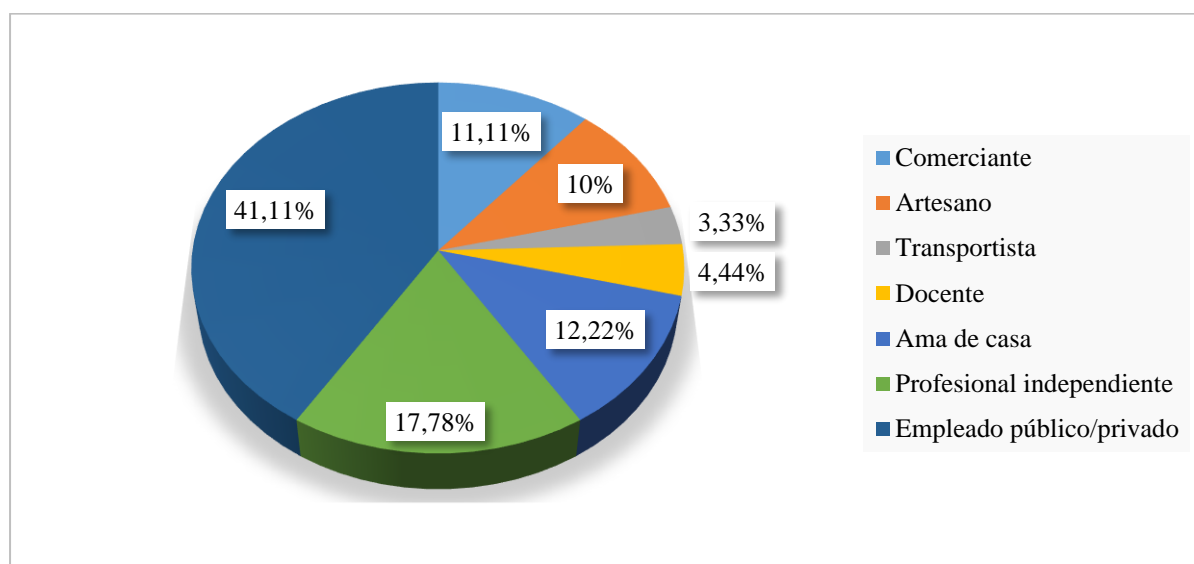
Tabla 3 6 Ocupación

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------|------------|-------------|
| Comerciante | 37 | 11,11% |
| Artesano | 33 | 10% |
| Transportista | 11 | 3,33% |
| Docente/profesor | 15 | 4,44% |
| Ama de casa | 41 | 12,22% |
| Profesional independiente | 59 | 17,78% |
| Empleado público/privado | 136 | 41,11% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 5 Ocupación



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Análisis

En este resultado se puede observar que la mayoría de personas radican en ocupaciones de empleados públicos y privados de empresas u oficinas, seguido por profesionales independientes, después las amas de casa y los comerciantes, artesanos, docentes y finalmente transportistas; el gusto por los artículos de cuero se encuentra en cualquier ocupación, sin embargo al considerar la clase media alta se estima a las dos primeras como son los empleados público privados y profesionales independientes.

¿Tiene usted conocimiento de la existencia del taller “Leo” en Cotacachi y los productos que ofrece?

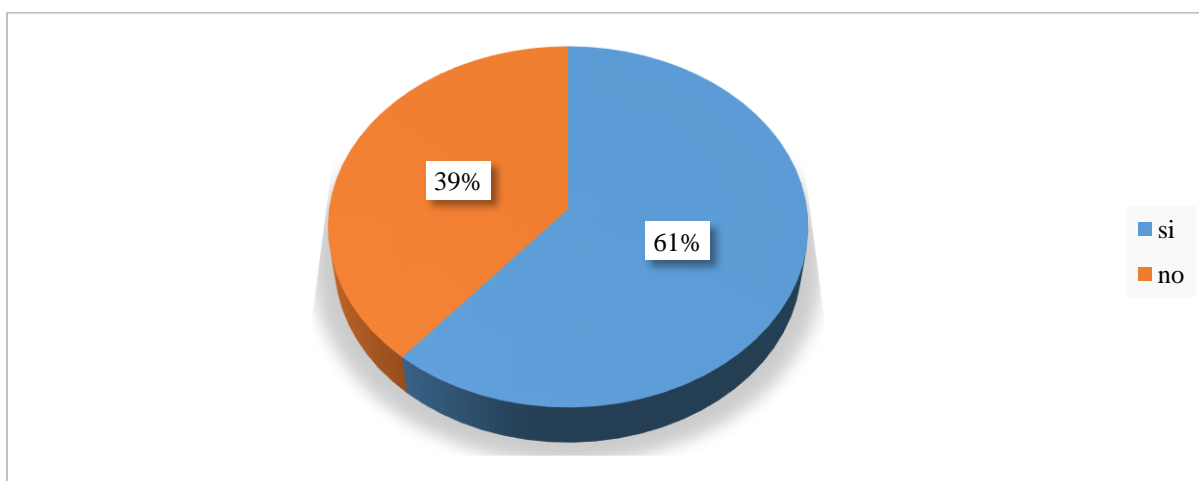
Tabla 3 7 Conocimiento de la existencia del taller “Leo” en Cotacachi

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 203 | 61,11% |
| No | 129 | 38,89% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 6 Conocimiento de la existencia del taller “Leo” en Cotacachi



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Análisis

Al realizar las encuestas en la calle 10 de agosto y sus alrededores, se observó que la mayoría de la gente tiene conocimiento de la existencia del taller Leo, mas no de los productos que ofrecen; según este análisis se busca la ampliación en publicidad para difundir mayor información a consumidores locales, provinciales y nacionales para poder satisfacer las necesidades de consumo en artículos de cuero de los mismos.

Aproximadamente ¿Cuántos artículos de cuero consume al año por cada integrante de su familia?

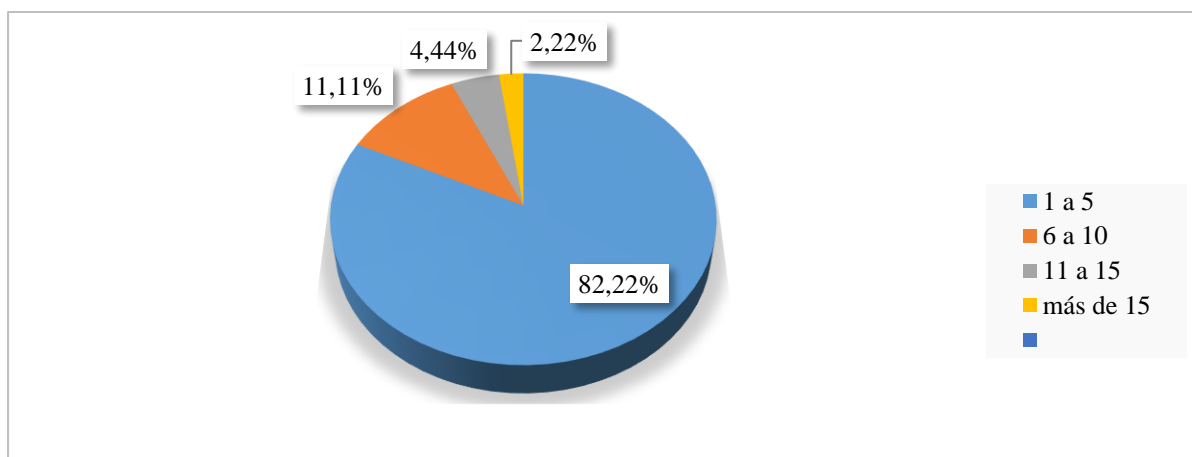
Tabla 3 8 Artículos de cuero que consumen al año

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 a 5 | 273 | 82,22% |
| 6 a 10 | 37 | 11,11% |
| 11 a 15 | 15 | 4,44% |
| Más de 15 | 7 | 2,22% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 7 Artículos de cuero que consume al año



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Análisis

La mayor parte de los encuestados mencionó que durante el año 2015 han bajado sus adquisiciones en artículos de cuero por eso se detalla a la mayor proporción entre 1 y 5 artículos, y el resto adquieren más de 5 artículos; sin embargo manifestaron que en años anteriores consumían más estos productos por familia. Varias personas señalaron que esta reducción se debió a la situación económica y a la durabilidad del producto, manifestaron también que estos artículos en su mayoría son de vestimenta.

¿Cuál es la preferencia de compra por artículos de cuero en su familia?

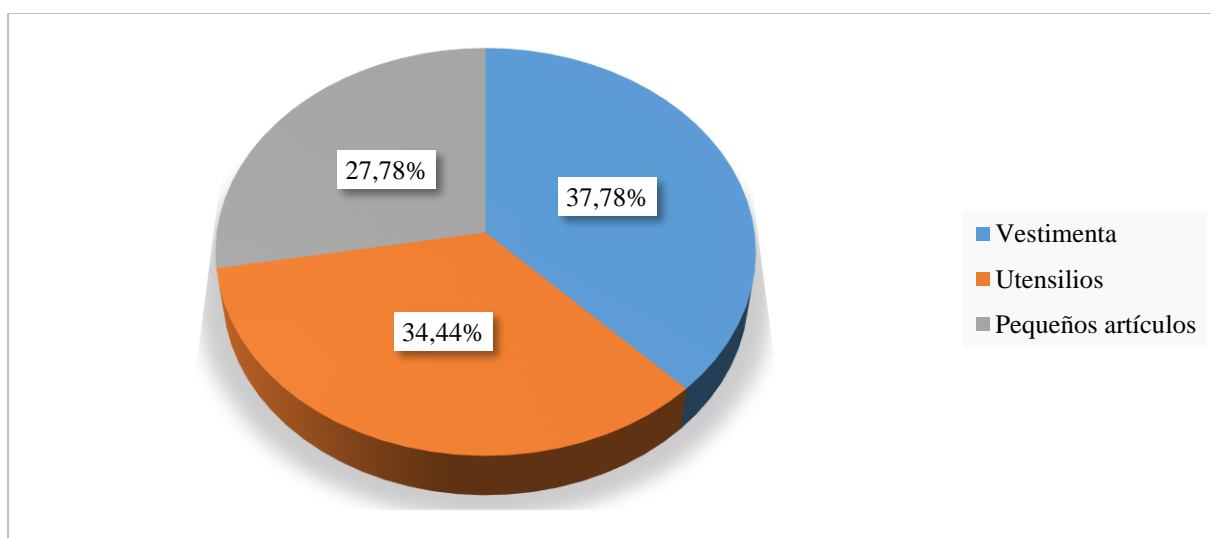
Tabla 3 9 Preferencia de compra por artículos de cuero

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|-------------|
| Vestimenta (Chompas, abrigos, chalecos, pantalones, guantes, chales) | 125 | 37,78% |
| Utensilios (Carteras, billeteras, bolsos, mochilas, estuches para libros) | 114 | 34,44% |
| Pequeños artículos (Monederos, manillas, porta celulares, llaveros) | 92 | 27,78% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 8 Preferencia de compra por artículos de cuero



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Análisis

Los encuestados supieron manifestar que su preferencia estaba en las prendas de vestir, especialmente las chompas o chaquetas, seguidas por los utensilios; destacados entre estos los bolsos y carteras y finalmente los pequeños artículos como manillas y monederos, pese a que no hay mucha diferencia en los porcentajes; los encuestados prefieren vestir el cuero antes que usar los utensilios o pequeños artículos.

¿Cuáles son los diseños que usted prefiere al momento de comprar artículos de cuero?

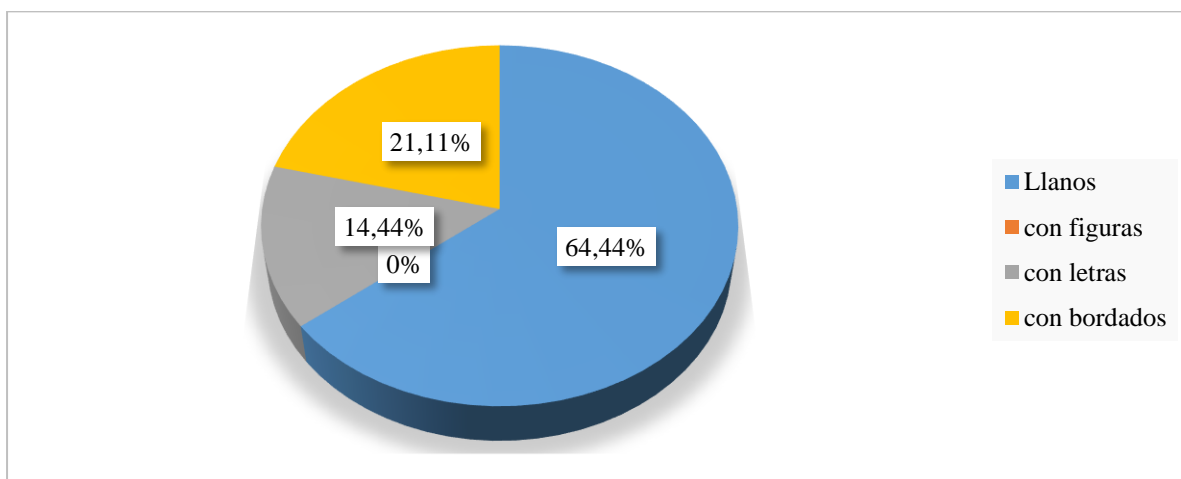
Tabla 3 10 Diseños de preferencia en las compras

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Llanos | 214 | 64,44% |
| Con letras | 0 | 0% |
| Con figuras | 48 | 14,44% |
| Con bordados | 70 | 21,11% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 9 Diseños de preferencia en las compras



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Análisis

En esta investigación se reconoció que los diseños en preferencia por los consumidores son llanos en su mayoría pero existe una cierta cantidad que también tiene preferencia que vayan acompañados de bordados y otra pequeña cantidad que se acompañen por figuras de cuero, la mayoría manifestaba que la particularidad en cada artículo es su sencillez y que desearían que fueran diseños agradables a la vista. Es importante establecer las capacitaciones para los obreros y tratar temas sobre los diseños.

¿Qué tipo de cuero es el que usted prefiere al momento de su compra?

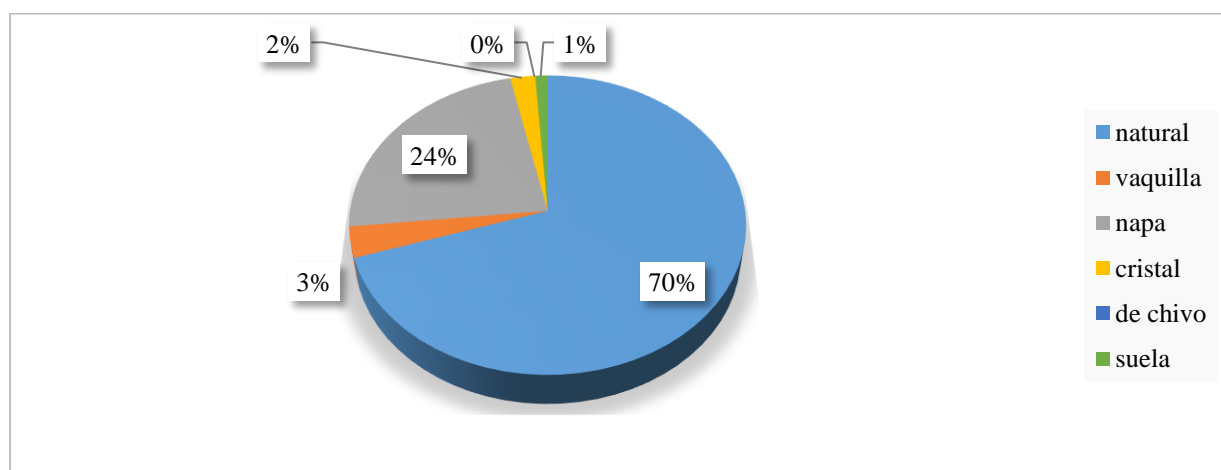
Tabla 3 11 Preferencia de artículos de cuero

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Natural | 232 | 70% |
| Vaquilla | 11 | 3,33% |
| Napa | 77 | 23,33% |
| Cristal | 7 | 2,22% |
| De Chivo | 0 | 0% |
| Suela | 4 | 1,11% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 10 Preferencia de artículos de cuero



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Análisis

En su mayoría preferían el natural, por su durabilidad, consistencia y adquisición, siendo uno de los cueros de menor precio y buena calidad, seguido de este el napa por su contextura, preferido por las mujeres tanto en vestimenta como en carteras, después en cantidades semejantes estuvo el cuero vaquilla y cristal, mismos que señalaron tenían un elevado precio y que los consideraban cueros delicados.

De acuerdo con esta investigación se considera al cuero natural y napa para realizar una mayor producción y el cuero vaquilla y cristal ofrecer mayor publicidad, estableciendo las ofertas mencionadas anteriormente.

¿Cuáles son los colores de cuero que prefiere en sus adquisiciones?

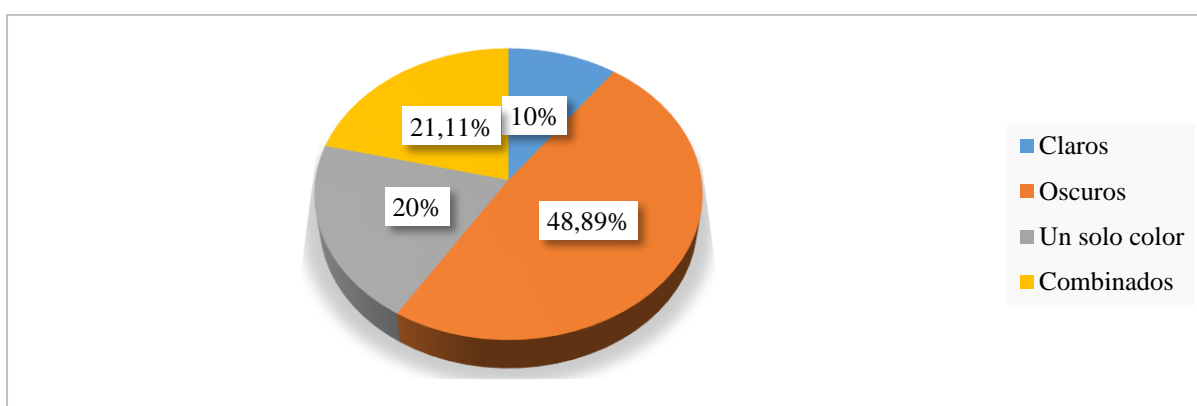
Tabla 3 12 Preferencias en colores

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|-------------|
| Claros | 33 | 10% |
| Oscuros | 162 | 48,89% |
| Un solo color | 66 | 20% |
| Combinados | 70 | 21,11% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 11 Preferencias en colores



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Análisis

En cuanto a los tipos de colores que las personas encuestadas prefieren en sus adquisiciones están principalmente los oscuros, como el café y negro, otro porcentaje dijo que los colores combinados serían buenos, aunque difícilmente se consigue algunos y con buena combinación de colores, después los de un solo color que son fáciles de encontrar y finalmente los claros como el marrón, blanco, entre otros. Según la encuesta se inclina por los colores oscuros, debido que estos colores podrían utilizarlos hombres, mujeres y en cualquier ocasión. Es importante recalcar las capacitaciones en cuanto a diseños para tener nuevas tendencias para ofrecer y que el taller sea más competitivo.

¿Dónde son los lugares que usted accede a la compra de estos artículos de cuero?

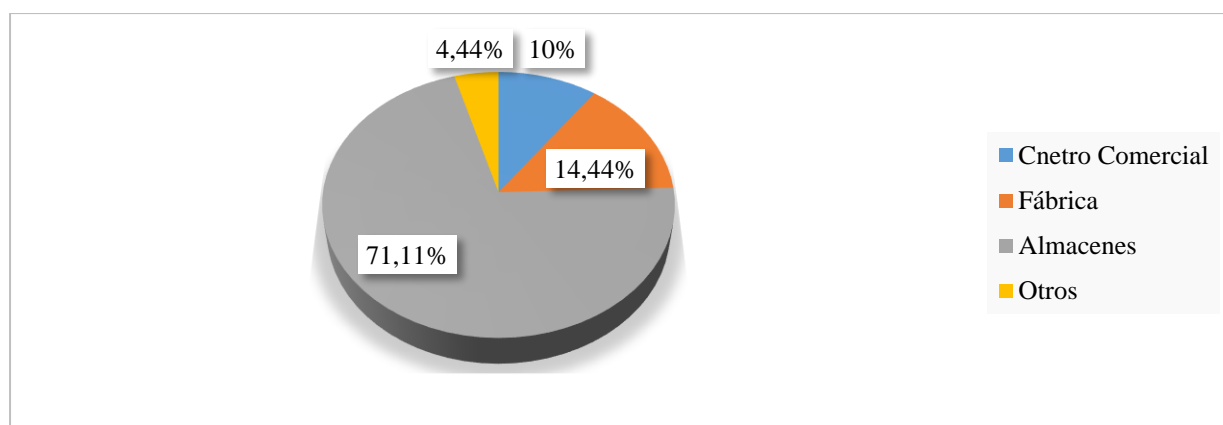
Tabla 3 13 lugares de compra de artículos de cuero

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|-------------|
| Centro comercial | 33 | 10% |
| Fábrica | 48 | 14,44% |
| Almacenes | 236 | 71,11% |
| Otros | 15 | 4,44% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 12 Lugares de compra de artículos de cuero



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Análisis

En este contexto los encuestados manifestaron que la mayoría acceden a estos artículos en los almacenes de cuero, seguido de las fábricas y talleres porque preferían ir directo al productor, después en los centros comerciales y una reducida cantidad dijeron que los compraban en lugares como ferias artesanales o por pedidos vía internet. Por tal motivo el taller Leo se encuentra dentro de la principal sección señalada teniendo como fortaleza su local propio para las ventas en la principal calle de Cotacachi, pero podría optar también por las ferias y la creación de una página web para la venta de sus productos para llegar a nuevos mercados.

¿Cuáles son los meses en los cuales usted compra más artículos de cuero?

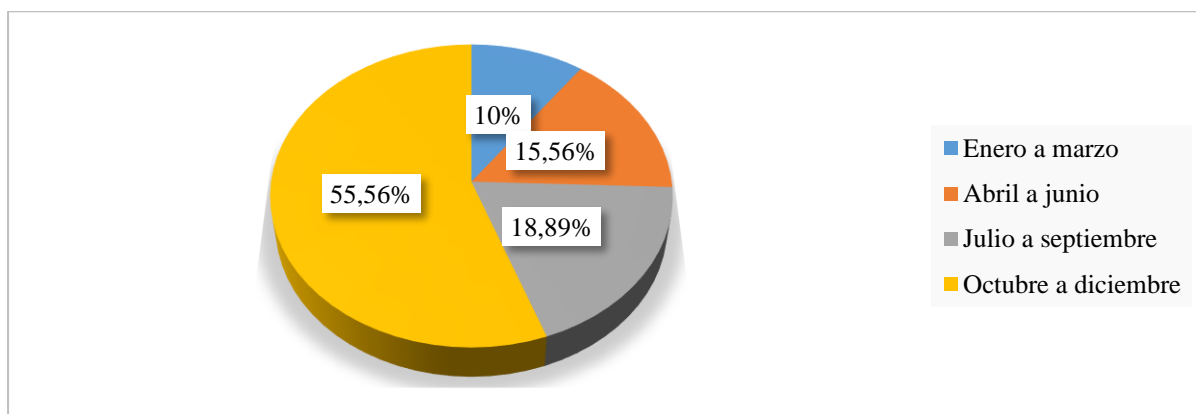
Tabla 3 14 Meses en los que compra más artículos de cuero

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|-------------|
| Enero a marzo | 33 | 10% |
| Abril a junio | 52 | 15,56% |
| Julio a septiembre | 63 | 18,89% |
| Octubre a Diciembre | 184 | 55,56% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 13 Meses en los que compra más artículos de cuero



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Análisis

La época de mayor adquisición en estos productos es durante los meses de octubre y diciembre, que representa un poco más de la mitad de encuestados, señalaron que es para dar presentes para navidad, el siguiente porcentaje mencionaron que adquirirían los artículos en los meses de julio y septiembre, por vacaciones y un poco antes de clases, estas 2 fechas señaladas también porque dijeron tener más poder adquisitivo, en las épocas de enero a junio un mínimo porcentaje manifestaron que compran porque es cuando existe menor concurrencia de compradores, porque de esta forma suelen encontrar ofertas. Todos concuerdan que en el momento que tengan dinero y deseen adquirir el producto lo hacen.

¿Qué es lo que más le llama la atención al momento de adquirir un producto?

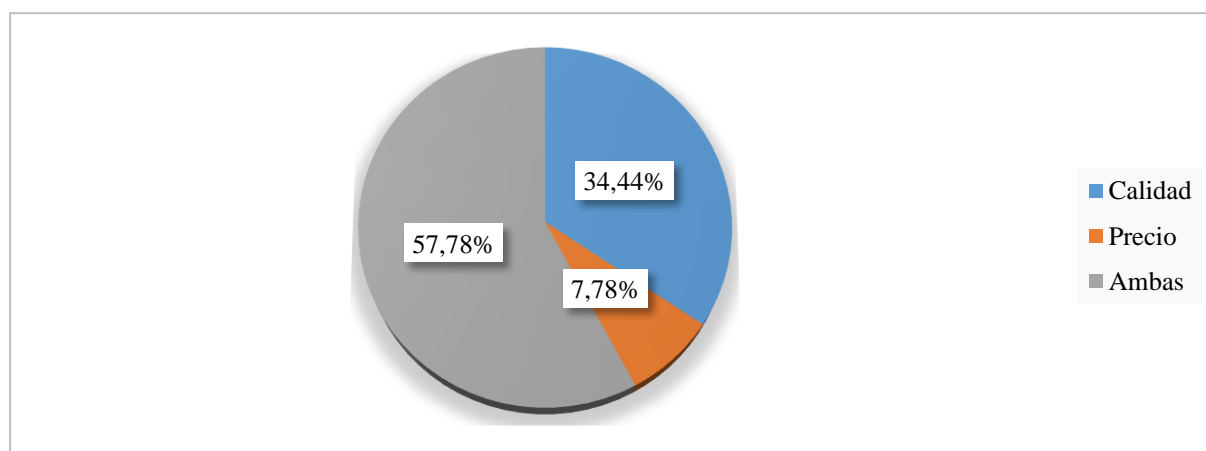
Tabla 3 15 Predominancia al momento de adquirir un producto

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|-------------|
| Calidad | 114 | 34,44% |
| Precio | 26 | 7,78% |
| Las 2 anteriores | 192 | 57,78% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 14 Predominancia al momento de adquirir un producto



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Análisis

La mayoría de encuestados optaron por la opción que tanto la calidad como el precio son factores que intervienen al momento de adquirir un producto, una siguiente parte dijeron que el precio muchas veces no importaba, sino que la calidad sea excelente y una mínima parte manifestaron que el precio es lo que más le llama la atención al momento de comprar. Como unidad económica el Taller Leo debe centrarse tanto en la calidad que brindará con sus productos como también en los precios que colocará estos para su beneficio.

Señale, ¿Cuál es el precio promedio que paga por los artículos?

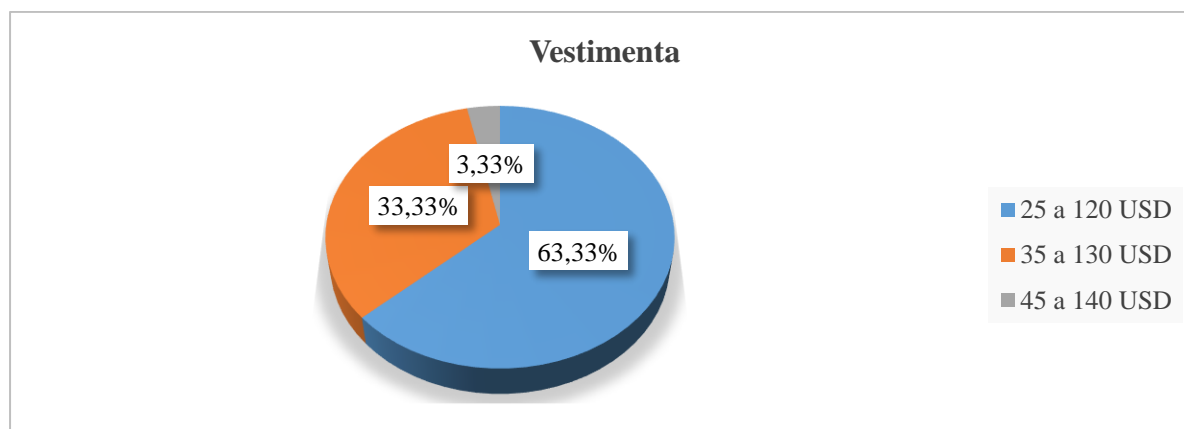
Tabla 3 16 Precio promedio que paga por los artículos

| Vestimenta USD | No. | % | Utensilios USD | No. | % | Pequeños Artículos USD | No. | % |
|-----------------------|------------|------------|-----------------------|------------|------------|-------------------------------|------------|------------|
| 25 a 120 USD | 210 | 63,33 | 5 a 30 USD | 207 | 62,22 | 1 a 10 USD | 159 | 47,78 |
| 35 a 130 USD | 111 | 33,33 | 5 a 40 USD | 55 | 16,67 | 1 a 8 USD | 111 | 33,33 |
| 45 a 140 USD | 11 | 3,33 | 10 a 45 USD | 70 | 21,11 | 3 a 10 USD | 63 | 18,89 |
| TOTAL | 332 | 100 | | 332 | 100 | | 332 | 100 |

Fuente: Encuestas PEA

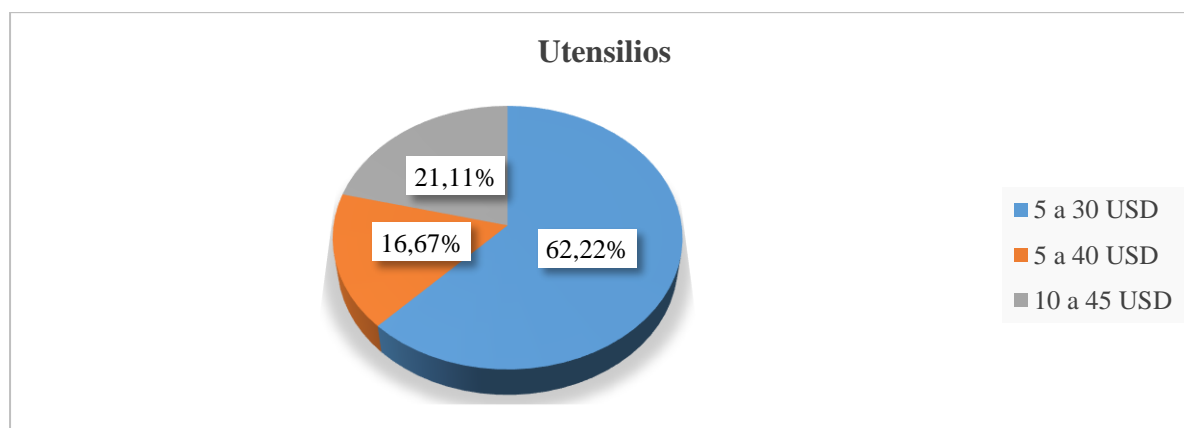
Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 15 Precio promedio que paga por los artículos



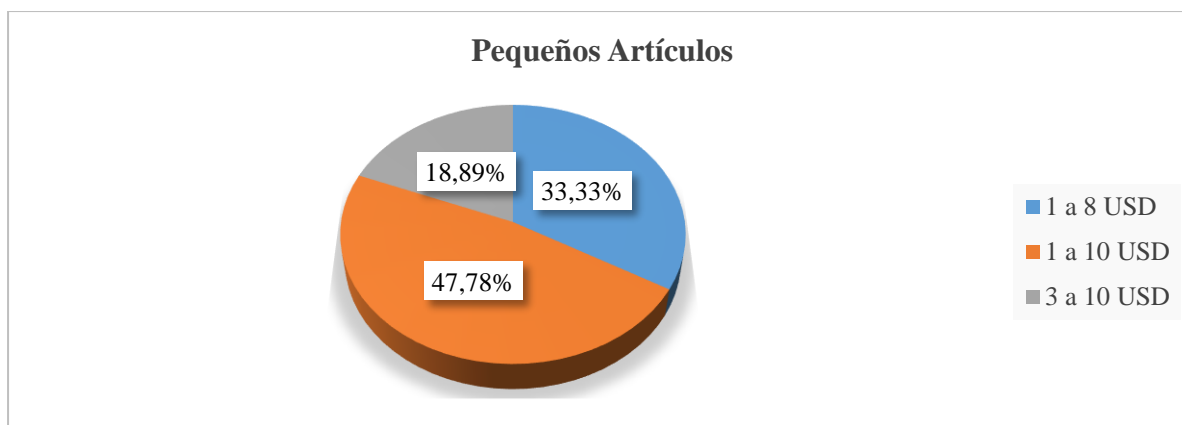
Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Análisis

En cuanto a la vestimenta los encuestados manifestaron en su mayoría que los precios que pagan se encuentran entre los 25 y 120 USD, seguido por los 35 a 130 USD y una mínima cantidad mencionó que podrían pagar entre 45 y 140 USD, señalaron que también estos precios dependerán del tipo de cuero que utilicen para la elaboración. En referencia a los utensilios las personas indicaron que de 5 a 30 USD eran los precios más considerables, seguido de 5 a 40 USD y finalmente de 10 a 45 USD, considerando también cada uno los acabados de estos artículos y el tamaño. En cuanto a los pequeños artículos la mayoría manifestó que considerarían los precios entre 1 a 10 USD, seguido de 1 a 8 USD y finalmente de 3 a 10 USD. Se puede decir entonces que en su mayoría los encuestados prefieren un precio cómodo para su bolsillo, fijándose siempre en la calidad y tipo de cuero. Se puede establecer ofertas por temporada como estrategia comercial para satisfacer al cliente en sus demandas tanto de calidad como del precio.

¿Qué tipo de publicidad considera debería usar el taller “Leo” para dar a conocer sus productos en Cotacachi?

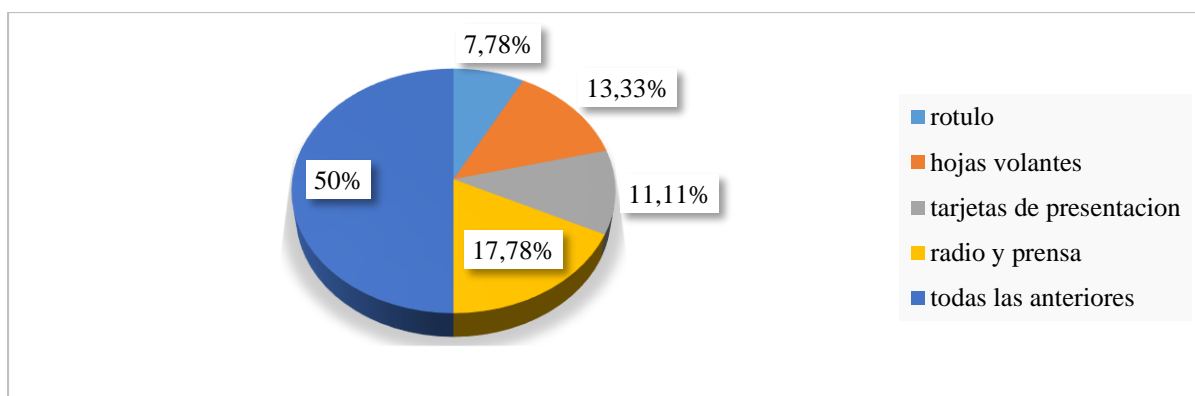
Tabla 3 17 Publicidad

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|-------------|
| Rotulo | 26 | 7,78% |
| Hojas volantes | 44 | 13,33% |
| Tarjetas de presentación | 37 | 11,11% |
| Radio y prensa | 59 | 17,78% |
| Todas las anteriores | 166 | 50% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3 16 Publicidad



Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Análisis

La mitad de encuestados expusieron que todos los medios publicitarios serían útiles para difundir información sobre los productos que ofrece el taller Leo, sin embargo varios señalaron como sugerencia que podrían crear una página web para ofertar sus productos y enviarlos al exterior. Un mínimo porcentaje indicaron que la radio y prensa sería un buen medio para propagar los artículos, así como también las hojas volantes serían de gran ayuda ya que esto no había realizado el taller con anterioridad, otros sugieren que continúen con las tarjetas de presentación y que el rótulo del taller y almacén sea de una forma más visible. La publicidad será una importante arma para la ampliación; llegando a nuevos mercados e incrementar las ventas.

3.6.2. Resultados de entrevistas a clientes del Taller

Esta tabla ha sido considerada por 6 clientes al azar durante el año 2015.

Cuadro 3 2 Aspectos de ampliación entrevistas

| Cliente | Domicilio | Artículos adquiridos | Frecuencia de compras | Sugerencias a producir | Ampliación aspectos | Trato recibido |
|------------------|-------------|-------------------------|-----------------------|-----------------------------------|--------------------------------|----------------|
| Melanie Galeano | Cotacachi | Cartera, billetera | De vez en cuando | Otros modelos de bolsos. | Publicidad | Bueno |
| Manuel Méndez | Chota | Chaqueta, monedero | De vez en cuando | Ninguna | | Bueno |
| Rosario Chiluiza | Quito | Chaquetas | De vez en cuando | Más variedad colores en chaquetas | Publicidad | Bueno |
| Wilson Soto | Guayaquil | Mochila | Primera vez | Ninguna | Publicidad | Excelente |
| John Blackett | Puerto Cayo | Chompa, bolso, monedero | Primera vez | Ninguna | Publicidad | Excelente |
| Viviana Gonzales | Colombia | Chaqueta, cartera | Primera vez | Ninguna | Charlas sobre trato al cliente | Bueno |

Fuente: Entrevista Consumidores

Elaborado por: la Autora

Análisis

Esta entrevista se realizó a consumidores que visitaron el local comercial del taller Leo, no se especificó una población debido a que no son clientes exactos, pero se conoció aspectos básicos como la existencia de clientes locales, a nivel nacional que son su mayoría y un porcentaje de internacionales, la mayoría de productos que se consume son chaquetas y después los bolsos y carteras, también se observa que un cliente compra una mochila, misma que no se fabrica en el taller, sino que se realiza una acción de compra venta y en algunos casos se ve el consumo de pequeños artículos como monederos, la frecuencia de las compras en los consumidores, mayoritariamente es por primera vez, otros manifestaron que de vez en cuando compran artículos en el taller por conocimiento de sus instalaciones, las sugerencias que algunas personas dieron estaba basada en diseños y colores y en aspectos para lograr la

ampliación del taller mencionaron a la publicidad y una persona manifestó capacitaciones para el trato con los clientes, todos manifestaron que recibieron un buen y excelente trato en el proceso de compra.

3.6.3. Resultados de entrevistas realizadas a los principales productores y comercializadores de artículos de cuero en la ciudad.

Cuadro 3 3 Tiempo de funcionamiento y mercadería

| Nombre Taller | Tiempo de funcionamiento | Artículos que más produce y comercializa |
|-------------------------|---|---|
| Emanuel's | 19 años taller y almacén | Chompas, ponchos, carteras, billeteras, monederos |
| Guerrero Ruta del Cuero | 2 años el taller y 1 año 2 meses el almacén | Chaquetas, carteras, billeteras, monederos, (pantalones solo bajo pedido) |
| Saavedra's | 20 años taller y almacén | Chompas, bolsos, cinturones, billeteras (monederos en pocas cantidades) |

Fuente: Entrevista Competidores

Elaborado por: la Autora

Análisis

Los tres negocios anteriormente señalados, trabajan en la misma línea de producción que el taller Leo principalmente la vestimenta en cuero con unas cuantas variaciones en sus productos, 2 de los propietarios supieron manifestar además que llevan entre los 19 y 20 años de incurrir en el negocio, con mínimas producciones últimamente y uno de ellos apenas tiene 2 años pero está en un constante crecimiento.

Tabla 3 18 Producción y mercado meta

| Nombre Taller | Producción | | | Mercado que se dirige |
|--------------------------------|--------------------|---------|---------|--|
| | Artículos | Semanal | Mensual | |
| Emanuel's | chompas | 15 | 60 | Nacional y extranjero, actualmente no salen a ferias, antes lo hacían. |
| | Carteras | 20 | 80 | |
| | billetteras | 40 | 160 | |
| | monederos | 50 | 200 | |
| Guerrero Ruta del Cuero | Chaquetas | 15 | 60 | Su objetivo es en el local que tiene pero se dirige a un mercado nacional y extranjero |
| | Carteras | 15 | 60 | |
| | Pequeños artículos | 12 y 13 | 50 | |
| Saavedra's | chompas | 10 | 40 | Mercado nacional y extranjero |
| | Carteras | 15 | 60 | |
| | Cinturones | 20 | 80 | |
| | Monederos | 30 | 120 | |

Fuente: Entrevista Competidores

Elaborado por: la Autora

Análisis

La producción de los tres agentes económicos en cantidades es casi similar entre los mismos y también con el taller Leo, todos manifestaron que puede variar de acuerdo a pedidos por temporada, pero que por lo regular son las cantidades presentadas en el cuadro, por su parte cada uno ha observado el comportamiento del mercado para considerar la producción, en el caso de Saavedra's como se puede apreciar es el menor productor de chompas pero tiene un añadido más que son los cinturones en considerables cantidades. Todos se dirigen a un mercado tanto nacional como el extranjero, sin dejar de lado a los clientes locales.

Tabla 3 19 Utilidad y precios

| Nombre Taller | Artículos | % Utilidad | Precios USD |
|-------------------------|--------------------|-------------------|---|
| Emanuell's | Vestimenta | 30% | 80 a 140 USD |
| | Utensilios | 30% | 30 a 50 USD carteras 10,15 y 20 USD billeteras |
| | Pequeños artículos | 15% | 1,2 y 3 USD |
| Guerrero Ruta del Cuero | Vestimenta | 35% | 95 a 198 USD |
| | Utensilios | 30% | 25 a 88 USD |
| | Pequeños artículos | 20% | 3 a 12 USD |
| Saavedra's | Vestimenta | 50% | 80 a 130 USD |
| | Utensilios | | 40 a 80 USD carteras 10 a 20 USD billeteras |
| | Pequeños artículos | | 3 USD |

Fuente: Entrevista Competidores

Elaborado por: la Autora

Análisis

Cada negocio señaló dichos porcentajes después de pagos de servicios básicos, compra de materia prima o gastos de mano de obra entre otros, en cuanto a precios existe una variedad, entre ellos el que conlleva los precios más elevados es Guerrero Ruta del Cuero y los otros dos competidores concuerdan en algunos, en comparación con el taller Leo varios precios coinciden con los de Emanuell's, siendo precios accesibles al consumidor de acuerdo con el producto, se establece a Emanuell's como el principal competidor debido a los precios similares y casi el mismo tiempo en el negocio.

Tabla 3 20 Proceso productivo y planes para contrarrestar la competencia

| Nombre Taller | Cuenta con clientes permanentes | Proceso productivo | Planes para contrarrestar la competencia |
|-------------------------|--|---|--|
| Emanuel's | Si | .Arribo de la materia prima .Cortado .Armado .Puesta de botones .Control de calidad .Puesta de precios | No tienen específicas, consideran las patentes para la conservación de sus diseños. |
| Guerrero Ruta del Cuero | Si, apenas se está consiguiendo su fidelidad | .Selección de materia prima .Corte de moldes .Elaboración .Terminados .Empaquetado .Despacho | Normas claves para los trabajadores cuidando los detalles y modelos de los artículos |
| Saavedra's | Si | .Compra de cuero del producto .Clasificación del producto .Diseño .Aprobación del producto .Despacho | Normas para diseño, color, insumos, propaganda |

Fuente: Entrevistas competidores

Elaborado por: la Autora

Análisis

Según la investigación, todos los negocios cuentan con clientes permanentes y su forma de comercialización es directa; del productor al consumidor final, indicaron que en ocasiones han estado en ferias pero que en este año ninguno había realizado esta actividad, solo bajo pedido se realiza por un canal indirecto; es decir envían a otros almacenes y personas que realizan actividades de compra venta (ocupan un minorista para la entrega al consumidor final), los procesos productivos han sido similares entre todos, incluido el taller Leo y ninguno tiene especificado un plan para contrarrestar la competencia, pero todos buscan reguardar sus

diseños, para lo cual han aplicado normas básicas de conocimiento general como se indica en el cuadro; cuidando los detalles y modelos de los artículos, conservación de diseños, la propaganda y la consideración de patentes.

Cuadro 3 4 Crecimiento económico y ampliación

| Nombre Taller | proceso de crecimiento económico y ampliación de su taller |
|--------------------------------|---|
| Emanuel's | Ha existido una variación en las ganancias durante los años que ha tenido el negocio al igual que en mano de obra e infraestructura, pero en este año se han reducido las utilidades en un 70% a cada componente en relación con años anteriores. |
| Guerrero Ruta del Cuero | El constante esfuerzo ha logrado un crecimiento como se ha realizado desde antes de la existencia del almacén y no se ha perdido el desarrollo del negocio, la producción y la mano de obra se han incrementado de igual forma. |
| Saavedra's | Ha ido en un constante crecimiento tanto en infraestructura, mano de obra y producción, pese a que durante este año ha reducido notablemente |

Fuente: Entrevistas competidores

Elaborado por: la Autora

Análisis

Todos señalaron el inmenso esfuerzo que han mantenido para conseguir que su negocio permanezca en el mercado, indicaron que han incrementado tanto en inversión, ganancias, mano de obra, maquinaria e infraestructura tanto del taller como del almacén, indicaron también que como todo negocio ha tenido variaciones de ventas en algunos años, y manifestaron también que este año, han reducido en una considerable cantidad, ellos indicaron que factores como las salvaguardias y competencia colombiana ~~han~~ causado esta reducción.

3.7. Identificación del producto a ofrecer

En el proceso de ampliación del taller Leo, se trabaja en las fortalezas y oportunidades, buscando una capacidad productiva que cubra la demanda existente gestionando la atención al cliente, los productos de calidad y que estén de acuerdo a los gustos y preferencias del consumidor. En los productos a ofertar se considera:

- a) Vestimenta (Chompas, abrigos, chalecos, pantalones, guantes, chales, correas)
- b) Utensilios (Carteras, billeteras, bolsos, mochilas, cobertor de cantinforas)
- c) Pequeños artículos (Monederos, manillas, estuches para libros, porta celulares, llaveros).

Se han incluido varios artículos subrayados, que no se fabrican en el taller, mismos que se espera conseguir como producción en el proceso de ampliación. Estos artículos incluirían en vestimenta y utensilios, no se ha considerado los pequeños artículos por cuanto su rentabilidad es reducida.

3.8. Segmento de mercado

Cuadro 3 5 Segmento de mercado

| CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN | SEGMENTOS DE MERCADO |
|---------------------------|----------------------|
| Geográfica | |
| Región | Sierra |
| Provincia | Imbabura |
| Cantón | Cotacachi |
| Parroquia | El Sagrario |
| Sector | Oriental Fase 2 |
| Demográfica | |
| Género | Masculino y femenino |
| Edad | 20 a 64 años |
| Socio-económica | |
| Nivel económico | Clase media y alta |

Fuente: Investigación de mercado.

Elaborado por: La autora

El taller artesanal Leo, busca satisfacer las necesidades de consumo en artículos de cuero tanto de hombre como de mujer, cuyas preferencias son de excelente calidad y una variedad de precios, ubicado en la ciudad de Cotacachi, perteneciente a la provincia de Imbabura, apuntando a consumidores con un nivel económico medio y alto, que gustan de los artículos elaborados a base de cuero.

3.9. Mercado meta

El mercado al que se están dirigidos los productos del taller Leo primeramente son los clientes que han estado en constante relación, direccionándose también a los consumidores de otros países y ciudades, en segundo lugar la proporción de la población económicamente activa del sector urbano entre los 19 y 59 años como consumidores. Según la clase social se dirigirá a la media alta, cubriendo los precios establecidos por los mismos. Esto se ha establecido según las encuestas.

3.10. Análisis de la demanda

Dentro de las encuestas aplicadas a los consumidores se realizó un análisis en base a dos preguntas para tener un estimado del mercado a satisfacer sobre su preferencia por artículos, mismo que se puede detallar de la siguiente manera, con la muestra poblacional:

Tabla 3 21 Análisis de la demanda

| Respuesta | Número | Porcentaje |
|------------------|---------------|-------------------|
| Chaquetas | 125 | 37,78% |
| Bolsos | 57 | 17,22% |
| Carteras | 57 | 17,22% |
| Monederos | 92 | 27,78% |
| TOTAL | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas consumidores

Elaborado por: La autora

Al porcentaje de bolsos y carteras se lo ha dividido a la mitad considerado como un estimado de la sección utensilios y porque la propietaria manifestó que su producción es equitativa, a las chaquetas y monederos se les ha dado el porcentaje completo de vestimenta y pequeños artículos respectivamente. Para esta investigación en el proyecto de ampliación del taller Leo se consideró datos proporcionados por la unidad productiva y como se detalla en la

tabla 1.14 Demanda de pedidos no cubierta del Diagnóstico Situacional tomando en cuenta que los artículos con mayor demanda son:

- En vestimenta (chompas)
- En utensilios (carteras y bolsos)
- En pequeños artículos (monederos)

Tabla 1 16 Demanda de pedidos no cubierta

| Producto | Número de pedidos no cubiertos | |
|--------------|--------------------------------|-----------|
| | semanal | mensual |
| Chaquetas | 2 | 8 |
| Bolsos | 2 | 8 |
| Carteras | 2 | 8 |
| Monederos | 0 | 0 |
| TOTAL | 6 | 24 |

Fuente: Propietaria del Taller Leo

Elaborado por: La autora

Al año la demanda de pedidos no cubierta sería 96 chaquetas, bolsos y carteras; dando un total de 288 artículos en el año, los monederos no se los considera debido a que no se realiza pedidos de los mismos.

3.10.1. Demanda actual

El siguiente cuadro detalla a la demanda por parte de clientes locales, nacionales y algunos internacionales. Estos montos se han considerado según la producción del taller determinada en la *Tabla 1.13 Producción semanal y mensual* y la *tabla 1.14 Demanda de pedidos no cubierta* de la entrevista realizada a la propietaria respecto a la producción.

Tabla 3 22 Demanda Actual

| Producto | Producción mensual | Producción anual | Demanda de pedidos no cubierta mensual | Demanda de pedidos no cubierta anual | Total demanda |
|-----------------|---------------------------|-------------------------|---|---|----------------------|
| Chaquetas | 80 | 960 | 8 | 96 | 1056 |
| Bolsos | 32 | 384 | 8 | 96 | 480 |
| Carteras | 32 | 384 | 8 | 96 | 480 |
| Monederos | 300 | 3.600 | 0 | 0 | 3600 |
| TOTAL | 444 | 5.328 | 24 | 288 | 5.616 |

Fuente: Entrevista a la propietaria y encuestas a consumidores

Elaborado por: La autora

Para determinar la demanda total se toma las cantidades de producción más la demanda de pedidos no cubierta; ambas de forma anual, mismas que se obtuvieron mediante el cálculo de la producción mensual por los doce meses del año y la demanda de pedidos no cubierta de la misma manera, cabe recalcar que esta última se considera en la entrevista realizada a la propietaria.

3.10.2. Proyección de la demanda

Al partir de los datos de demanda del año 2015, se estima un comportamiento de consumo en artículos de cuero en la clase media alta a consumidores locales, nacionales e internacionales. Por lo tanto la estimación de la demanda futura tendrá relación al índice de crecimiento poblacional del país, índice obtenidos por el Sistema Nacional de Indicadores del Ecuador año 2015 donde refleja una tasa de 1,9%.

Tabla 3 23 Proyección de la demanda

| Producto | Año 1 (2016) | Año 2 (2017) | Año 3 (2018) | Año 4 (2019) | Año 5 (2020) |
|-----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Chaquetas | 1056 | 1076 | 1097 | 1117 | 1139 |
| Bolsos | 480 | 489 | 498 | 508 | 518 |
| Carteras | 480 | 489 | 498 | 508 | 518 |
| Monederos | 3600 | 3668 | 3738 | 3809 | 3881 |
| TOTAL | 5.616 | 5.723 | 5.831 | 5.942 | 6.055 |

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: La autora

La estimación de demanda considerada del taller Leo, contiene cantidades que podrían variar ya que no son 100% fiables, pero se han tomado en cuenta para analizar la factibilidad de ampliación que se realizará a esta unidad económica.

3.11. Análisis de la oferta

El taller Leo, con la actual maquinaria, mano de obra y en general base técnica que dispone su producción u oferta no se ajusta a la determinación de la demanda existente de los clientes tanto local, nacional e internacional. Como se manifestó en el capítulo del diagnóstico en el taller se dedican en su mayoría a la elaboración de vestimenta de cuero; principalmente chaquetas y pantalones, dentro de lo utensilios regularmente producen carteras y bolsos y en pequeños artículos; monederos. Los demás artículos que incluyen las tres secciones en las que se ha dividido a los productos son de compra y venta, para satisfacer las necesidades de los clientes, mas no se fabrican en el taller.

3.11.1. Oferta actual

Según la entrevista que se realizó a la propietaria del taller se puede deducir que la producción mensual y por consiguiente anual se sostiene:

Tabla 3 24 Oferta Actual

| PRODUCTO | NIVEL DE PRODUCCIÓN | | |
|--------------|---------------------|------------|-------------|
| | SEMANAL | MENSUAL | ANUAL |
| Chaquetas | 20 | 80 | 960 |
| Bolsos | 8 | 32 | 384 |
| Carteras | 8 | 32 | 384 |
| Monederos | 75 | 300 | 3.600 |
| TOTAL | 111 | 444 | 5328 |

Fuente: Entrevista propietaria Taller Leo

Elaborado por: La Autora

En la tabla 1.13 *Producción semanal y mensual* del diagnóstico situacional se establece la producción semanal, estos datos fueron expresados por la propietaria, se realiza el cálculo de la producción semanal por cuatro, obteniendo la producción mensual y a estas cantidades se las multiplicó por los doce meses consiguiendo así las cantidades de producción anual.

3.11.2. Proyección de la oferta

La estimación de la oferta para los próximos cinco años, debe corresponder con el índice de crecimiento del poblacional 1,9% según el Sistema nacional de Indicadores del Ecuador año 2015. Para esta proyección se tomó en cuenta dicho indicador, suponiendo que este comportamiento se mantendría por los siguientes 5 años consecutivos al 2015. Se toma los valores deducidos en el cuadro anterior con respecto a la producción anual.

Tabla 3 25 Proyección de la oferta

| PRODUCTO | AÑO 1 (2016) | AÑO 2 (2017) | AÑO 3 (2018) | AÑO 4 (2019) | AÑO 5 (2020) |
|-----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Chaquetas | 960 | 978 | 997 | 1016 | 1035 |
| Bolsos | 384 | 391 | 399 | 406 | 414 |
| Carteras | 384 | 391 | 399 | 406 | 414 |
| Monederos | 3.600 | 3668 | 3738 | 3809 | 3881 |
| TOTAL | 5328 | 5429 | 5532 | 5638 | 5745 |

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Esta estimación de oferta de los artículos en el taller Leo, busca introducirse en el estudio técnico de ampliación que se realizará en el siguiente capítulo, sin embargo no son cantidades certeras ya que es solo un estimado y podrían variar.

3.12. Demanda insatisfecha

Analizado tanto la demanda como oferta existente, es necesario determinar la demanda insatisfecha, misma que muestra la necesidad de ampliación del taller Leo para así satisfacer

las necesidades de artículos de cuero al consumidor cumpliendo con los estándares de calidad que diferencia al taller de los demás.

Tabla 3 26 Demanda insatisfecha

| Años | Oferta | Demanda | Demanda Insatisfecha |
|--------------|---------------|----------------|-----------------------------|
| 2016 | 5328 | 5.616 | -288 |
| 2017 | 5.429 | 5.723 | -293 |
| 2018 | 5.532 | 5.831 | -299 |
| 2019 | 5.638 | 5.937 | -299 |
| 2020 | 5.745 | 6.050 | -305 |
| TOTAL | 27.672 | 29.157 | -1.485 |

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

3.13. Análisis y determinación de precios

Los precios que actualmente manejan en el taller Leo se determinaron con relación a la competencia para trazar competitividad, se considera los 4 artículos de mayor producción en el taller basándose en la *tabla 1.15 Precios de Venta* en la entrevista de Comercialización.

3.13.1. Proyección de precios

Para determinar esta proyección se toma en cuenta la tasa de inflación diciembre 2015, según datos del Banco Central del Ecuador es de 3,38% como se puede apreciar en el Anexo 7 y el precio más alto y el más bajo.

Tabla 3 27 Proyección de precios bajos

| Producto | | Año 1 (2016) | Año 2 (2017) | Año 3 (2018) | Año 4 (2019) | Año 5 (2020) |
|-----------------|--------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Chaquetas | Hombre | \$ 100,00 | \$ 103,38 | \$ 106,87 | \$ 110,49 | \$ 114,22 |
| | Mujer | \$ 90,00 | \$ 93,04 | \$ 96,19 | \$ 99,44 | \$ 102,80 |
| Carteras | | \$ 30,00 | \$ 31,01 | \$ 32,06 | \$ 33,15 | \$ 34,27 |
| Bolsos | | \$ 30,00 | \$ 31,01 | \$ 32,06 | \$ 33,15 | \$ 34,27 |
| Monederos | | \$ 1,00 | \$ 1,03 | \$ 1,07 | \$ 1,10 | \$ 1,14 |
| TOTAL | | \$ 251,00 | \$ 259,48 | \$ 268,25 | \$ 277,32 | \$ 286,69 |

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Tabla 3 28 Proyección de precios altos

| Producto | Año 1 (2016) | Año 2 (2017) | Año 3 (2018) | Año 4 (2019) | Año 5 (2020) | |
|-----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------|
| Chaquetas | Hombre | \$ 140,00 | \$ 144,73 | \$ 149,62 | \$ 154,68 | \$ 159,91 |
| | Mujer | \$ 140,00 | \$ 144,73 | \$ 149,62 | \$ 154,68 | \$ 159,91 |
| Carteras | \$ 50,00 | \$ 51,69 | \$ 53,44 | \$ 55,24 | \$ 57,11 | |
| Bolsos | \$ 40,00 | \$ 41,35 | \$ 42,75 | \$ 44,19 | \$ 45,69 | |
| Monederos | \$ 3,00 | \$ 3,10 | \$ 3,21 | \$ 3,31 | \$ 3,43 | |
| TOTAL | \$ 373,00 | \$ 385,61 | \$ 398,64 | \$ 412,11 | \$ 426,04 | |

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

3.14. Análisis de la competencia.

La competencia en cuanto a talleres productores y comercializadores de ropa y artículos de cuero, en la ciudad de Cotacachi es elevada, la principal ocupación por PEA corresponde el 24% a ocupaciones elementales, el 20% a agricultores y trabajadores calificados, seguido por el 17% oficiales, operarios y artesanos, el 11% constituye los trabajadores de servicios y vendedores como principales ocupaciones del cantón. Según el Plan de Ordenamiento Territorial del cantón se cuenta con 97 talleres manufactureros y de artesanías de cuero como establecimientos de acuerdo a las patentes municipales. El taller artesanal Leo incluido en estos, por su experiencia productiva de varios años, tiene clientes fijos esto le ha costado mantenerse al margen de la competencia pero sobre todo cubrir la demanda que actualmente le exigen aún más en cuanto a la atención de sus pedidos, en consecuencia la propietaria del taller acepta el presente proyecto de ampliación, con el fin de atender de manera eficiente y oportuna a los clientes o nicho de mercado al cual se dirige. Existen competencia mínima en otras ciudades, pero no de la misma provincia; tales como: Ambato y la cercana Colombia, donde operan otros talleres y microempresas de talabartería. Sin embargo en los análisis realizados anteriormente, respecto a los precios, producción y calidad, el taller tiene un punto a favor en competitividad.

3.15. Comercialización del producto

a) Directamente al consumidor final

Consiste en la distribución desde el fabricante al consumidor final; se realiza a través del contacto directo con el cliente en el almacén, donde los clientes adquieren los artículos con su preferencia en diseños y colores a su elección, además de conocer los gustos y preferencias.

b) Productor-intermediario-consumidor final (canal indirecto)

Este tipo de canal relacional al intermediario (cliente) que compra cierta cantidad de artículos, y lo comercializan en otras ciudades de Imbabura, el país e incluso el mundo.

3.15.1. Promoción

Incluye actividades como la participación en ferias comerciales que el taller si lo ha realizado, una propuesta en exhibiciones, descuentos, sorteos y la excelencia en imagen del producto a través de su presentación. Los artículos serán identificados por su etiqueta para marcar la diferencia y ser conocidos y alcanzar el éxito de ventas deseado que también dependerá de las relaciones interpersonales entre el vendedor y el comprador, con una buena atención mejorará el posicionamiento y el prestigio del negocio

3.15.2. Estrategia Publicitaria

Es importante que exista dentro del taller un conjunto de estrategias publicitarias, para incentivar a los consumidores e influir en su toma de decisiones a la hora de comprar artículos de cuero y crear una preferencia en el taller Leo, mismo que deberá ajustar los medios de difusión publicitaria como los sugeridos por los consumidores, según las encuestas aplicadas como se detalló en la *tabla 3.17. Publicidad.*

Tabla 3.17. Publicidad

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|-------------|
| Rotulo | 26 | 7,78% |
| Hojas volantes | 44 | 13,33% |
| Tarjetas de presentación | 37 | 11,11% |
| Radio y prensa | 59 | 17,78% |
| Todas las anteriores | 166 | 50% |
| Total | 332 | 100% |

Fuente: Encuestas PEA

Elaborado por: la Autora

Los medios publicitarios anteriormente descritos, son los más efectivos; sin embargo el medio del internet a través de una página web no estaba incluido, se lo considera por las sugerencias de los encuestados en un 10% aproximadamente. Las hojas volantes no han sido difundidas por el taller, mismas que se pone también a consideración. A continuación se presenta un diseño elaborado de las mismas.

Gráfico 3 17 Diseño Hojas Volantes



Fuente: Publisher

Elaborado por: La autora

3.16. Conclusiones del estudio de mercado.

Mediante el análisis realizado con los métodos de investigación inductivo, deductivo, sintético y analítico; además de las estadísticas obtenidas con las técnicas de recolección de datos e información confiable de fuentes como el INEC, el Sistema Nacional de Indicadores del Ecuador, Banco central del Ecuador, la población de consumidores, propietarios del taller y competencia; se puede decir que es necesaria la ampliación del taller Leo, ya que la producción total de artículos no cubre la demanda total existente; motivo por el cual el taller compra artículos en otros lugares para después revenderlos, ocasionando que sus precios aumenten al consumidor final. De tal forma se establece que el proyecto es viable para la ejecución, existiendo un mercado potencial a satisfacer razón por la cual nace la oportunidad de ampliar esta unidad productiva, para beneficio de los consumidores y de quienes conforman el taller.

CAPITULO IV

4. Estudio de Técnico

En el presente estudio, se considera los aspectos técnicos del proceso de producción a partir de los cuales se determinará y cuantificará el uso de recursos, el tamaño e ingeniería del proyecto y los procesos u operaciones requerida para ampliar la producción.

4.1. Tamaño del Proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto se toma en cuenta importantes factores como la *tabla 3.23 Proyección de la demanda*, obtenida en el estudio de mercado con su determinación de capacidad productiva

Tabla 3 29 Proyección de la demanda

| Producto | Año 1 (2016) | Año 2 (2017) | Año 3 (2018) | Año 4 (2019) | Año 5 (2020) |
|-----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Chaquetas | 1056 | 1076 | 1097 | 1117 | 1139 |
| Bolsos | 480 | 489 | 498 | 508 | 518 |
| Carteras | 480 | 489 | 498 | 508 | 518 |
| Monederos | 3600 | 3668 | 3738 | 3809 | 3881 |
| TOTAL | 5.616 | 5.723 | 5.831 | 5.942 | 6.055 |

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: La autora

4.1.1. Tecnología

Una de las amenazas encontrada en la matriz FODA fue la satisfacción de necesidades de los consumidores por la falta de maquinaria innovadora como algunos de su competencia. La propietaria señalo, que por el momento no necesitan de nueva maquinaria pero que por la ampliación se consideraría equipar al taller con maquinaria de buena marca y que ayude a

incrementar la producción. En consecuencia se utilizarán las maquinas disponibles por su buen estado pero también se adquirirá maquinaria moderna para la ampliación.

4.1.2. Maquinaria y Equipo

Tabla 4 1 Tecnología maquinaria

| DETALLE | EXISTENTE | PRECIO UNITARIO | AMPLIACIÓN | PRECIO UNITARIO |
|---------------------------|---------------|-----------------|------------|-----------------|
| Desbastadora | 1 | \$ 900,00 | | |
| Máquina de coser recta | 4 (\$ 700,00) | \$ 2.800,00 | | |
| Máquina de codo | 1 | \$ 800,00 | | |
| Máquina de poste | | | 1 | \$ 2.000,00 |
| Máquina triple transporte | | | 1 | \$ 1.800,00 |
| TOTAL | 6 | \$ 4.500,00 | 2 | \$ 3.800,00 |

Elaborado por: La autora

Fuente: Proforma Anexo 10.

Como se puede observar se añade dos máquinas que a continuación se describe su uso y la razón de implementarla.

- **Máquina de poste:** para hacer terminados gruesos. El taller busca brindar al cliente un producto de mejor calidad, es necesario presentar mejores acabados y la máquina de codo que sirve para esto, no complementa estos detalles de manera eficaz.
- **Maquina triple transporte:** Es una maquina recta para coser artículos o partes de artículos más fuerte y de mayores tamaños. Le posibilitará al taller optimizar el tiempo en artículos más gruesos.

4.2. Ingeniería del Proyecto

4.2.1. Proceso productivo y/o de comercialización

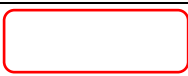




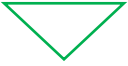


El proceso para elaborar los artículos comprende una serie de actividades como se detalló en el Diagnóstico Situacional como áreas. Con el propósito de optimizar tiempo y

brindar artículos de mejor calidad se ha complementado el proceso con operaciones desde el arribo de la materia prima, las etapas que intervendrán en cada área, hasta el despacho del producto terminado, explicado también mediante la elaboración de un diagrama y la descripción de cada proceso establecido.

4.2.2. Flujograma de procesos

Con el fin de agilizar el proceso, se presenta a continuación el orden del proceso productivo, plasmado en un flujograma donde se lo puede analizar y comprender, se utilizará la siguiente simbología para su elaboración:

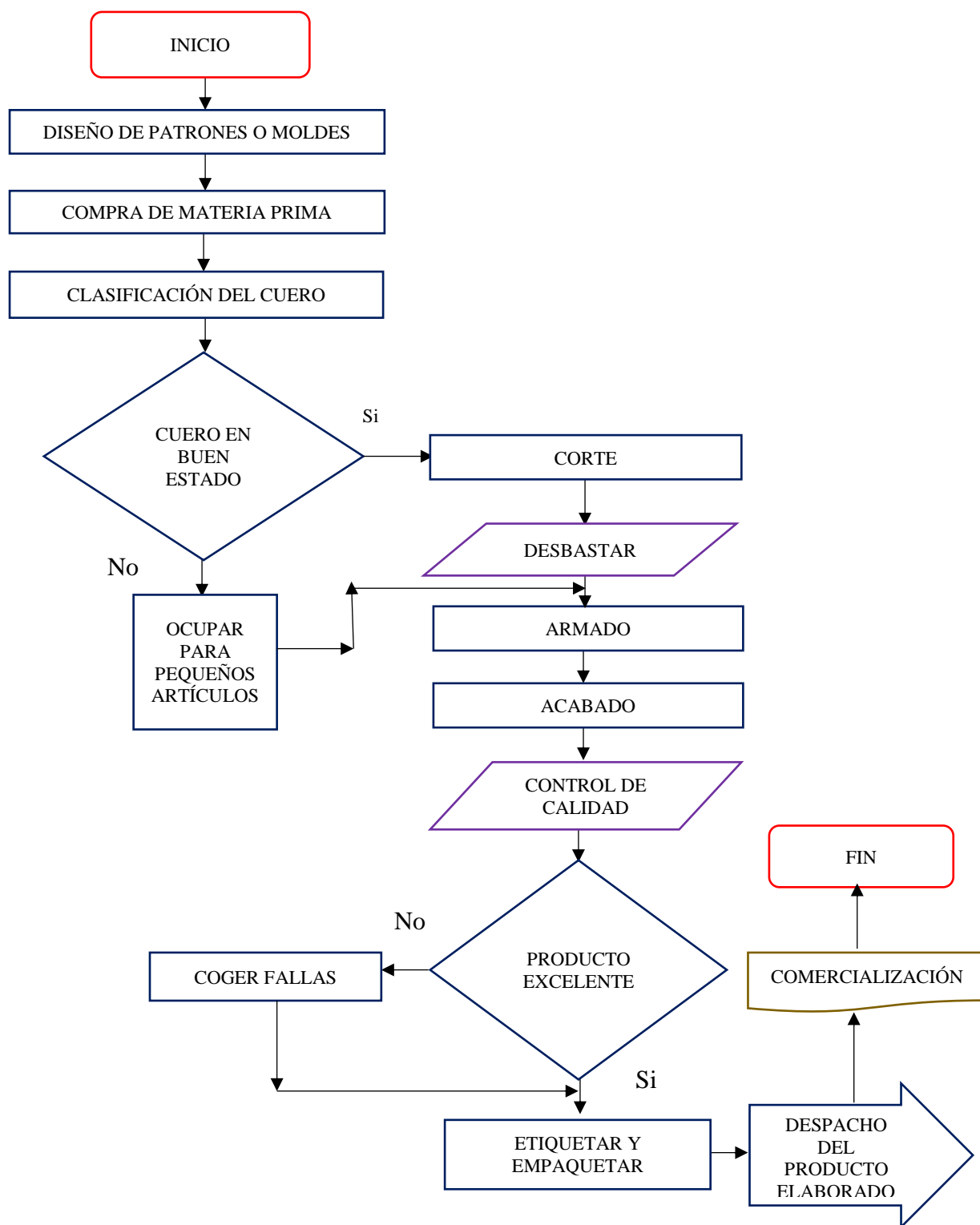
Cuadro 4 1 Simbología del flujograma de procesos según norma ANSI

| Simbología | Significado |
|---|--------------------------|
|  | Inicio o fin del proceso |
|  | Decisión |
|  | Proceso |
|  | Verificación |
|  | Demora |
|  | Almacenamiento |
|  | Transporte |
|  | Imprimir |

Fuente: Normativa ANSI

Elaborado por: La autora

Gráfico 4 1 Flujograma del proceso productivo



Fuente: Investigación.

Elaborado por: La autora

4.2.3. Procesos

El proceso de manufactura se ha detallado en el capítulo del Diagnóstico Situacional y el Marco Teórico, se lo detalla con complementos para una mejora en la producción.

- **Diseño de patrones o moldes**

Dentro del taller se debe señalar que hay personas dedicadas a hacer patrones o moldes, esto quiere decir que diseñan con medidas simétricas exactas los artículos y hacen los moldes para empezar a cortar. Existen diseñadores y también los maestros artesanos capacitados para la creación de nuevos modelos.

- **Compra de materia prima**

En esta etapa intervienen los propietarios del taller como compradores a través de los proveedores; que como se mencionó anteriormente estos pueden ser proveedores fijos como son para el cuero, pero diferentes locales a los que se puede acceder para insumos.

- **Clasificación del cuero**

Existe cuero de primera, segunda y tercera calidad, una vez comprado el cuero se categoriza revisando las fallas en las pieles, por más bueno que sea un cuero tiene fallas naturales por el animal. Se escoge el mejor para colocarlo en los cueros de primera, en otro lugar se pone los medios y por último los más fallosos para proseguir con el proceso de corte.

- **Corte**

Con los cueros de primera se corta las piezas principales como los frentes y piezas vistas del producto, después se procede a cortar los cueros medios con las piezas secundarias que van por dentro del producto y por último con los más fallosos se corta por lo regular piezas de atrás,

piezas de forro y asientos que resulten diminutamente visibles. De estos cortes quedan los pedazos más pequeños llamados retal, con esto se corta las piezas más pequeñas como evillas, bichungas y cordones. Aquí se debe intentar ahorrar el cuero porque es la materia prima.

- **Armado**

Una vez cortado el cuero se desbasta o rebaja si lo así lo requiere. Se empieza a trabajar untando solución pegamento después se vira o dobla, luego se pone pegante y se comienza a armar las piezas o coserlas cortadas dándole la forma del artículo, también así se trabaja con la tela dándole forma al forro, si van añadiendo herrajes u otros suplementos. Una vez listo se realiza la última costura en una máquina de codo o una de poste para sostenerlo bien.

- **Acabado**

Luego del proceso de manufactura se procede a quemar hilos, coger y pintar fallas a limpiar el artículo comprobando que el producto haya quedado limpio y bien hecho, para que en caso de tener alguna falla se la pueda corregir y ofrecer un producto de calidad.

- **Control de calidad**

Debido a la necesidad que el taller tiene de un control de calidad más detallado para que antes del despacho no realizar solo una breve observación al producto terminado, sino acentuar este espacio, por satisfacción mayor a sus clientes e imagen del negocio.

- **Despacho del producto elaborado**

Para finalizar el proceso se colocan etiquetas y se rellena el producto terminado con papel, se vuelve a verificar que este todo en orden respecto a la presentación y calidad para proceder a enfundarlo y esté listo para enviar a los puntos de comercialización.

4.2.4. Obras civiles

A través de la investigación de campo se determinó que el taller Leo dispone de un terreno de 60 m² en su planta de producción, ubicada dentro de su domicilio y el almacén es de 45 m², existe un área adicional destinada para la parte administrativa de 35m² con características adecuadas para el desempeño de funciones.

Cuadro 4 2 Espacio físico

| Detalle | Existente | Ampliación |
|----------------------|-------------------------|------------------------|
| Taller de producción | 60m ² | |
| Almacén | 45m ² | |
| Área administrativa | | 30m ² |
| TOTAL m2 | 105m² | 30m² |

Fuente: Información propietaria Taller Leo

Elaborado por: La autora

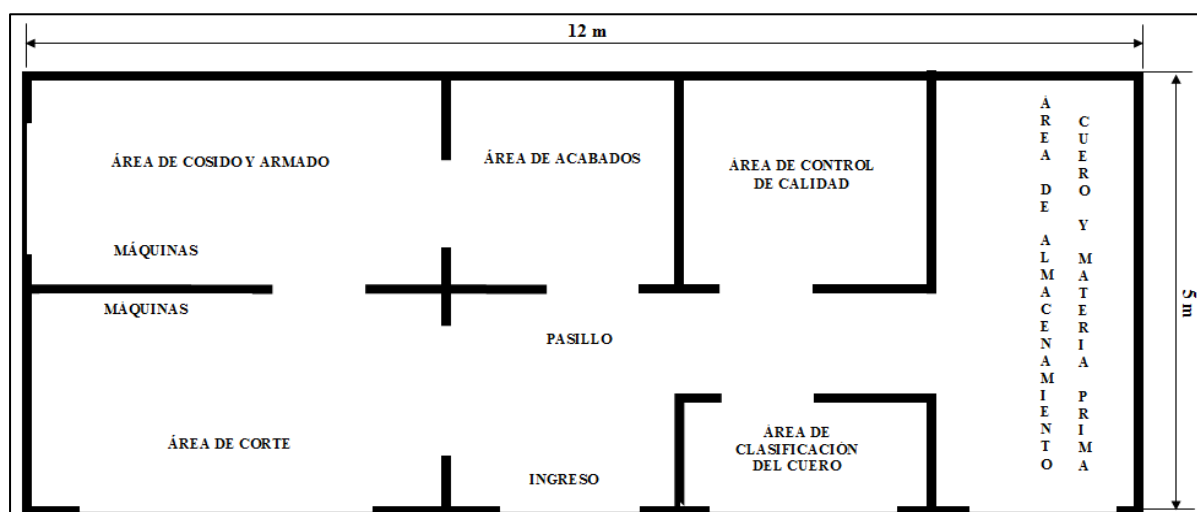
El ambiente físico se encuentra sujeto a las condiciones técnicas del proceso productivo, está distribuido y diseñado exclusivamente para este tipo de actividades, así como también las normas municipales establecidas en su reglamento y patente de funcionamiento. Sin embargo por motivo de la ampliación es necesario recalcar, que el taller no cuenta con un área administrativa física, exístela disponibilidad de un espacio junto al taller, mismo que puede funcionar como oficina dividida en 2 cubículos destinados para contabilidad y gerencia, por el espacio dividido también se incluirá una recepción de archivos para el control de calidad, brindando al negocio un espacio para la producción y otra para la parte administrativa. Este espacio se encuentra dentro del domicilio de los propietarios contando con agua potable, energía eléctrica y servicio telefónico e internet.

Gráfico 4 2 Planta de Producción



Fuente: Taller Leo

Gráfico 4.4 1 Plano Planta de Producción



Fuente: Taller Leo

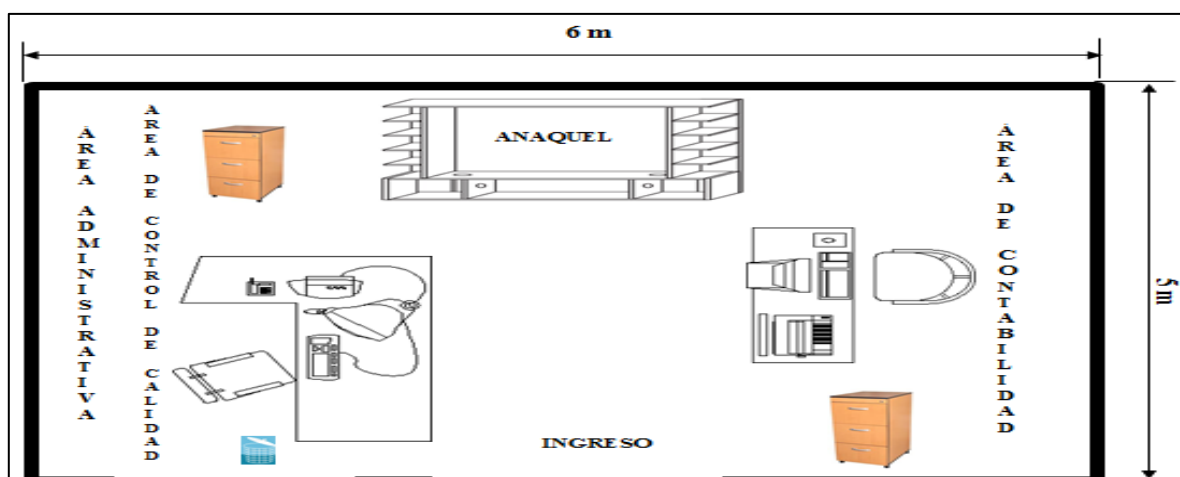
Elaborado por: La autora

Gráfico 4 3 Área de comercialización



Fuente: taller Leo

Gráfico 4.5 1 Plano Área administrativa



Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

4.3. Presupuesto Técnico

4.3.1. Inversiones fijas

Constituyen aquellas que tienen una vida útil mayor a un año y que el proyecto no puede desprenderse de las mismas sin que con ello perjudique a la actividad productiva y se recuperan mediante el mecanismo de depreciación. A continuación se presenta algunos componentes.

a) Adecuación oficina

Tabla 4 2 Costos de ampliación adecuación oficina

| DETALLE | CANTIDAD | V. UNITARIO | TOTAL |
|--|----------|-----------------|------------------|
| Canecas de pintura | 2 | \$ 16,79 | \$ 33,58 |
| Tiñer | 3 | \$ 1,34 | \$ 4,02 |
| Brochas | 3 | \$ 1,61 | \$ 4,83 |
| Rodillos | 2 | \$ 2,41 | \$ 4,82 |
| Alambre para luz gemelo 16 | 40 | \$ 0,45 | \$ 18,00 |
| Interruptores | 3 | \$ 0,45 | \$ 1,35 |
| Tomacorrientes | 4 | \$ 0,98 | \$ 3,92 |
| Lámparas fluorescentes dobles y balastro | 2 | \$ 12,95 | \$ 25,90 |
| Canaletas | 7 | \$ 0,89 | \$ 6,23 |
| TOTAL | | \$ 37,87 | \$ 102,65 |

Fuente: Proforma Anexo 12

Elaborado por: La autora

En esta estimación se considera los gastos a incurrir para la implementación de la oficina, misma en la que no se toma en cuenta gastos de construcción, debido a la existencia de este espacio junto al taller, dentro del domicilio de los propietarios.

b) Herramientas

Tabla 4 3 Herramientas

| DETALLE | VALOR | CANT. EXISTENTE | TOTAL | CANT.AMPLIACIÓN | TOTAL |
|-------------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|
| Brochas pequeñas | \$ 0,25 | 5 | \$ 1,25 | 5 | \$ 1,25 |
| Regla metálica | \$ 3,00 | 3 | \$ 9,00 | 2 | \$ 6,00 |
| Compás grande | \$ 6,70 | 1 | \$ 6,70 | 2 | \$ 13,40 |
| cintas métricas | \$ 0,50 | 3 | \$ 1,50 | 5 | \$ 2,50 |
| cuchilla estilete | \$ 2,20 | 3 | \$ 6,60 | 3 | \$ 6,60 |
| Lezna | \$ 1,50 | 1 | \$ 1,50 | 1 | \$ 1,50 |
| Sacabocados | \$ 2,50 | 3 | \$ 7,50 | | \$ - |
| piedra de afilar | \$ 3,15 | 1 | \$ 3,15 | | \$ - |
| Martillo 24 oz | \$ 22,00 | 3 | \$ 66,00 | | \$ - |
| TOTAL | \$ 41,80 | 23 | \$ 103,20 | 18 | \$ 31,25 |

Fuente: Proforma Anexo 13

Elaborado por: La autora

Los materiales mencionados forman parte del taller, se los contabiliza en los gastos de acuerdo a la demanda considerada en el estudio de mercado y con una proforma del lugar donde adquieren mayoritariamente estas herramientas.

Señalando también que esto se ocupa entre todos los obreros del taller y por deficiencias como esperar a que uno termine para ocupar después la herramienta se ha incrementado en ampliación por motivos de producción.

c) **Mobiliario de oficina***Tabla 4 4 Mobiliario de oficina*

| DETALLE | EXISTENTE | VALOR USD | AMPLIACIÓN | VALOR USD |
|-------------------|-----------|------------------|------------|------------------|
| Sillas giratorias | 1 | \$ 28,00 | 2 | \$ 34,00 |
| Escritorios | 1 | \$ 210,00 | 1 | \$ 165,00 |
| Archivador | 1 | \$ 130,00 | 1 | \$ 149,00 |
| Anaqueles | | | 1 | \$ 105,00 |
| Teléfono | | | 1 | \$ 15,00 |
| Basurero metálico | | | 1 | \$ 15,00 |
| TOTAL | 3 | \$ 368,00 | 7 | \$ 483,00 |

Fuente: Proformas

Elaborado por: La autora

Para la adecuación de la oficina, se destinará artículos que sirvan tanto para las actividades de trabajo como para la comodidad y orden de quienes la ocuparán, parte de este mobiliario existe ya en la planta, mismo al que se realizará un traspaso para el área administrativa.

d) **Suministros de oficina***Tabla 4 5 Suministros de Oficina*

| DETALLE | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL | Período | Valor para proyección al año |
|-----------------------|----------|-----------------|-----------------|--------------|------------------------------|
| Hojas papel bond | 1 | \$ 4,00 | \$ 4,00 | cada mes | \$ 4,00 |
| Tinta B/N | 2 | \$ 2,80 | \$ 5,60 | cada mes | \$ 5,60 |
| Tinta color | 4 | \$ 4,17 | \$ 16,68 | cada 2 meses | \$ 8,34 |
| Cinta de embalaje | 2 | \$ 1,00 | \$ 2,00 | cada mes | \$ 2,00 |
| Esferos | 5 | \$ 0,35 | \$ 1,75 | cada 6 meses | \$ 0,29 |
| Carpetas archivadoras | 6 | \$ 2,50 | \$ 15,00 | cada 6 meses | \$ 2,50 |
| Folders manila | 25 | \$ 0,15 | \$ 3,75 | cada mes | \$ 3,75 |
| Grapadora | 1 | \$ 4,50 | \$ 4,50 | permanece | |
| Libretas | 2 | \$ 0,70 | \$ 1,40 | cada 4 meses | \$ 0,35 |
| Grapas | 1 | \$ 1,30 | \$ 1,30 | cada 2 meses | \$ 0,65 |
| Perforadora | 1 | \$ 3,00 | \$ 3,00 | permanece | |
| Vinchas | 1 | \$ 1,50 | \$ 1,50 | cada 4 meses | \$ 0,38 |
| Calculadora | 2 | \$ 5,70 | \$ 11,40 | permanece | |
| Imprevistos 3% | | | \$ 2,16 | cada mes | \$ 2,16 |
| TOTAL | | \$ 31,84 | \$ 74,04 | | \$ 30,01 |

Fuente: Proforma Anexo 14

Elaborado por: La autora

El 3% de imprevistos se considera para artículos que se necesiten ocupar por motivos extras o en caso fortuito. Los demás artículos se han considerado por medio de proformas, observando un precio cómodo y materiales de calidad. El valor para la proyección al año se ha estimado del valor total dividido para el periodo a ocupar.

e) Equipo de computación

Tabla 4 6 Equipo de computación

| DETALLE | EXISTENTE | VALOR | AMPLIACIÓN | VALOR |
|--------------------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|
| Computador | 1 | \$ 540,00 | 1 | \$ 600,00 |
| Impresora multifuncional | 0 | | 1 | \$ 150,00 |
| Disco duro extraíble | | | 1 | \$ 89,00 |
| Memory flash | 1 | \$ 10,00 | | |
| TOTAL | 1 | \$ 550,00 | 3 | \$ 839,00 |

Fuente: Proforma Anexo 11

Elaborado por: La autora

El área administrativa busca equiparse completamente con cada artículo que se detalla en la anterior tabla y que permita al personal desenvolverse en sus actividades.

a) Resumen Inversión Fija Ampliación

Tabla 4 7 Resumen Inversión Fija Ampliación

| Descripción | Total |
|-----------------------------------|--------------------|
| Adecuación Oficina Administrativa | \$ 272,65 |
| Maquinaria | \$ 3.800,00 |
| Herramientas | \$ 31,25 |
| Mobiliario de oficina | \$ 483,00 |
| Suministros de oficina | \$ 74,04 |
| Equipo de computación | \$ 839,00 |
| TOTAL INVERSIONES FIJAS | \$ 5.499,94 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

4.3.2. Inversión Variable

a) Mano de Obra

El taller dispone de seis personas que laboran como trabajadores incluido la propietaria que también labora en el mismo, más la señorita que se encarga de las funciones de venta, serían 7 personas que actualmente desempeñan cargos en la producción y ventas.

Cuadro 4 3 Talento humano

| Personal | Existente | Ampliación |
|---------------------------|-----------|------------|
| Gerente Propietario | 1 | |
| Contador | | 1 |
| Agente control de calidad | | 1 |
| Vendedor | 1 | |
| Operarios | 5 | |
| Total | 7 | 2 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora.

Para la ampliación del proyecto será necesario incrementar un área administrativa; donde incluirá un personal en gerencia, contabilidad y control de calidad, la remuneración de cada uno estará sujeta a lo que estipula la ley de nuestro país. La mano de obra como eje central debe satisfacer las expectativas del cliente.

Tabla 4 8 Sueldos y salarios (operarios)

| N | Cargo | SMU | FONDOS DE RESERVA (8,33%) | APORTE PATRONAL (12,15%) | TOTAL |
|--------------|---------------------|--------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------|
| 1 | Operario (cocedor) | \$ 354,89 | \$ 29,56 | \$ 43,12 | \$ 427,57 |
| 2 | Operario (cocedor) | \$ 354,89 | \$ 29,56 | \$ 43,12 | \$ 427,57 |
| 3 | Operario (cortador) | \$ 354,89 | \$ 29,56 | \$ 43,12 | \$ 427,57 |
| 4 | Operario (armador) | \$ 354,89 | \$ 29,56 | \$ 43,12 | \$ 427,57 |
| 5 | Operario (armador) | \$ 354,89 | \$ 29,56 | \$ 43,12 | \$ 427,57 |
| TOTAL | | \$ 1.774,45 | \$ 147,81 | \$ 215,60 | \$ 2.137,86 |

Fuente: Anexo 9 Tabla de Remuneraciones IESS

Elaborado por: La autora

Los operarios con el código E2 1020000005006 trabajadores de textiles, cuero y calzado perciben una remuneración de 354,89 USD; para hacer constar lo establecido en las leyes vigentes, la propietaria señaló que los trabajadores tienen un ingreso semanal y que al mes resulta entre este monto dependiendo de su producción. Todos tienen más de un año de trabajo en el taller, para respaldar el acceso a los fondos de reserva. No se han tomado en cuenta las gratificaciones de décimo tercera y cuarta remuneración por lo mencionado en el artículo 115 del Código de Trabajo que señala: *“Quedan excluidos de las gratificaciones a las que refiere este párrafo, los operarios y aprendices de artesanos”*

b) Materia Prima directa

Se consideran algunos factores, primeramente el costo del cuero. Las cantidades de este material son estimadas por pies, el pie constituye 26x26 cm.

Tabla 4 9 Materia Prima Cuero

| TIPO DE CUERO | COSTO X PIE |
|----------------------|--------------------|
| Vaquilla napa de res | 1,50 USD |
| Napa de borrego | 1,50 USD |
| Cristalizado | 1,70 USD |
| TOTAL | 4,70 USD |

Fuente: Propietaria taller Leo.

Elaborado por: La autora.

Para la respectiva división por artículos a producir se toma como base a la *tabla 3.23 proyección de la demanda* en el estudio de mercado. A continuación se divide a la producción de chaquetas con un 49,9% para hombre y con un 50,1% para mujer, estableciendo la producción por género; este porcentaje se considera según la entrevista realizada a la propietaria donde señaló que la producción en chaquetas es la mitad para hombres y la otra para mujeres y determinando que en las encuestas las principales consumidoras en vestimenta son las mujeres, se asigna un porcentaje mayor a las mismas.

Tabla 4 10 Cantidad de chaquetas por género

| CANTIDAD DE CHAQUETAS POR GÉNERO | | | | | | |
|---|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| % | Género | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 49,9 | HOMBRE | 527 | 537 | 547 | 558 | 568 |
| 50,1 | MUJER | 529 | 539 | 549 | 560 | 570 |
| 100 | TOTAL CHAQUETAS | 1056 | 1076 | 1097 | 1117 | 1139 |

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Para la producción de carteras se divide a la producción en 20% elaboradas con cuero cristalizado y 80% con cuero napa, según la entrevista del diagnóstico Situacional dirigida a la propietaria donde expresó mayor asignación al cuero napa.

Tabla 4 11 Cantidad de carteras por cuero

| CANTIDAD DE CARTERAS | | | | | | |
|-----------------------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| % | Género | Año 1 (2016) | Año 2 (2017) | Año 3 (2018) | Año 4 (2019) | Año 5 (2020) |
| 20% | carteras cristalizado | 96 | 98 | 100 | 102 | 104 |
| 80% | carteras napa | 384 | 391 | 399 | 406 | 414 |
| 100% | TOTAL CARTERAS | 480 | 489 | 498 | 508 | 518 |

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

A esto se realiza la estimación de costos al mes y al año de la producción dependiendo del cuero a ocupar según las cantidades anteriormente señaladas, partiendo de la cantidad de pies para la fabricación de un artículo.

Tabla 4 12 Pies a ocupar en la fabricación de artículos

| Detalle | artículo | equivale pies | artículos | equivale pies | costo 2016 |
|------------------------------|-----------------|----------------------|------------------|----------------------|-------------------|
| Chaq. Mujer | 1 | 36 | 527 | 18970 | \$ 28.454,98 |
| Chaq. Hombre | 1 | 38 | 544 | 20672 | \$ 31.008,00 |
| bolso | 1 | 12 | 480 | 5760 | \$ 8.640,00 |
| carteras cristalizado | 1 | 12 | 144 | 1728 | \$ 2.937,60 |
| carteras napa | 1 | 12 | 319 | 3830 | \$ 5.745,60 |
| TOTAL | | | | | \$ 77.088,58 |
| TOTAL MENSUAL | | | | | \$ 6.424,05 |

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

La columna **pies por artículo** detalla la cantidad de centímetros de cuero que ingresa en un artículo, en la columna **artículos** se ha colocado las cantidades de la *Tabla 4.10 Cantidad de chaquetas por género* y la *Tabla 4.11 Cantidad de carteras por cuero* del año 2015; con la multiplicación de **pies por artículo** y **artículos** se obtiene la columna de **equivale pies**, donde se plasma el número de pies de cuero que ingresarán en la producción de todos los artículos del año, en la siguiente columna se multiplica a la cantidad resultante por el costo del pie de cuero identificado en la *tabla 4.9 materia prima cuero*.

c) **Materiales**

Tabla 4 13 Materiales

| DETALLE | C/U | VALOR USD | CANTIDAD MENSUAL | VALOR TOTAL |
|----------------------------|--------------|------------------|-------------------------|--------------------|
| Solución pegamento | Litro | \$ 3,20 | 100 | \$ 320,00 |
| cemento de contacto | Litro | \$ 3,40 | 40 | \$ 136,00 |
| tiza de sastre | Unidad | \$ 0,50 | 6 al año | \$ 0,25 |
| Hilos | Tubo mediano | \$ 8,00 | 12 | \$ 96,00 |
| Hilos | Cono grande | \$ 11,00 | 8 | \$ 88,00 |
| Telas (rusela) para forros | Metro | \$ 0,85 | 250 | \$ 212,50 |
| TOTAL | | \$ 26,95 | 414 | \$ 833,75 |

Fuente: Proforma Anexo 13

Elaborado por: La autora

Estos materiales se consideran cantidades en gasto para la producción, donde la tiza de sastre señalada como 6 al año, para el mes se consideraría un 0,25 de gasto mensual, los siguientes materiales se estimaron de acuerdo a la producción del estudio de mercado.

d) Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 4 14 Costos Indirectos de Fabricación

| PARA COMPLEMENTAR EL PRODUCTO | | | | |
|--|--------------------|-----------------|-------------------------|------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor | Cantidad mensual | TOTAL |
| Esponja | Plancha | \$ 0,75 | 20 | \$ 15,00 |
| Cordón | Metro | \$ 0,08 | 10 | \$ 0,80 |
| TOTAL | | \$ 0,83 | | \$ 15,80 |
| HERRAJES | | | | |
| Remaches | El ciento | \$ 1,95 | 2 | \$ 3,90 |
| Ojales | El ciento | \$ 2,30 | 2 | \$ 4,60 |
| Evillas | Para cartera | \$ 0,30 | 70 | \$ 21,00 |
| Imanes | Unidad | \$ 0,14 | 20 | \$ 2,80 |
| velcro adhesivo | Metro | \$ 0,35 | 7 | \$ 2,45 |
| cola de rata (para relleno de correas) | Metro | \$ 0,25 | 15 | \$ 3,75 |
| elvivovena (tira para hacer vivo) | Madeja (20 metros) | \$ 2,30 | 1 | \$ 2,30 |
| Cierres chompa | #5 unidad | \$ 0,90 | 100 | \$ 90,00 |
| Cierre cartera y bolso | #6 metro | \$ 0,25 | 42 | \$ 10,50 |
| Botones broche de presión | Docena | \$ 0,50 | 24 | \$ 12,00 |
| Llaves | Unidad | \$ 0,20 | 300 | \$ 60,00 |
| Mosquetones | Unidad | \$ 0,85 | 5 | \$ 4,25 |
| Cuadrantes | Unidad | \$ 0,10 | 12 | \$ 1,20 |
| Argolla | Unidad | \$ 0,10 | 15 | \$ 1,50 |
| TOTAL | | \$ 10,49 | | \$ 220,25 |

Fuente: Proforma Anexo 13

Elaborado por: La autora

Para estos costos se han considerado la producción establecida en el estudio de mercado y con la ayuda de una proforma que se la puede visualizar en el Anexo 13.

e) **Otros gastos indirectos de Fabricación***Tabla 4 15 Otros gastos indirectos de Fabricación*

| Detalle | Cantidad | Valor |
|------------------|-----------------|------------------|
| Transporte | 3 | \$ 250,00 |
| Envíos de valija | 2 o 3 | \$ 45,00 |
| Tejido especial | constante | \$ 200,00 |
| TOTAL | | \$ 495,00 |

Fuente: Entrevista Propietaria Taller Leo

Elaborado por: La autora

Por concepto de transporte se han considerado tres componentes gasolina peaje y mantenimiento del vehículo con el que cuentan los propietarios para las actividades del negocio del taller, al mes estimado por la propietaria. En cuanto a los envíos de valija, suelen darse de 2 a 3 veces durante el mes, dentro del país y ocasionalmente fuera. Mencionó además que los tejidos especiales se han hecho más constantes durante el último año mismo al que asignó 250 USD por gasto mensual.

Tabla 4 16 Gastos de servicios básicos e internet

| DETALLE | COSTO |
|-----------------------|-----------------|
| AGUA | \$ 6,00 |
| LUZ | \$ 50,00 |
| TELÉFONO CONVENCIONAL | \$ 10,00 |
| TELÉFONO MÓVIL | \$ 10,00 |
| INTERNET (CNT) | \$ 21,00 |
| TOTAL | \$ 97,00 |

Fuente: Entrevista Propietaria taller Leo

Elaborado por: La autora.

En este cuadro se estima los costos mensuales con respecto a consumo de servicios básicos, por concepto de ampliación solo se incrementa el internet; gasto que incluye en el

domicilio, estos datos se consideraron con la documentación de planillas en cada servicio básico durante el mes de diciembre del año 2015.

4.3.3. Inversiones diferidas

Constituyen los gastos directos e indirectos como derechos y servicios necesarios para el estudio e implementación del proyecto, no sujetos a un desgaste físico.

a) Gastos de puesta en marcha de la planta.

Tabla 4 17 Adecuación de la oficina

| DETALLE | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | TOTAL 2 Días |
|---|----------|-----------------|------------------|
| Mano de obra maestro albañil | 1 | \$ 40,00 | \$ 80,00 |
| Mano de obra ayudante | 1 | \$ 20,00 | \$ 40,00 |
| Instalación eléctrica adicional | 1 | | \$ 30,00 |
| Mano de obra (colocación de mobiliario) | | | \$ 20,00 |
| TOTAL | 3 | \$ 60,00 | \$ 170,00 |

Fuente: Entrevista Propietario taller Leo.

Elaborado por: La autora.

Para este cuadro se ha considerado la opinión de un maestro albañil, en el que los propietarios confían para la realización de esta pequeña obra en dos días.

b) Gasto administrativo Personal

Tabla 4 18 Gasto Administrativo Personal

| CARGO | SMU | DÉCIMO TERCERO | DECIMO CUARTO | FONDOS DE RESERVA | APORTE PATRONAL (12,15%) | TOTAL |
|------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------------|--------------------|
| Gerente | \$ 370,53 | \$ 370,53 | \$ 366,00 | \$ 30,87 | \$ 45,02 | \$ 1.182,94 |
| Contadora | \$ 367,03 | \$ 367,03 | \$ 366,00 | \$ 30,57 | \$ 44,59 | \$ 1.175,23 |
| Agente de control de calidad | \$ 360,27 | \$ 360,27 | \$ 366,00 | \$ 30,01 | \$ 43,77 | \$ 1.160,32 |
| TOTAL | \$ 1.097,83 | \$ 1.097,83 | \$ 1.098,00 | \$ 91,45 | \$ 133,39 | \$ 3.518,50 |

Fuente: Anexo 9 Tabla de Remuneración IESS

Elaborado por: La autora

Para la elaboración del cuadro anterior se consideran los sueldos, de acuerdo a lo establecido en la tabla de remuneraciones IESS en su tope básico, de la siguiente forma:

Tabla 4 19 Remuneraciones IESS

| Cargo | Código | Ext. | Sueldo |
|--------------------------------|--------|---------------|------------|
| Gerente y afines | A1 | 1918200000101 | 370,53 USD |
| Contador general | C1 | 1910000000012 | 367,03 USD |
| Revisoría y control de calidad | B2 | 1811749900025 | 360,27 USD |

Fuente: Tabla de Remuneraciones IESS.

Elaborado por: La autora.

c) **Gastos Operativos:** Considerándose dentro de estos los Gastos de venta.

Tabla 4 20 Sueldo vendedor

| N | CARGO | SMU | DÉCIMO TERCERO | DECIMO CUARTO | FONDOS DE RESERVA (8,33%) | APORTE PATRONAL (12,15%) | TOTAL |
|---|----------|-----------|----------------|---------------|---------------------------|--------------------------|-------------|
| 1 | Vendedor | \$ 363,27 | \$ 363,27 | \$ 366,00 | \$ 30,26 | \$ 44,14 | \$ 1.166,94 |

Fuente: Anexo 9 Tabla de Remuneraciones IESS

Elaborado por: La autora

De acuerdo a lo establecido en la tabla de remuneraciones IESS, en este caso del vendedor con código C3 1930000000020 percibe 363,27 USD.

d) **Otros gastos de venta**

Tabla 4 21 Otros gastos de venta

| Detalle | Cantidad | Costo | Periodo |
|---------------------------|-------------------|----------|--------------------|
| Mostrador | | 250 USD | Permanente |
| Publicidad | | | |
| Fundas plásticas | 1.000 al año | 180 USD | Año |
| Tarjetas de presentación | 1.000 cada 2 años | 30 USD | 60 USD cada 2 años |
| Creación de la página web | 1 | 60 USD | Permanente |
| TOTAL | | 270 USD | |
| TOTAL MENSUAL | | 17,5 USD | |

Fuente: Propietaria del taller Leo

Elaborado por: La autora.

Para estos gastos se han tomado en cuenta los gastos en publicidad señalados por la propietaria con los costos determinados, el costo de la creación de la página web se la estima por criterio de un diseñador gráfico, esto incluye una capacitación para su uso y mantenimiento.

Tabla 4 22 Inversión Diferida

| DETALLE | COSTO |
|---------------------------------------|------------------|
| Publicidad creación página web | \$ 60,00 |
| Adecuación oficina | \$ 170,00 |
| Capacitación personal (cuatrimestral) | \$ 144,00 |
| TOTAL | \$ 374,00 |

Fuente: Investigación de costos.

Elaborado por: La autora.

Para las capacitaciones al personal los propietarios supieron manifestar que al ser parte de la sociedad de artesanos del cantón Cotacachi, realizarán una propuesta al consejo para capacitar al personal de quienes sean parte y quienes deseen asistir a las conferencias durante 3 veces al año, trayendo maestros artesanos expertos en el tema de diseño y también respecto a la producción y ventas, para lo cual estiman un costo de 8 dólares por persona en la capacitación, al considerarlo de esta forma con sus 5 operarios más el vendedor 1, consideran un gasto de 48 dólares al cuatrimestre durante el año será de 144 USD; señalado en el cuadro anterior por 12 USD es el resultado del cuatrimestre al mes.

Tabla 4 23 Capacitación personal

| PERSONAL | COSTO | VECES AL AÑO | TOTAL AÑO | MENSUAL |
|-----------------|--------------|---------------------|------------------|----------------|
| 6 | 48 | 3 | 144 | 12 |

Fuente: Entrevista Propietaria Taller Leo

Elaborado por: La autora

4.3.4. Capital de Trabajo para ampliación

El capital de trabajo es el dinero necesario para que la empresa comience su etapa inicial, cubriendo todos los gastos de materiales y mano de obra directa, insumos de producción, gastos indirectos de producción administrativos y ventas.

Tabla 4 24 Capital de trabajo

| CAPITAL DE TRABAJO | |
|--|----------------------|
| DETALLE | COSTO MENSUAL |
| Materia Prima Directa (cuero y materiales) | \$ 7.276,80 |
| Mano de Obra Directa | \$ 1.774,45 |
| Costos Indirectos de Fabricación | \$ 731,05 |
| Sueldos y salarios personal administrativo | \$ 1.097,83 |
| Sueldo vendedor | \$ 363,27 |
| Décimo tercero | \$ 121,76 |
| Décimo Cuarto | \$ 122,00 |
| Aporte patronal 12.15% | \$ 393,12 |
| Fondos de Reserva | \$ 269,52 |
| Gastos publicidad | \$ 17,50 |
| Servicios Básicos e internet | \$ 97,00 |
| CAPITAL DE TRABAJO | \$ 12.264,30 |

Fuente: Investigación de costos

Elaborado por: La autora

Los gastos de publicidad constituyen 270,00 USD, al considerarlo mensual para el capital de trabajo se estima 17,50 USD, en la publicidad no se considera el costo por la creación de la página web debido a que ingresa en el las inversiones diferidas. El décimo tercero y décimo cuarto sueldo también se lo considera mensual.

4.3.5. Inversión Total del proyecto

Tabla 4 25 Inversión Total del proyecto

| Rubro | Costo |
|--------------------|---------------------|
| Inversión Fija | \$ 5.499,94 |
| Inversión diferida | \$ 374,00 |
| Capital de Trabajo | \$ 12.264,30 |
| Total | \$ 18.138,23 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora.

La inversión total para la ampliación del taller Leo se detalla en el cuadro anterior, mismo que contempla todos los rubros necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

4.3.6. Financiamiento

Para cubrir la necesidad de financiamiento se puede resumir que:

Tabla 4 26 Financiamiento

| Rubro | % | Valor |
|----------------------|-------------|---------------------|
| Inversión Propia | 65% | \$ 11.789,85 |
| Inversión Financiada | 35% | \$ 6.348,38 |
| TOTAL | 100% | \$ 18.138,23 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Debido a la solidez del negocio, se ha estimado un 35% de financiamiento por parte de BanEcuador y el 65% como inversión propia por parte de los dueños para la ampliación, esto se debe a que sus gastos en capital de trabajo en su mayoría son equitativos a los gastos en los que incurre mensualmente.

Considerando el porcentaje de financiamiento 6.348,38 USD, mismo que tiene una tasa del 11,20% A pagarse durante 2 años con las respectivas 24 cuotas mensuales.

Para la elaboración de la tabla de amortización se ha ocupado la siguiente fórmula:

$$VP = \frac{VF * i * (1 + i)^n}{\{ (1 + i)^n \} - 1}$$

Dónde:

VP: Valor Presente

VF: Valor Futuro: 6.348,38 USD

I: interés: 11,20% anual-0,93% mensual

n: periodo: 24 meses

$$VP = \frac{6.348,38 * 0,93 * (1 + 0,93)^{24}}{\{ (1 + 0,93)^{24} \} - 1}$$

$$VP = 296,47$$

En el siguiente capítulo se presenta la tabla de amortización respectiva a la deuda, cabe señalar que el pasivo corriente a un año será de 2.997,44 USD mientras que el pasivo a largo plazo del año restante será de 3.350,94 USD. Según se determina en la *tabla 5.19 Tabla de amortización* a continuación en el estudio financiero.

CAPITULO V

5. Estudio Financiero

En este capítulo se mostrará los ingresos, costos y estados financieros consolidados; mismos que servirán para valorar la viabilidad del proyecto mediante la aplicación de evaluadores financieros que permitan sustentar la decisión de invertir.

5.1. Estado de situación Financiera Inicial

A continuación se presenta un balance indicando la inversión y operación inicial.

Tabla 5 1 Estado de situación inicial o de arranque

| | | |
|--|-------------|---------------------|
| <u>ACTIVOS</u> | | |
| Inversión Variable | | \$ 12.264,30 |
| Activos Fijos | | |
| INSTALACIONES ADECUACIÓN | \$ 272,65 | |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | \$ 3.800,00 | |
| HERRAMIENTAS | \$ 31,25 | |
| MOBILIARIO DE OFICINA | \$ 483,00 | |
| SUMINISTROS DE OFICINA | \$ 74,04 | |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | \$ 839,00 | |
| Inversión Fija | | \$ 5.499,94 |
| Inversión Diferida | | \$ 374,00 |
| TOTAL ACTIVOS | | \$ 18.138,23 |
| <u>PASIVOS</u> | | |
| OBLIGACIONES A CORTO PLAZO | \$ 2.997,44 | |
| OBLIGACIONES A LARGO PLAZO | \$ 3.350,94 | |
| PRÉSTAMO BANCARIO | | \$ 6.348,38 |
| TOTAL OBLIGACIONES | | \$ 6.348,38 |
| <u>PATRIMONIO</u> | | |
| INVERSION PROPIA | | \$ 11.789,85 |
| TOTAL OBLIGACIONES Y PATRIMONIO | | \$ 18.138,23 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Para la determinación del financiamiento se mantiene el criterio señalado en el estudio técnico, mismo que se plasman en el Estado de situación financiera, considerando el 65% como inversión propia debido a los gastos en que incurre mensualmente el taller, mientras que lo financiado representará el 35% considerando los aspectos de ampliación del taller.

5.2. Determinación de Ingresos Proyectados

Según lo establecido en el estudio de mercado y en el estudio técnico como *proyección de demanda* en la *Tabla 3.23* en un promedio de la actual y la demanda insatisfecha a continuación se presenta el cuadro a proyectar en los siguientes 5 años consecutivos al 2015.

Tabla 3.23 Proyección de la demanda

| Producto | Año 1 (2016) | Año 2 (2017) | Año 3 (2018) | Año 4 (2019) | Año 5 (2020) |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Chaquetas | 1056 | 1076 | 1097 | 1117 | 1139 |
| Bolsos | 480 | 489 | 498 | 508 | 518 |
| Carteras | 480 | 489 | 498 | 508 | 518 |
| Monederos | 3600 | 3668 | 3738 | 3809 | 3881 |
| TOTAL | 5.616 | 5.723 | 5.831 | 5.942 | 6.055 |

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: La autora

A continuación se presenta las proyecciones de cantidades por artículo establecidas en el estudio técnico.

Tabla 4 10 Cantidad de chaquetas por género

| CANTIDAD DE CHAQUETAS POR GÉNERO | | | | | | |
|----------------------------------|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| % | Género | Año 1 (2016) | Año 2 (2017) | Año 3 (2018) | Año 4 (2019) | Año 5 (2020) |
| 49,9% | HOMBRE | 527 | 537 | 547 | 558 | 568 |
| 50,1% | MUJER | 529 | 539 | 549 | 560 | 570 |
| 100% | TOTAL CHAQUETAS | 1056 | 1076 | 1097 | 1117 | 1139 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Las cantidades proyectadas en chaquetas se estimó a partir de las 20 chaquetas semanales, la propietaria manifestó que existe una variedad durante el año en su elaboración

con respecto al género, es decir, en ocasiones se hace más chaquetas para hombre que para mujer y viceversa, para esto se pidió a la propietaria porcentajes en cuanto a su elaboración y asignando un 50% a cada uno, por motivos de cuadro en las cantidades de la tabla anterior se establece el 49,9% para hombre y el 50,1% para mujer.

Tabla 4 11 Cantidad de carteras proyectadas

| CANTIDAD DE CARTERAS | | | | | | |
|-----------------------------|------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| % | Género | Año 1 (2016) | Año 2 (2017) | Año 3 (2018) | Año 4 (2019) | Año 5 (2020) |
| 20% | carteras cristalizado | 96 | 98 | 100 | 102 | 104 |
| 80% | carteras napa | 384 | 391 | 399 | 406 | 414 |
| 100% | TOTAL CARTERAS | 480 | 489 | 498 | 508 | 518 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Precios de Venta Proyectados.- Para esta proyección se ocupará la tasa de inflación 2015, según datos del Banco Central del Ecuador de 3,38%, como se puede apreciar en el Anexo 7. Al consolidar los precios se realiza un promedio entre el más alto de la *tabla 3.28 Proyección de precios altos* y el más bajo en la *tabla 3.27 Proyección de precios bajos* y tener un precio fijo en las proyecciones, a continuación se presenta el cuadro de precios promediados en relación a los cuadros de precios establecidos en el estudio de mercado.

Tabla 5 2 Precios proyectados promediados

| Producto | | Año 1 (2016) | Año 2 (2017) | Año 3 (2018) | Año 4 (2019) | Año 5 (2020) |
|-----------------|--------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Chaquetas | Hombre | \$ 120,00 | \$ 124,06 | \$ 128,25 | \$ 132,58 | \$ 137,07 |
| | Mujer | \$ 115,00 | \$ 118,89 | \$ 122,91 | \$ 127,06 | \$ 131,35 |
| Carteras | | \$ 40,00 | \$ 41,35 | \$ 42,75 | \$ 44,19 | \$ 45,69 |
| Bolsos | | \$ 35,00 | \$ 36,18 | \$ 37,41 | \$ 38,67 | \$ 39,98 |
| Monederos | | \$ 2,00 | \$ 2,07 | \$ 2,14 | \$ 2,21 | \$ 2,28 |
| TOTAL | | \$ 312,00 | \$ 322,55 | \$ 333,45 | \$ 344,72 | \$ 356,37 |

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Tabla 5 3 Ingresos proyectados por producto

| Descripción | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-----------------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| Cantidad Chaquetas H | 527 | 537 | 547 | 558 | 568 |
| Precio de Venta | \$ 120,00 | \$ 124,06 | \$ 128,25 | \$ 132,58 | \$ 137,07 |
| Subtotal | \$ 63.233,28 | \$ 66.612,61 | \$ 70.172,53 | \$ 73.922,70 | \$77.873,30 |
| Cantidad Chaquetas M | | | | | |
| Cantidad Chaquetas M | 529 | 539 | 549 | 560 | 570 |
| Precio de Venta | \$ 115,00 | \$ 118,89 | \$ 122,91 | \$ 127,06 | \$ 131,35 |
| Subtotal | \$ 60.841,44 | \$ 64.092,94 | \$ 67.518,21 | \$ 71.126,53 | \$74.927,69 |
| Cantidad Bolsos | | | | | |
| Cantidad Bolsos | 480 | 489 | 498 | 508 | 518 |
| Precio de Venta | \$ 35,00 | \$ 36,18 | \$ 37,41 | \$ 38,67 | \$ 39,98 |
| Subtotal | \$ 16.800,00 | \$ 17.697,83 | \$ 18.643,64 | \$ 19.640,00 | \$ 20.689,60 |
| Cantidad Carteras | | | | | |
| Cantidad Carteras | 480 | 489 | 498 | 508 | 518 |
| Precio de Venta | \$ 40,00 | \$ 41,35 | \$ 42,75 | \$ 44,19 | \$ 45,69 |
| Subtotal | \$ 19.200,00 | \$ 19.848,96 | \$ 20.519,85 | \$ 21.213,43 | \$ 21.930,44 |
| Cantidad Monederos | | | | | |
| Cantidad Monederos | 3600 | 3668 | 3738 | 3809 | 3881 |
| Precio de Venta Alto | \$ 2,00 | \$ 2,07 | \$ 2,14 | \$ 2,21 | \$ 2,28 |
| Subtotal PV Alto | \$ 7.200,00 | \$ 7.443,36 | \$ 7.694,95 | \$ 7.955,03 | \$ 8.223,91 |
| TOTAL | \$ 167.274,72 | \$175.695,69 | \$ 184.549,18 | \$193.857,69 | \$203.644,94 |

Fuente: Estudio de mercado y técnico.

Elaborado por: La autora

Estos datos de ingresos totales constarán en las ventas del Estado de Resultados del mismo capítulo financiero.

5.3. Determinación de Egresos Proyectados

Para esta determinación se estimarán los costos de producción, gastos financieros, administrativos y de ventas necesarios para la operación del proyecto, mismos que se presentaron en el estudio técnico y a continuación se proyectará a 5 años.

5.3.1. Costos de Producción

En el estudio técnico se presentó los costos de producción estimados a un mes, se transfiere las mismas tablas de materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos

de fabricación con los montos totales del mes para la proyección a 5 años con la tasa de inflación 3,38%, en base a la *tabla 4.9 Materia Prima cuero*

Tabla 5 4 Proyección precios de cuero

| TIPO DE CUERO | COSTO | | | | |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Vaquilla napa de res | \$ 1,50 | \$ 1,55 | \$ 1,60 | \$ 1,66 | \$ 1,71 |
| Napa de borrego | \$ 1,50 | \$ 1,55 | \$ 1,60 | \$ 1,66 | \$ 1,71 |
| Cristalizado | \$ 1,70 | \$ 1,76 | \$ 1,82 | \$ 1,88 | \$ 1,94 |
| TOTAL | \$ 4,70 | \$ 4,86 | \$ 5,02 | \$ 5,19 | \$ 5,37 |

Fuente: Cuadro de materia prima directa Cuero-Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

a) Materia prima Directa

Tabla 5 5 Proyección cantidades de cuero

| PIES NECESARIO | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Chaq. Mujer | 18970 | 19330 | 19698 | 20072 | 20453 |
| Chaq. Hombre | 20104 | 20486 | 20875 | 21272 | 21676 |
| bolso | 5760 | 5869 | 5981 | 6095 | 6210 |
| carteras cristalizado | 1152 | 1174 | 1196 | 1219 | 1242 |
| carteras napa | 4608 | 4696 | 4785 | 4876 | 4968 |

Fuente: Cuadro de materia prima directa Cuero-Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Con esta proyección de cantidades determinada a partir del estudio técnico de la *Tabla 4.12 Pies a ocupar en la fabricación de artículos*, se procede a determinar los precios con su misma relación de cantidad y precios.

Tabla 5 6 Proyección costos cuero

| COSTOS | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Chaq. Mujer | \$ 28.454,98 | \$ 28.995,62 | \$ 30.545,21 | \$ 32.177,61 | \$ 33.897,26 |
| Chaq. Hombre | \$ 30.156,19 | \$ 30.729,16 | \$ 32.371,39 | \$ 34.101,39 | \$ 35.923,85 |
| bolso | \$ 8.640,00 | \$ 8.804,16 | \$ 9.274,67 | \$ 9.770,33 | \$ 10.292,48 |
| carteras cristalizado | \$ 1.958,40 | \$ 1.995,61 | \$ 2.102,26 | \$ 2.214,61 | \$ 2.332,96 |
| carteras napa | \$ 6.912,00 | \$ 7.043,33 | \$ 7.419,74 | \$ 7.816,27 | \$ 8.233,98 |
| TOTAL | \$ 76.121,57 | \$ 77.567,88 | \$ 81.713,28 | \$ 86.080,21 | \$ 90.680,53 |

Fuente: Cuadro de materia prima directa Cuero-Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Para la estimación de esta tabla se consideran las cantidades proyectadas de la *tabla 5.5 Proyección cantidades de cuero* anteriormente señalada multiplicado por los costos de los tipos de cuero plasmado en la *tabla 4.9 Materia Prima Cuero* del estudio técnico.

b) Materiales

Tabla 5 7 Proyección material

| DETALLE | AÑO 1 (2016) | AÑO 2 (2017) | AÑO 3 (2018) | AÑO 4 (2019) | AÑO 5 (2020) |
|----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Solución pegamento | \$ 3.840,00 | \$ 3.969,79 | \$ 4.103,97 | \$ 4.242,69 | \$ 4.386,09 |
| cemento de contacto | \$ 1.632,00 | \$ 1.687,16 | \$ 1.744,19 | \$ 1.803,14 | \$ 1.864,09 |
| tiza de sastré | \$ 3,00 | \$ 3,10 | \$ 3,21 | \$ 3,31 | \$ 3,43 |
| Hilos | \$ 1.056,00 | \$ 1.091,69 | \$ 1.128,59 | \$ 1.166,74 | \$ 1.206,17 |
| Hilos | \$ 924,00 | \$ 955,23 | \$ 987,52 | \$ 1.020,90 | \$ 1.055,40 |
| Telas (rusela) para forros | \$ 2.550,00 | \$ 2.636,19 | \$ 2.725,29 | \$ 2.817,41 | \$ 2.912,64 |
| TOTAL | \$ 10.005,00 | \$ 10.343,17 | \$ 10.692,77 | \$ 11.054,18 | \$ 11.427,82 |

Fuente: Cuadro de materia prima directa materiales-Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

En la proyección de los materiales se considera a la *tabla 4.13 Materia Prima Cuero* multiplicado por los doce meses para el año 2015 y para las demás la proyección con el 3,38% como tasa de inflación año 2015.

Tabla 5 8 Proyección Sueldos y salarios

| Descripción | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 |
|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| SMU | 1.774,45 | \$ 1.834,43 | \$ 1.896,43 | \$ 1.960,53 | \$ 2.026,80 |
| FR (8,33%) | 1.773,74 | \$ 1.833,69 | \$ 1.895,67 | \$ 1.959,75 | \$ 2.025,98 |
| A/P (12,15%) | 2.587,15 | \$ 2.674,59 | \$ 2.764,99 | \$ 2.858,45 | \$ 2.955,07 |
| TOTAL | 6.135,34 | 6.342,71 | 6.557,10 | 6.778,73 | 7.007,85 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Como se detalló en el estudio técnico los fondos de reserva se aplican desde el primer año de proyección debido a que todos han trabajado más de un año en el taller. Para este cálculo se considera la *tabla 4.8 Sueldos y salarios (operarios)* en proyección con la tasa de inflación.

c) Costos indirectos de fabricación

Tabla 5 9 Proyección Costos indirectos de fabricación

| PARA COMPLEMENTAR EL PRODUCTO | | | | | | |
|--|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Detalle | TOTAL MES | AÑO 2016 | AÑO 2017 | AÑO 2018 | AÑO 2019 | AÑO 2020 |
| Esponja | \$ 15,00 | \$ 180,00 | \$ 186,08 | \$ 192,37 | \$ 198,88 | \$ 205,60 |
| Cordón | \$ 0,80 | \$ 9,60 | \$ 9,92 | \$ 10,26 | \$ 10,61 | \$ 10,97 |
| TOTAL | \$ 15,80 | \$ 189,60 | \$ 196,01 | \$ 202,63 | \$ 209,48 | \$ 216,56 |
| HERRAJES | | | | | | |
| Remaches | \$ 3,90 | \$ 46,80 | \$ 48,38 | \$ 50,02 | \$ 51,71 | \$ 53,46 |
| Ojales | \$ 4,60 | \$ 55,20 | \$ 57,07 | \$ 58,99 | \$ 60,99 | \$ 63,05 |
| Evillas | \$ 21,00 | \$ 252,00 | \$ 260,52 | \$ 269,32 | \$ 278,43 | \$ 287,84 |
| Imanes | \$ 2,80 | \$ 33,60 | \$ 34,74 | \$ 35,91 | \$ 37,12 | \$ 38,38 |
| velcro adhesivo | \$ 2,45 | \$ 29,40 | \$ 30,39 | \$ 31,42 | \$ 32,48 | \$ 33,58 |
| cola de rata (para relleno de correas) | \$ 3,75 | \$ 45,00 | \$ 46,52 | \$ 48,09 | \$ 49,72 | \$ 51,40 |
| elvivovena (tira para hacer vivo) | \$ 2,30 | \$ 27,60 | \$ 28,53 | \$ 29,50 | \$ 30,49 | \$ 31,53 |
| Cierres chompa | \$ 90,00 | \$ 1.080,00 | \$ 1.116,50 | \$ 1.154,24 | \$ 1.193,26 | \$ 1.233,59 |
| Cierre cartera y bolso | \$ 10,50 | \$ 126,00 | \$ 130,26 | \$ 134,66 | \$ 139,21 | \$ 143,92 |
| Botones broche de presión | \$ 12,00 | \$ 144,00 | \$ 148,87 | \$ 153,90 | \$ 159,10 | \$ 164,48 |
| Llaves | \$ 60,00 | \$ 720,00 | \$ 744,34 | \$ 769,49 | \$ 795,50 | \$ 822,39 |
| Mosquetones | \$ 4,25 | \$ 51,00 | \$ 52,72 | \$ 54,51 | \$ 56,35 | \$ 58,25 |
| Cuadrantes | \$ 1,20 | \$ 14,40 | \$ 14,89 | \$ 15,39 | \$ 15,91 | \$ 16,45 |
| Argolla | \$ 1,50 | \$ 18,00 | \$ 18,61 | \$ 19,24 | \$ 19,89 | \$ 20,56 |
| TOTAL | \$ 220,25 | \$ 2.643,00 | \$ 2.732,33 | \$ 2.824,69 | \$ 2.920,16 | \$ 3.018,86 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Para esta proyección se contempla a los costos establecidos en la *tabla 4.14 Costos Indirectos de Fabricación* del estudio técnico en el primer año.

Tabla 5 10 Proyección Otros gastos indirectos de Fabricación

| Detalle | Valor mensual | Año 1 (2016) | Año 2 (2017) | Año 3 (2018) | Año 4 (2019) | Año 5 (2020) |
|------------------|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Transporte | \$ 250,00 | \$ 3.000,00 | \$ 3.101,40 | \$ 3.206,23 | \$ 3.314,60 | \$ 3.426,63 |
| Envíos de valija | \$ 45,00 | \$ 540,00 | \$ 558,25 | \$ 577,12 | \$ 596,63 | \$ 616,79 |
| Tejido especial | \$ 200,00 | \$ 2.400,00 | \$ 2.481,12 | \$ 2.564,98 | \$ 2.651,68 | \$ 2.741,30 |
| TOTAL | \$ 535,00 | \$ 5.940,00 | \$ 6.140,77 | \$ 6.348,33 | \$ 6.562,90 | \$ 6.784,73 |

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

Para esta estimación se considera los costos establecidos en la *tabla 4.15 Otros gastos indirectos de Fabricación* en proyección a cinco años. A continuación se presenta un resumen de la proyección de los costos de producción detallados anteriormente.

Tabla 5 11 Resumen Proyección Costos de Producción

| Detalle | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Materia Prima Directa | \$ 86.354,57 | \$ 88.146,75 | \$ 92.649,72 | \$ 97.386,31 | \$ 102.368,77 |
| Cuero | \$ 76.121,57 | \$ 77.567,88 | \$ 81.713,28 | \$ 86.080,21 | \$ 90.680,53 |
| Materiales | \$ 10.233,00 | \$ 10.578,88 | \$ 10.936,44 | \$ 11.306,09 | \$ 11.688,24 |
| Mano de Obra Directa | \$ 6.135,34 | \$ 6.342,71 | \$ 6.557,10 | \$ 6.778,73 | \$ 7.007,85 |
| Costos Indirectos de Fabricación | \$ 8.583,00 | \$ 8.873,11 | \$ 9.173,02 | \$ 9.483,06 | \$ 9.803,59 |
| Costos Indirectos de Fabricación | \$ 2.643,00 | \$ 2.732,33 | \$ 2.824,69 | \$ 2.920,16 | \$ 3.018,86 |
| Otros Gastos indirectos de Fabricación | \$ 5.940,00 | \$ 6.140,77 | \$ 6.348,33 | \$ 6.562,90 | \$ 6.784,73 |
| Costos de Producción | \$ 101.072,91 | \$ 103.362,57 | \$ 108.379,83 | \$ 113.648,10 | \$ 119.180,21 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

5.3.2. Gastos Administrativos

Los sueldos y beneficios sociales del personal administrativo se presentan a continuación en proyección a 5 años con respecto a lo establecido en el estudio técnico en la *tabla 4.18 Gasto administrativo Personal*.

Tabla 5 12 Proyección Gasto administrativo Personal

| Descripción | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 |
|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| SMU | \$ 13.173,96 | \$ 13.173,96 | \$ 13.619,24 | \$ 14.079,57 | \$ 14.555,46 |
| Décimo Tercero | \$ 1.097,83 | \$ 1.097,83 | \$ 1.134,94 | \$ 1.173,30 | \$ 1.212,95 |
| Décimo Cuarto | \$ 1.098,00 | \$ 1.098,00 | \$ 1.135,11 | \$ 1.173,48 | \$ 1.213,14 |
| FR (8,33%) | \$ - | \$ 1.097,39 | \$ 1.134,48 | \$ 1.172,83 | \$ 1.212,47 |
| A/P (12,15%) | \$ 1.600,64 | \$ 1.600,64 | \$ 1.654,74 | \$ 1.710,67 | \$ 1.768,49 |
| TOTAL | \$ 16.970,43 | \$ 18.067,82 | \$ 18.678,51 | \$ 19.309,84 | \$ 19.962,52 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Cabe recalcar que para la proyección de estos sueldos los fondos de reserva se los considera desde el segundo año de puesta en marcha del proyecto.

Tabla 5 13 Proyección gastos de servicios básicos e internet

| DETALLE | COSTO MENSUAL | AÑO 1 (2016) | AÑO 2 (2017) | AÑO 3 (2018) | AÑO 4 (2019) | AÑO 5 (2020) |
|-----------------|-----------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| AGUA | \$ 6,00 | \$ 72,00 | \$ 74,43 | \$ 76,95 | \$ 79,55 | \$ 82,24 |
| LUZ | \$ 50,00 | \$ 600,00 | \$ 620,28 | \$ 641,25 | \$ 662,92 | \$ 685,33 |
| T. CONVENCIONAL | \$ 10,00 | \$ 120,00 | \$ 124,06 | \$ 128,25 | \$ 132,58 | \$ 137,07 |
| TELÉFONO MÓVIL | \$ 10,00 | \$ 120,00 | \$ 124,06 | \$ 128,25 | \$ 132,58 | \$ 137,07 |
| INTERNET (CNT) | \$ 21,00 | \$ 252,00 | \$ 260,52 | \$ 269,32 | \$ 278,43 | \$ 287,84 |
| TOTAL | \$ 97,00 | \$ 1.164,00 | \$1.203,34 | \$1.244,02 | \$1.286,06 | \$1.329,53 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Para la proyección de estos servicios que el taller necesita se considera los datos establecidos en el estudio técnico la *tabla 4.16 gastos de servicios básicos e internet*.

Tabla 5 14 Proyección Suministros de oficina

| DETALLE | VALOR MES | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-----------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Hojas papel bond | \$ 4,00 | \$ 48,00 | \$ 49,62 | \$ 51,30 | \$ 53,03 | \$ 54,83 |
| Tinta B/N | \$ 5,60 | \$ 67,20 | \$ 69,47 | \$ 71,82 | \$ 74,25 | \$ 76,76 |
| Tinta color | \$ 8,34 | \$ 100,08 | \$ 103,46 | \$ 106,96 | \$ 110,57 | \$ 114,31 |
| Cinta de embalaje | \$ 2,00 | \$ 24,00 | \$ 24,81 | \$ 25,65 | \$ 26,52 | \$ 27,41 |
| Esferos | \$ 0,29 | \$ 3,50 | \$ 3,62 | \$ 3,74 | \$ 3,87 | \$ 4,00 |
| Lápices | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Carpetas archivadoras | \$ 2,50 | \$ 30,00 | \$ 31,01 | \$ 32,06 | \$ 33,15 | \$ 34,27 |
| Folders manila | \$ 3,75 | \$ 45,00 | \$ 46,52 | \$ 48,09 | \$ 49,72 | \$ 51,40 |
| Grapadora | \$ 4,50 | \$ 4,50 | \$ 4,50 | | | |
| Libretas | \$ 0,35 | \$ 4,20 | \$ 4,34 | \$ 4,49 | \$ 4,64 | \$ 4,80 |
| Grapas | \$ 0,65 | \$ 7,80 | \$ 8,06 | \$ 8,34 | \$ 8,62 | \$ 8,91 |
| Perforadora | \$ 3,00 | \$ 3,00 | \$ 3,00 | | | |
| Vinchas | \$ 0,38 | \$ 4,50 | \$ 4,65 | \$ 4,81 | \$ 4,97 | \$ 5,14 |
| Calculadora | \$ 11,40 | \$ 11,40 | \$ 11,40 | | | |
| Imprevistos | \$ 2,16 | \$ 25,88 | \$ 26,75 | \$ 27,66 | \$ 28,59 | \$ 29,56 |
| TOTAL | \$ 48,91 | \$ 379,06 | \$ 391,23 | \$ 384,91 | \$ 397,92 | \$ 411,37 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Los suministros de oficina como calculadoras, perforadoras y grapadoras se consideran para el año de puesta en marcha del proyecto y por su durabilidad, no se los proyecta. Para esta proyección se toma en cuenta los valores establecidos en la *tabla 4.5 Suministros de oficina*.

Tabla 5 15 Resumen Proyecciones Gastos Administrativos

| Proyecciones | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Gasto Administrativo Personal | \$ 16.970,43 | \$18.067,82 | \$18.678,51 | \$19.309,84 | \$19.962,52 |
| Servicios Básicos e internet | \$ 1.164,00 | \$ 1.203,34 | \$ 1.244,02 | \$ 1.286,06 | \$ 1.329,53 |
| Suministros de oficina | \$ 379,06 | \$ 391,23 | \$ 384,91 | \$ 397,92 | \$ 411,37 |
| TOTAL GASTOS ADMINSITRATIVOS E IMPREVISTOS | 18.513,48 | 19.662,39 | 20.307,44 | 20.993,83 | 21.703,42 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

En la estimación para los costos de esta tabla se toma los costos totales de las proyecciones establecidas en este mismo capítulo *la tabla 5.12 Proyección Gasto Administrativo Personal, 5.13 Proyección gastos de servicios básicos e internet y 5.14 Proyección Suministros de oficina.*

5.3.3. Gastos de ventas

Conformados también por los sueldos y beneficios sociales de quien atiende el local comercial y otros gastos relacionados con las ventas del producto terminado, en proyección a 5 años con lo señalado en el estudio técnico.

Tabla 5 16 Proyección Sueldo vendedor

| Descripción | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 |
|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Sueldo | \$ 4.359,24 | \$ 4.506,58 | \$ 4.658,90 | \$ 4.816,38 | \$ 4.979,17 |
| Décimo Tercero | \$ 363,27 | \$ 375,55 | \$ 388,24 | \$ 401,36 | \$ 414,93 |
| Décimo Cuarto | \$ 366,00 | \$ 378,37 | \$ 391,16 | \$ 404,38 | \$ 418,05 |
| FR (8,33%) | \$ 363,12 | \$ 375,40 | \$ 388,09 | \$ 401,20 | \$ 414,76 |
| A/P (12,15%) | \$ 529,65 | \$ 547,55 | \$ 566,06 | \$ 585,19 | \$ 604,97 |
| TOTAL | \$ 5.981,28 | \$ 6.183,45 | \$ 6.392,45 | \$ 6.608,52 | \$ 6.831,88 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Los fondos de reserva son proyectados desde el primer año debido a que la señorita vendedora trabaja por más de un año para el taller. Para esta proyección se ocupa los valores plasmados en la *Tabla 4.20 Sueldo vendedor.*

Tabla 5 17 Proyección Otros gastos de venta

| Publicidad | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---------------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Fundas plásticas | 1.000 al año | \$ 180,00 | \$ 186,08 | \$ 192,37 | \$ 198,88 | \$ 205,60 |
| Tarjetas de presentación | 1.000 cada 2 años | \$ 30,00 | \$ 31,01 | \$ 32,06 | \$ 33,15 | \$ 34,27 |
| Creación de la página web | 1 | \$ 60,00 | \$ 60,00 | | | |
| TOTAL | | \$ 270,00 | \$ 277,10 | \$ 224,44 | \$ 232,02 | \$ 239,86 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

La propietaria manifestó que el costo por la impresión de las tarjetas de presentación es de 60 USD por las 1.000 unidades, que para considerarlas al año se ha dividido este costo para 2 y la creación de la página web queda estable en el primer año. Estos valores se han proyectado basándose en los costos de *la tabla 4.21 Otros gastos de Venta*.

Tabla 5 18 Resumen Proyecciones Gastos de Venta

| Proyecciones | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Sueldo vendedor | \$ 5.981,28 | \$ 6.183,45 | \$ 6.392,45 | \$ 6.608,52 | \$ 6.831,88 |
| Otros gastos de venta | \$ 270,00 | \$ 277,10 | \$ 224,44 | \$ 232,02 | \$ 239,86 |
| TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS E IMPREVISTOS | \$ 6.251,28 | \$ 6.460,55 | \$ 6.616,89 | \$ 6.840,54 | \$ 7.071,75 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

En este cuadro resumen se detallan los valores de las *tablas 5.16 Sueldo vendedor y 5.17 Otros gastos de venta*.

5.4. Tabla de amortización

Tabla 5 19 Tabla de amortización

| NRO. | Cuota | INTERESES | ABONO CAPITAL | SALDO DEUDOR |
|-------------|--------------|------------------|----------------------|---------------------|
| 1 | \$296,47 | \$ 59,25 | \$237,22 | \$ 6.111,16 |
| 2 | \$296,47 | \$ 57,04 | \$239,44 | \$ 5.871,72 |
| 3 | \$296,47 | \$ 54,80 | \$241,67 | \$ 5.630,05 |
| 4 | \$296,47 | \$ 52,55 | \$243,93 | \$ 5.386,12 |
| 5 | \$296,47 | \$ 50,27 | \$246,20 | \$ 5.139,92 |
| 6 | \$296,47 | \$ 47,97 | \$248,50 | \$ 4.891,42 |
| 7 | \$296,47 | \$ 45,65 | \$250,82 | \$ 4.640,60 |
| 8 | \$296,47 | \$ 43,31 | \$253,16 | \$ 4.387,44 |
| 9 | \$296,47 | \$ 40,95 | \$255,52 | \$ 4.131,91 |
| 10 | \$296,47 | \$ 38,56 | \$257,91 | \$ 3.874,00 |
| 11 | \$296,47 | \$ 36,16 | \$260,32 | \$ 3.613,68 |
| 12 | \$296,47 | \$ 33,73 | \$262,75 | \$ 3.350,94 |
| 13 | \$296,47 | \$ 31,28 | \$265,20 | \$ 3.085,74 |
| 14 | \$296,47 | \$ 28,80 | \$267,67 | \$ 2.818,07 |
| 15 | \$296,47 | \$ 26,30 | \$270,17 | \$ 2.547,89 |
| 16 | \$296,47 | \$ 23,78 | \$272,69 | \$ 2.275,20 |
| 17 | \$296,47 | \$ 21,24 | \$275,24 | \$ 1.999,96 |
| 18 | \$296,47 | \$ 18,67 | \$277,81 | \$ 1.722,15 |
| 19 | \$296,47 | \$ 16,07 | \$280,40 | \$ 1.441,75 |
| 20 | \$296,47 | \$ 13,46 | \$283,02 | \$ 1.158,73 |
| 21 | \$296,47 | \$ 10,81 | \$285,66 | \$ 873,07 |
| 22 | \$296,47 | \$ 8,15 | \$288,33 | \$ 584,75 |
| 23 | \$296,47 | \$ 5,46 | \$291,02 | \$ 293,73 |
| 24 | \$296,47 | \$ 2,74 | \$293,73 | \$ (0,00) |

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

Para la obtención de resultados en esta tabla primeramente se coloca la cuota establecida en el estudio técnico de 296,47 USD a dos años plazo, la obtención del interés es con la tasa del 12,15% anual. Al realizar las cuotas mensuales se debe transformar la tasa de interés obteniendo una tasa de interés mensual de 0,93% en la columna interés se multiplica la tasa de interés mensual por el saldo deudor del mes anterior iniciando en el valor del préstamo.

Tabla 5 20 Pago de Capital e interés

| DETALLE | PAGO DE CAPITAL | PAGO INTERÉS |
|----------------|------------------------|---------------------|
| Año 1 | \$ 2.997,44 | \$ 560,25 |
| Año 2 | \$ 3.350,94 | \$ 206,75 |
| TOTAL | \$ 6.348,38 | \$ 767,00 |

Fuente: Tabla de Amortización

Elaborado por: La autora

Como se señaló en el estudio Técnico el pasivo a corto plazo representa el pago de capital del primer año y el pasivo a largo plazo en el año que viene.

5.5. Tabla de depreciación

Para el cálculo de las depreciaciones se considera lo existente y lo que demanda la ampliación del taller, detallado en el siguiente recuadro.

Tabla 5 21 Activos Fijos

| Activo Fijo | Existente | Ampliación | Total |
|--------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Instalaciones adecuación | | \$ 272,65 | \$ 272,65 |
| Maquinaria y Equipo | \$ 4.500,00 | \$ 3.800,00 | \$ 6.200,00 |
| Equipo Informático | \$ 550,00 | \$ 839,00 | \$ 1.389,00 |
| Herramientas | \$ 103,20 | \$ 31,25 | \$ 134,45 |
| Mobiliario de oficina | \$ 368,00 | \$ 483,00 | \$ 851,00 |
| Mostrador de ventas | \$ 250,00 | | \$ 250,00 |
| TOTAL | \$ 5.771,20 | \$ 5.425,90 | \$ 9.097,10 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Para instalaciones se toma en cuenta tanto los gastos de puesta en marcha de la planta como mano de obra con un monto de 102,65 USD y los materiales a ocupar para la adecuación de la oficina 170,00 USD.

Tabla 5 22 Depreciación Ampliación

| Detalle | valor total | % depr. | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-----------------------|--------------------|---------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| adecuación local | \$ 272,65 | 10% | \$ 27,27 | \$ 27,27 | \$ 27,27 | \$ 27,27 | \$ 27,27 |
| maquinaria y equipo | \$ 3.800,00 | 10% | \$ 380,00 | \$ 380,00 | \$ 380,00 | \$ 380,00 | \$ 380,00 |
| Muebles y Enseres | \$ 514,25 | 10% | \$ 51,43 | \$ 51,43 | \$ 51,43 | \$ 51,43 | \$ 51,43 |
| Equipo de Computación | \$ 839,00 | 33% | \$ 276,87 | \$ 276,87 | \$ 276,87 | | |
| TOTAL | \$ 5.425,90 | | \$ 735,56 | \$ 735,56 | \$ 735,56 | \$ 458,69 | \$ 458,69 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

Contempla lo que el taller va a implementar con la ampliación, en muebles y enseres se considera el mobiliario de oficina y a las herramientas. Para la estimación de estas depreciaciones se ocupó el método de línea recta. Se considera los valores plasmados en la anterior *tabla 5.21 Activos Fijos*

Tabla 5 23 Depreciación Activo Fijo Existente

| Detalle | valor total | % depr. | 2015 |
|---------------------------|--------------------|---------|------------------|
| Maquinaria y Equipo | \$ 4.500,00 | 10% | \$ 450,00 |
| Equipo Informático | \$ 550,00 | 33% | \$ 181,50 |
| Herramientas | \$ 103,20 | 10% | \$ 10,32 |
| Mobiliario de oficina | \$ 618,00 | 10% | \$ 61,80 |
| TOTAL DEPRECIACIÓN | \$ 5.771,20 | | \$ 703,62 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

El valor del mostrador de ventas se ha incluido en el mobiliario de oficina. Los activos fijos detallados representan lo que actualmente posee el taller, la propietaria del taller mencionó que la maquinaria tiene más de 9 años al igual que las herramientas, mientras que el equipo informático y el mobiliario de oficina 5 años. Se consideran los valores establecidos en la *tabla 5.21 Activos Fijos*.

5.6. Estado de Resultados proyectado

Se detallará los ingresos y egresos que presente el proyecto durante los próximos 5 años.

Tabla 5 24 Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado

| CONCEPTO | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| INGRESOS PROYECTADOS: | | | | | |
| Ventas Chaquetas H | \$ 63.233 | \$ 66.613 | \$ 70.173 | \$ 73.923 | \$ 77.873 |
| Ventas Chaquetas M | \$ 60.841 | \$ 64.093 | \$ 67.518 | \$ 71.127 | \$ 74.928 |
| Bolsos | \$ 16.800 | \$ 17.698 | \$ 18.644 | \$ 19.640 | \$ 20.690 |
| Carteras | \$ 19.200 | \$ 19.849 | \$ 20.520 | \$ 21.213 | \$ 21.930 |
| Monederos | \$ 7.200 | \$ 7.443 | \$ 7.695 | \$ 7.955 | \$ 8.224 |
| TOTAL INGRESOS | \$ 167.275 | \$ 175.696 | \$ 184.549 | \$ 193.858 | \$ 203.645 |
| (-) COSTOS DE PRODUCCIÓN | \$ 101.073 | \$ 103.363 | \$ 108.380 | \$ 113.648 | \$ 119.180 |
| UTILIDAD BRUTA PROYECTADA | \$ 66.202 | \$ 72.333 | \$ 76.169 | \$ 80.210 | \$ 84.465 |
| (-) GASTOS ADMINISTRATIVOS E IMPREVISTOS | \$ 18.513 | \$ 19.662 | \$ 20.307 | \$ 20.994 | \$ 21.703 |
| (-) GASTOS DE VENTA | \$ 6.251 | \$ 6.461 | \$ 6.617 | \$ 6.841 | \$ 7.072 |
| (-) DEPRECIACIONES | \$ 736 | \$ 736 | \$ 736 | \$ 459 | \$ 459 |
| UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA | \$ 40.701 | \$ 45.475 | \$ 48.509 | \$ 51.917 | \$ 55.231 |
| (-) GASTOS FINANCIEROS | \$ 560 | \$ 207 | | | |
| UTILIDAD ANTES DE OBLIGACIONES | \$ 40.141 | \$ 45.268 | \$ 48.509 | \$ 51.917 | \$ 55.231 |
| (-) 15% P TRABAJADORES | \$ 6.021 | \$ 6.790 | \$ 7.276 | \$ 7.787 | \$ 8.285 |
| UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO RENTA | \$ 34.120 | \$ 38.478 | \$ 41.233 | \$ 44.129 | \$ 46.946 |
| IMPUESTO A LA RENTA | \$ 2.851 | \$ 3.504 | \$ 3.917 | \$ 4.352 | \$ 4.774 |
| UTILIDAD NETA PROYECTADA | \$ 31.270 | \$ 34.974 | \$ 37.316 | \$ 39.777 | \$ 42.172 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: la autora

En los gastos financieros se considera al interés de los 2 años del préstamo establecidos en la *tabla 5.20 Pago de capital e interés*. A demás por ser una organización con carácter de persona natural, se ha colocado el impuesto a la renta de acuerdo a la fracción básica y el porcentaje a la fracción excedente en la que se detalla a continuación.

Tabla 5 25 Cálculo Impuesto a la Renta Persona Natural

| Concepto | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------------------|
| Ut. Antes Imp. Renta | \$ 34.120,06 | \$ 38.477,69 | \$ 41.233,04 | \$ 44.129,06 | \$46.946,24 |
| Fracción Básica | \$ 21.370,00 | \$ 21.370,00 | \$ 21.370,00 | \$ 21.370,00 | \$21.370,00 |
| Diferencia | \$12.750,06 | \$17.107,69 | \$19.863,04 | \$ 22.759,06 | \$25.576,24 |
| 15% Impuesto a la Fracción Excedente | \$ 1.912,51 | \$ 2.566,15 | \$ 2.979,46 | \$ 3.413,86 | \$ 3.836,44 |
| Impuesto a la Fracción Básica | \$ 938,00 | \$ 938,00 | \$ 938,00 | \$ 938,00 | \$ 938,00 |
| Impuesto a la Renta | \$ 2.850,51 | \$ 3.504,15 | \$ 3.917,46 | \$ 4.351,86 | \$ 4.774,44 |

Fuente: Cuadro 5.1 Impuesto a la renta persona natural 2016

Elaborado por: La autora

Para la obtención de estos valores se coloca la utilidad antes del impuesto a la renta detallada en el Estado de Resultados proyectada a continuación se ocupa el *cuadro 5.1 Impuesto a la renta persona natural año 2016*, y se coloca la fracción básica, se realiza una resta y a continuación en el mismo margen se coloca el porcentaje de impuesto a la fracción excedente y finalmente la fracción básica, estos dos últimos se suman y se obtiene el Impuesto a la Renta.

Cuadro 5 1 Impuesto a la renta persona natural año 2016

| FRACCIÓN BÁSICA | EXCESO HASTA | IMPUESTO A LA FRACCIÓN BÁSICA | % IMPUESTO A LA FRACCIÓN EXCEDENTE |
|-----------------|--------------|-------------------------------|------------------------------------|
| 0 | 11.170 | 0 | |
| 11.170 | 14.240 | 0 | 5% |
| 14.240 | 17.800 | 153 | 10% |
| 17.800 | 21.370 | 509 | 12% |
| 21.370 | 42.740 | 938 | 15% |
| 42.740 | 64.090 | 4.143 | 20% |
| 64.090 | 85.470 | 8.413 | 25% |
| 85.470 | 113.940 | 13.758 | 30% |
| 113.940 | En adelante | 22.299 | 35% |

Fuente: Resolución: NAC-DGERCGC15-00003195, página SRI

Elaborado por: La autora

5.6.1. Estado de Resultados sin ampliación

Con fines de comparación y deducción de rentabilidad se presenta el siguiente estado de resultados donde se detalla los ingresos y gastos del taller Leo sin la propuesta de ampliación.

Tabla 5 26 Ingresos 2015

| Producto | | Cantidad | Precio Promedio | Ingreso 2015 |
|--------------|--------|-------------|------------------|----------------------|
| Chaquetas | Hombre | 479 | \$ 120,00 | \$ 57.484,80 |
| | Mujer | 481 | \$ 115,00 | \$ 55.310,40 |
| Carteras | | 384 | \$ 40,00 | \$ 15.360,00 |
| Bolsos | | 384 | \$ 35,00 | \$ 13.440,00 |
| Monederos | | 3.600 | \$ 2,00 | \$ 7.200,00 |
| TOTAL | | 5328 | \$ 312,00 | \$ 148.795,20 |

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Se determina la producción para el año 2015 sin considerar la demanda insatisfecha tomando como base la *tabla 3.24 Oferta Actual* a partir de la cual se establece las cantidades y los precios promedio establecido en la *tabla 5.2 Precios proyectados promediados*.

Una vez establecidos los ingresos se procede a estimar los costos de producción y ventas en los que incurre el taller, cabe recalcar que debido a que la producción es menor, los costos se consideran de acuerdo a esta a continuación se detallan.

Tabla 5 27 Materiales año 2105

| DETALLE | C/U | VALOR USD | CANTIDAD MENSUAL | VALOR TOTAL | 2015 |
|----------------------------|--------------|-----------------|------------------|------------------|--------------------|
| Solución pegamento | Litro | \$ 3,20 | 80 | \$ 256,00 | \$ 3.072,00 |
| cemento de contacto | Litro | \$ 3,40 | 25 | \$ 85,00 | \$ 1.020,00 |
| tiza de sastré | Unidad | \$ 0,50 | 6 | \$ 0,25 | \$ 3,00 |
| Hilos | Tubo mediano | \$ 8,00 | 8 | \$ 64,00 | \$ 768,00 |
| Hilos | Cono grande | \$ 11,00 | 5 | \$ 55,00 | \$ 660,00 |
| Telas (rusela) para forros | Metro | \$ 0,85 | 200 | \$ 170,00 | \$ 2.040,00 |
| TOTAL | | \$ 26,95 | 324 | \$ 630,25 | \$ 7.563,00 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Para esta estimación se consideran los costos establecidos en *la tabla 4.13 Materiales* del estudio técnico, las cantidades mensuales hacen referencia a la producción.

Tabla 5 28 Costos Indirectos de Fabricación 2015

| PARA COMPLEMENTAR EL PRODUCTO | | | | | |
|--------------------------------------|--------------------|-----------------|-------------------------|------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor | Cantidad mensual | TOTAL | 2015 |
| Esponja | Plancha | \$ 0,75 | 16 | \$ 12,00 | \$ 144,00 |
| Cordón | Metro | \$ 0,08 | 8 | \$ 0,64 | \$ 7,68 |
| TOTAL | | \$ 0,83 | | \$ 12,64 | \$ 151,68 |
| HERRAJES | | | | | |
| Remaches | El ciento | \$ 1,95 | 1 | \$ 1,95 | \$ 23,40 |
| Ojales | El ciento | \$ 2,30 | 2 | \$ 4,60 | \$ 55,20 |
| Evillas | Para cartera | \$ 0,30 | 55 | \$ 16,50 | \$ 198,00 |
| Imanes | Unidad | \$ 0,14 | 15 | \$ 2,10 | \$ 25,20 |
| velcro adhesivo | Metro | \$ 0,35 | 4 | \$ 1,40 | \$ 16,80 |
| cola de rata (para relleno) | Metro | \$ 0,25 | 15 | \$ 3,75 | \$ 45,00 |
| elvivovena (tira para hacer vivo) | Madeja (20 metros) | \$ 2,30 | 1 | \$ 2,30 | \$ 27,60 |
| Cierres chompa | #5 unidad | \$ 0,90 | 75 | \$ 67,50 | \$ 810,00 |
| Cierre cartera y bolso | #6 metro | \$ 0,25 | 38 | \$ 9,50 | \$ 114,00 |
| Botones broche de presión | Docena | \$ 0,50 | 20 | \$ 10,00 | \$ 120,00 |
| Llaves | Unidad | \$ 0,20 | 200 | \$ 40,00 | \$ 480,00 |
| Mosquetones | Unidad | \$ 0,85 | 3 | \$ 2,55 | \$ 30,60 |
| Cuadrantes | Unidad | \$ 0,10 | 10 | \$ 1,00 | \$ 12,00 |
| Argolla | Unidad | \$ 0,10 | 10 | \$ 1,00 | \$ 12,00 |
| TOTAL | | \$ 10,49 | | \$ 164,15 | \$ 1.969,80 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Para la obtención de los costos del año 2015 se calculó mediante los costos de *la tabla 4.14 Costos Indirectos de Fabricación* y las cantidades según la producción establecida en *la tabla 3.24 Oferta Actual*.

Tabla 5 29 Otros CIF 2015

| Detalle | Cantidad | Valor | 2015 |
|------------------|-----------------|------------------|--------------------|
| Transporte | 3 | \$ 250,00 | \$ 3.000,00 |
| Envíos de valija | 2 o 3 | \$ 35,00 | \$ 420,00 |
| Tejido especial | constante | \$ 250,00 | \$ 3.000,00 |
| TOTAL | | \$ 535,00 | \$ 6.420,00 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Para la deducción de los costos totales al año 2015 se multiplica el valor mensual en que incurren por los doce meses, detallado en la *tabla 4.15 Otros CIF*

Tabla 5 30 Servicios Básicos 2015

| DETALLE | COSTO | 2015 |
|-----------------------|-----------------|------------------|
| AGUA | \$ 6,00 | \$ 72,00 |
| LUZ | \$ 50,00 | \$ 600,00 |
| TELÉFONO CONVENCIONAL | \$ 10,00 | \$ 120,00 |
| TELÉFONO MÓVIL | \$ 10,00 | \$ 120,00 |
| TOTAL | \$ 76,00 | \$ 912,00 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Se consideran los costoso establecidos en la *Tabla 4.16 Servicios Básicos e Internet*, sin tomar en cuenta el servicio de internet debido a que esto incluye en la ampliación.

Tabla 5 31 Sueldos y Salarios 2015

| N | Cargo | SMU | FONDOS DE RESERVA (8,33%) | APORTE PATRONAL (12,15%) | TOTAL MENSUAL | TOTAL 2015 |
|--------------|---------------------|--------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------|---------------------|
| 1 | Operario (cocedor) | \$ 354,89 | \$ 29,56 | \$ 43,12 | \$ 427,57 | \$ 5.130,84 |
| 2 | Operario (cocedor) | \$ 354,89 | \$ 29,56 | \$ 43,12 | \$ 427,57 | \$ 5.130,84 |
| 3 | Operario (cortador) | \$ 354,89 | \$ 29,56 | \$ 43,12 | \$ 427,57 | \$ 5.130,84 |
| 4 | Operario (armador) | \$ 354,89 | \$ 29,56 | \$ 43,12 | \$ 427,57 | \$ 5.130,84 |
| 5 | Operario (armador) | \$ 354,89 | \$ 29,56 | \$ 43,12 | \$ 427,57 | \$ 5.130,84 |
| TOTAL | | \$ 1.774,45 | \$ 147,81 | \$ 215,60 | \$ 2.137,86 | \$ 25.654,20 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Para la determinación de estos costos anuales se considera los valores establecidos en la *Tabla 4.8 Sueldos y Salarios (Operarios)* del estudio técnico.

A continuación se presenta una tabla donde se muestra el resumen de todos los costos de producción en los que incurrió el taller Leo durante el año 2015 según los costos anteriormente señalados.

Tabla 5 32 Resumen Costos de Producción 2015

| COSTOS DE PRODUCCIÓN | 2015 |
|-----------------------------|----------------------|
| Cuero y materiales | \$ 74.848,44 |
| CIF | \$ 1.969,80 |
| Otros CIF | \$ 6.420,00 |
| Gastos Servicios Básicos | \$ 912,00 |
| Sueldos y Salarios | \$ 25.654,20 |
| Imprevistos 5% | \$ 5.490,22 |
| Total | \$ 115.294,66 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

A continuación se presentan los gastos de venta detallados donde se establece el sueldo del vendedor y gastos por publicidad

Tabla 5 33 Gastos de Venta 2015

| Detalle | Gasto |
|-----------------|--------------------|
| Sueldo Vendedor | \$ 5.981,28 |
| Publicidad | \$ 210,00 |
| TOTAL | \$ 6.191,28 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Por concepto de gastos de venta se considera el valor anual establecido en el estudio técnico la *tabla 4.20 Sueldo Vendedor* y el valor de publicidad representado por las fundas plásticas y las tarjetas de presentación establecidos en la *tabla 4.21 Otros gastos de Venta*. Una vez establecidos este costo se presenta el Estado de Resultados.

Tabla 5 34 Estado de Resultados año 2015

| CONCEPTO | 2015 |
|--|-------------------|
| INGRESOS : | |
| Ventas Chaquetas H | \$ 57.485 |
| Ventas Chaquetas M | \$ 55.310 |
| Bolsos | \$ 15.360 |
| Carteras | \$ 13.440 |
| Monederos | \$ 7.200 |
| TOTAL INGRESOS | \$ 148.795 |
| (-) COSTOS DE PRODUCCIÓN | \$ 115.295 |
| UTILIDAD BRUTA | \$ 33.501 |
| (-) GASTOS DE VENTA | \$ 6.191 |
| (-) DEPRECIACIONES | \$ 494 |
| UTILIDAD ANTES DE OBLIGACIONES | \$ 26.816 |
| (-) 15% P TRABAJADORES | \$ 4.022 |
| UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO RENTA | \$ 22.793 |
| IMPUESTO A LA RENTA | \$ 1.151 |
| UTILIDAD NETA PROYECTADA | \$ 21.642 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Para el cálculo del impuesto a la renta se presenta la siguiente tabla:

Tabla 5 35 Impuesto a la Renta año 2015

| Concepto | 2015 |
|--------------------------------------|--------------------|
| Ut. Antes Imp. Renta | \$ 22.793,29 |
| Fracción Básica | \$ 21.370,00 |
| Diferencia | \$ 1.423,29 |
| 15% Impuesto a la Fracción Excedente | \$ 213,49 |
| Impuesto a la Fracción Básica | \$ 938,00 |
| Impuesto a la Renta | \$ 1.151,49 |

Fuente: Tabla de Impuesto a la renta

Elaborado por: La autora

Se puede establecer que en el Estado de resultados sin ampliación existe una utilidad neta de 22.793,29 USD en el 2015, mientras que con la ampliación se obtiene para el primer año 2016 una utilidad de 30.603 USD; es decir un incremento de 7.809,71 USD anual en las ganancias; lo que nos muestra la viabilidad del proyecto.

5.7. Flujo de Efectivo Financiero

Tabla 5 36 Flujo de Efectivo Financiero

| Detalle | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| INGRESOS | | | | | |
| Utilidad neta proyectada | \$ 31.269,55 | \$ 34.973,54 | \$ 37.315,59 | \$ 39.777,20 | \$ 42.171,81 |
| (+) Depreciación | \$ 735,56 | \$ 735,56 | \$ 735,56 | \$ 458,69 | \$ 458,69 |
| TOTAL INGRESOS | \$ 32.005,11 | \$ 35.709,10 | \$ 38.051,15 | \$ 40.235,89 | \$ 42.630,50 |
| EGRESOS | | | | | |
| Pago de la deuda | \$ 2.997,44 | \$ 3.350,94 | | | |
| 15% Participación Trabajadores | \$ 6.021,19 | \$ 6.790,18 | \$ 7.276,42 | \$ 7.787,48 | \$ 8.284,63 |
| IMPUESTO A LA RENTA | \$ 2.850,51 | \$ 3.504,15 | \$ 3.917,46 | \$ 4.351,86 | \$ 4.774,44 |
| TOTAL EGRESOS | \$ 11.869,14 | \$ 13.645,27 | \$ 11.193,88 | \$ 12.139,34 | \$ 13.059,07 |
| FLUJO NETO DE CAJA | \$ 20.135,97 | \$ 22.063,83 | \$ 26.857,27 | \$ 28.096,55 | \$ 29.571,43 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: la autora

Las variaciones netas del efectivo se presentan para este proyecto con la sumatoria de la utilidad neta proyectada establecida en el Estado de Resultados y la diferencia del préstamo para la ampliación, 15% participación trabajadores y el impuesto a la renta.

5.8. Evaluadores Financieros

5.8.1. Costo de Oportunidad

Para el cálculo de la tasa de descuento se toma los porcentajes de ponderación como importe de la institución bancaria donde se realiza el préstamo.

Tabla 5 37 Costo de Oportunidad

| Detalle | Valor | % composición | Ponderación | valor ponderado |
|----------------------|---------------------|---------------|-------------|-----------------|
| Inversión Propia | \$ 11.789,85 | 65 | 4,5 | 2,93 |
| Inversión Financiada | \$ 6.348,38 | 35 | 11,2 | 3,92 |
| Total | \$ 18.138,23 | 100 | | 6,85 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

CK= Costo de Capital

Tabla 5 38 Tasas Costo de Oportunidad

| | |
|----------------|----------|
| CK= | 0,068450 |
| TASA INFLACIÓN | 0,0338 |

Tasa de Rendimiento Medio

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

$$\text{TRM} = (1 + 0,068450) (1 + 0,0338) - 1$$

$$\text{TRM} = 1,104564$$

$$\text{TRM} = 10,456\%$$

Este porcentaje permitirá evaluar la inversión determinando el Valor actual, mediante la cual se comprobará la rentabilidad que genera esta inversión

5.8.2. Cálculo del VAN

En base a la sumatoria de los flujos de caja se obtiene el valor presente, aplicando de la tasa de redescuento para cinco años, determinando la viabilidad económica del proyecto, reduciendo la inversión inicial.

Tabla 5 39 Valor Actual Neto

| Años | Flujos netos | Tasa de redescuento (10,456 %) | Flujos Netos Actualizados |
|----------------|----------------|--------------------------------|---------------------------|
| 0 | \$ (18.138,23) | | |
| 1 | \$ 20.135,97 | 1,220 | \$ 16.504,18 |
| 2 | \$ 22.063,83 | 1,489 | \$ 14.822,57 |
| 3 | \$ 26.857,27 | 1,816 | \$ 14.788,56 |
| 4 | \$ 28.096,55 | 2,216 | \$ 12.680,56 |
| 5 | \$ 29.571,43 | 2,703 | \$ 10.939,04 |
| Valor Presente | | | \$ 69.734,92 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

$$\text{VAN} = -\text{Inversión Inicial} + \sum \text{FCN} / (1 + \text{TRM})^n$$

$$\text{VAN} = <18.138,23> + 69.734,92$$

$$\text{VAN} = 51.596,68 \text{ USD}$$

Interpretación: Se encuentra un resultado mayor a cero, por lo tanto el proyecto es viable y la alternativa de inversión es rentable.

5.8.3. Cálculo de la TIR

En la determinación de la TIR, se toma los cálculos del Valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego interpolar.

Tabla 5 40 Cálculo del VAN tasa inferior

| VAN Tasa Inferior 10,456 % | | | |
|----------------------------|----------------|-----------------------------------|---------------------------|
| Años | Flujos netos | Tasa de redescuento (10,456 %) | Flujos Netos Actualizados |
| 0 | \$ (18.138,23) | | |
| 1 | \$ 20.135,97 | 1,220 | \$ 16.504,18 |
| 2 | \$ 22.063,83 | 1,489 | \$ 14.822,57 |
| 3 | \$ 26.857,27 | 1,816 | \$ 14.788,56 |
| 4 | \$ 28.096,55 | 2,216 | \$ 12.680,56 |
| 5 | \$ 29.571,43 | 2,703 | \$ 10.939,04 |
| TOTAL | | | \$ 69.734,92 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

$$\text{VAN Positivo} = -\text{Inversión Inicial} + \sum \text{FCN} / (1 + \text{TRM})^n$$

$$\text{VAN} = <18.138,23> + 69.734,92$$

$$\text{VAN} = 51.596,68 \text{ USD}$$

Tabla 5 41 Cálculo del VAN tasa superior

| VAN TASA SUPERIOR 2,10% | | | |
|--------------------------------|---------------------|----------------------------|----------------------------------|
| Años | Flujos netos | tasa de redescuento | Flujos Netos Actualizados |
| 0 | \$ (18.138,23) | | |
| 1 | \$ 20.135,97 | 2,10 | \$ 9.567,76 |
| 2 | \$ 22.063,83 | 4,43 | \$ 4.981,46 |
| 3 | \$ 26.857,27 | 9,32 | \$ 2.881,22 |
| 4 | \$ 28.096,55 | 19,62 | \$ 1.432,20 |
| 5 | \$ 29.571,43 | 41,29 | \$ 716,25 |
| TOTAL | | | \$ 19.578,89 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

VAN Negativo= <18.138,23> + 19.578,89

VAN= 1.140,66 USD

TIR= $T_i + (T_s - T_i) [VAN T_i / (van T_s + VAN T_i)]$

Tabla 5 42 Cálculo Tasa Interna de Retorno

| Componente | Valores |
|-------------------|----------------|
| ts1 | 10,46% |
| van1 | 51.596,68 |
| ts2 | 21,04% |
| van2 | 1.440,656 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

TIR= $10,46\% + (21,04\% - 10,46\%) [51.596,68 / 51.596,68 + (1.140,656)]$

TIR= 21,34% > 10,46% PROYECTO ACEPTABLE

Interpretación: La tasa interna de retorno es de 21,34%, porcentaje mayor que de la tasa de redescuento 10,46%, la inversión es aceptable.

5.8.4. Recuperación de dinero en el tiempo

Para el cálculo de la recuperación de la inversión. Se toma en cuenta los flujos de efectivo acumulados y la inversión inicial.

Tabla 5 43 Flujos netos acumulados

| AÑOS | FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO | FLUJOS NETOS ACUMULADOS |
|------|-------------------------------|-------------------------|
| 1 | \$ 16.504,18 | \$ 16.504,18 |
| 2 | \$ 14.822,57 | \$ 31.326,75 |
| 3 | \$ 14.788,56 | \$ 46.115,31 |
| 4 | \$ 12.680,56 | \$ 58.795,88 |
| 5 | \$ 10.939,04 | \$ 69.734,92 |

Fuente: Flujo de Efectivo

Elaborado por: La autora

Recuperación de dinero en el tiempo= Inversión Inicial*n. años proyectados/ $\sum FC$

Tabla 5 44 Calculo tiempo de recuperación de la inversión

| Calculo tiempo de recuperación de la inversión | | | |
|--|--------------|---|------|
| suma flujos netos | \$ 69.734,92 | 5 | años |
| Inversión inicial | \$ 18.138,23 | x | |

Fuente: Flujo de Efectivo

Elaborado por: La autora

X= 1,300

Interpretación: La inversión inicial se recuperará en 1 año y 3 meses aproximadamente, tiempo que está dentro del rango de las proyecciones, es decir el proyecto es viable.

5.8.5. Índice beneficio-costos

La relación costo beneficio permite conocer el valor del proyecto en relación a los beneficios y costos con respecto a lo invertido.

Tabla 5 45 Índice beneficio-costo

| AÑOS | INGRESOS | EGRESOS | TASA DE REDESCUENTO (10,456%) | INGRESOS ACTUALIZADOS | EGRESOS ACTUALIZADOS |
|--|---------------|---------------|-------------------------------|------------------------|------------------------|
| 1 | \$ 167.274,72 | \$ 127.133,48 | 1,22005 | \$ 204.083,99 | \$ 155.109,56 |
| 2 | \$ 175.695,69 | \$ 130.427,82 | 1,48853 | \$ 261.528,11 | \$ 194.145,57 |
| 3 | \$ 184.549,18 | \$ 135.762,85 | 1,81608 | \$ 335.156,76 | \$ 246.556,70 |
| 4 | \$ 193.857,69 | \$ 141.941,16 | 2,21572 | \$ 429.533,99 | \$ 314.501,58 |
| 5 | \$ 203.644,94 | \$ 148.414,07 | 2,70329 | \$ 550.511,94 | \$ 401.206,71 |
| Σ INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS | | | | \$ 1.780.814,78 | \$ 1.311.520,11 |
| BENEFICIOS /COSTOS | | | | | 1,357 |

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La autora

$BC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$

$BC = 1.780.814,78 / 1.311.520,11$

$BC = 1,36$

Interpretación: El costo beneficio es mayor que 1; y refleja que por cada dólar invertido, se recupera \$ 0,36 centavos.

5.8.6. Punto de Equilibrio

Se realiza mediante la determinación de los costos fijos y costos variables.

Tabla 5 46 Clasificación de costos fijos y variables

| RESUMEN COSTOS | | | | | |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|
| Detalle | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 |
| Gastos Administrativos e imprevistos | \$ 18.513,48 | \$ 19.662,39 | \$ 20.307,44 | \$ 20.993,83 | \$ 21.703,42 |
| Gastos Financieros | \$ 560,25 | \$ 206,75 | \$ - | \$ - | \$ - |
| Depreciaciones | \$ 735,56 | \$ 735,56 | \$ 458,69 | \$ 458,69 | \$ 458,69 |
| COSTO FIJOS | \$ 19.809,29 | \$ 20.604,70 | \$ 20.766,13 | \$ 21.452,52 | \$ 22.162,11 |
| Costos de Producción | \$101.072,91 | \$103.362,57 | \$ 108.379,83 | \$113.648,10 | \$ 119.180,21 |
| Gastos de Ventas | \$ 6.251,28 | \$ 6.460,55 | \$ 6.616,89 | \$ 6.840,54 | \$ 7.071,75 |
| COSTOS VARIABLES | \$107.324,19 | \$109.823,12 | \$ 114.996,72 | \$120.488,63 | \$ 126.251,95 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Se han promediado los precios de venta para los 5 artículos y tener un precio fijado:

Tabla 5 47 Precio Promedio Punto de Equilibrio.

| Año 1 (2016) | Año 2 (2017) | Año 3 (2018) | Año 4 (2019) | Año 5 (2020) |
|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| \$ 62,40 | \$ 64,51 | \$ 66,69 | \$ 68,94 | \$ 71,27 |

Fuente: Estudio Técnico-Proyección de precios

Elaborado por La autora

Esta tabla se la obtuvo mediante la sumatoria de precios por cada artículo en *la tabla*

5.2 Precios Proyectados promediados.

$$\text{\$P.E.} = \text{CF}/1 - (\text{CV}/\text{V})$$

Dónde:

PE= Punto de Equilibrio en unidades

CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

V= Ventas

$$\text{P.E.u} = \text{\$P.E.}/\text{PVu}$$

Dónde:

PEu= Punto de Equilibrio en dólares

PVu= Precio de Venta unitario

Tabla 5 48 Cálculo Punto de Equilibrio en dólares y unidades

| CONCEPTO | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|---------------------------------------|-------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Ingresos por ventas | \$ 167.274,72 | \$ 175.695,69 | \$ 184.549,18 | \$ 193.857,69 | \$ 203.644,94 |
| Costos Totales | \$ 127.133,48 | \$ 130.427,82 | \$ 135.762,85 | \$ 141.941,16 | \$ 148.414,07 |
| Costos Fijos | \$ 19.809,29 | \$ 20.604,70 | \$ 20.766,13 | \$ 21.452,52 | \$ 22.162,11 |
| Costos Variables | \$ 107.324,19 | \$ 109.823,12 | \$ 114.996,72 | \$ 120.488,63 | \$ 126.251,95 |
| Punto de Equilibrio (Dólares) | \$ 55.272,13 | \$ 54.956,97 | \$ 55.100,45 | \$ 56.682,43 | \$ 58.315,39 |
| Precio Promedio | \$ 62,40 | \$ 64,51 | \$ 66,69 | \$ 68,94 | \$ 71,27 |
| Punto de Equilibrio (Unidades) | 886 | 852 | 826 | 822 | 818 |

Fuente: Estudio Técnico-ventas y costos

Elaborado por: La autora

$$\text{\$P.E.} = \text{CF}/1 - (\text{CV}/\text{V})$$

$$\text{P.E.u} = \text{\$P.E.}/\text{PVu}$$

$$\text{\$P.E.} = \$ 19.809,29/1 - (\$ 107.324,19/\$ 167.274,72)$$

$$\text{P.E.u} = \$ 55.272,13 / \$ 62,40$$

$$\text{\$P.E.} = \$ 55.272,13$$

$$\text{P.E.u} = 886$$

El punto de equilibrio en unidades comprende los cuatro artículos que se ofertan agregando uno por las chaquetas por género. El resultado permite establecer un balance entre ingresos y egresos.

5.9. Conclusión del estudio financiero

Los diferentes análisis financieros realizados reflejan una probabilidad en utilidades que generará el proyecto en el tiempo, a continuación se presenta un resumen:

Tabla 5 49 Resumen Evaluadores Financieros

| INDICADOR | RESULTADO | CONCLUSIÓN |
|----------------------------------|------------------|------------|
| VAN | \$ 51.596,68 | Adecuado |
| TIR | 22,33% | Aceptable |
| P.E. | \$ 55.272,13/886 | Adecuado |
| BENEFICIO/COSTO | 1,36 | Aceptable |
| RECUPERACIÓN DINERO EN EL TIEMPO | 1,300 | Adecuado |

Fuente: Evaluadores Financieros

Elaborado por: La autora

La puesta en marcha del presente estudio permite cumplir con los objetivos planteados y su aplicación es viable según los resultados de esta evaluación financiera.

CAPITULO VI

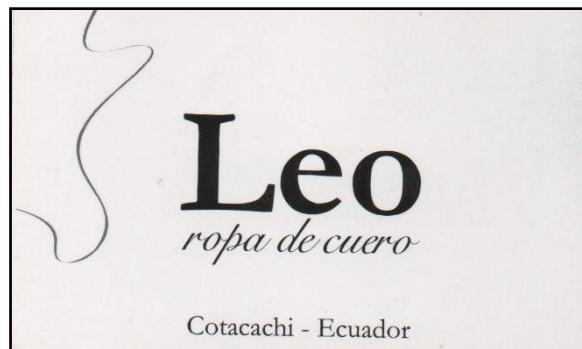
6. Estructura Orgánica y Funcional

6.1. Razón social o denominación del taller

El taller artesanal Leo es una microempresa dedicado a la producción y comercialización de artículos de cuero, establecido como denominación “Confecciones Leo”, mismo que ofrece productos a un mercado local, nacional e internacional y desea seguir incursionando en el mercado para de esta forma lograr un desarrollo social y económico.

6.2. Logotipo

Gráfico 3.1. Logotipo



Fuente: Taller Leo

6.3. Eslogan

“Viste con Leo y sentirás que la moda es parte de tu piel”

6.4. Bases Filosóficas

6.4.1. Misión

“Confeccionar y comercializar productos de cuero con diseños innovadores y altos estándares de calidad, utilizando mano de obra calificada y equipamiento necesario en un proceso eficaz y eficiente, con la finalidad de lograr la satisfacción en los clientes.”

6.4.2. Visión

“Ser una organización que contribuya al desarrollo productivo de la región norte del país y de esta forma constituirse como una institución líder en el mercado local, nacional y perspectivas internacionales, fundamentada en políticas sólidas y valores éticos con respecto a la fabricación y comercialización de los productos.”

6.4.3. Objetivos

General

Ofrecer a los consumidores y clientes un producto innovador y de calidad, con un precio justo por la adquisición del mismo.

Específicos

- Realizar capacitaciones trimestrales con los trabajadores para tener un equipo de talento humano adecuado en las áreas de trabajo.
- Planificar acciones encaminadas al desarrollo continuo del taller y el fortalecimiento del consumo del turismo en el cantón.
- Contar con una estructura organizativa sólida, de manera que funcione de forma controlada tanto interna como externamente.
- Ofrecer fuentes de empleo a más trabajadores en el trascurso de crecimiento empresarial.

6.4.4. Políticas

- **Eficiencia**

Un compromiso del taller será mantener patrones suficientes en cuanto a la calidad de los productos.

- **Eficacia**

Cumplir con la entrega de mercadería del producto a tiempo en función a los requerimientos del cliente.

- **Innovación**

El taller mantendrá capacitaciones tanto para los trabajadores como para los propietarios en cuanto a diseños, ventas, relación con el cliente y el ambiente laboral.

6.4.5. Valores Corporativos

Las actividades deben siempre basarse en valores tanto éticos como morales para que quienes integren el mismo trabajen de la mejor manera posible, entre una variedad de patrones de comportamiento como seres humanos se pueden señalar como principales dentro del taller:

- **Transparencia.-** Todos quienes conforman el taller Leo se comprometen a mostrar la integridad y claridad necesaria en el desarrollo de sus funciones y relaciones con sus clientes.

- **Respeto.-** Un trato justo, con respeto a la diversidad de pensamientos, acatando órdenes jerárquicas y estimando sugerencias para mejorar los procesos.

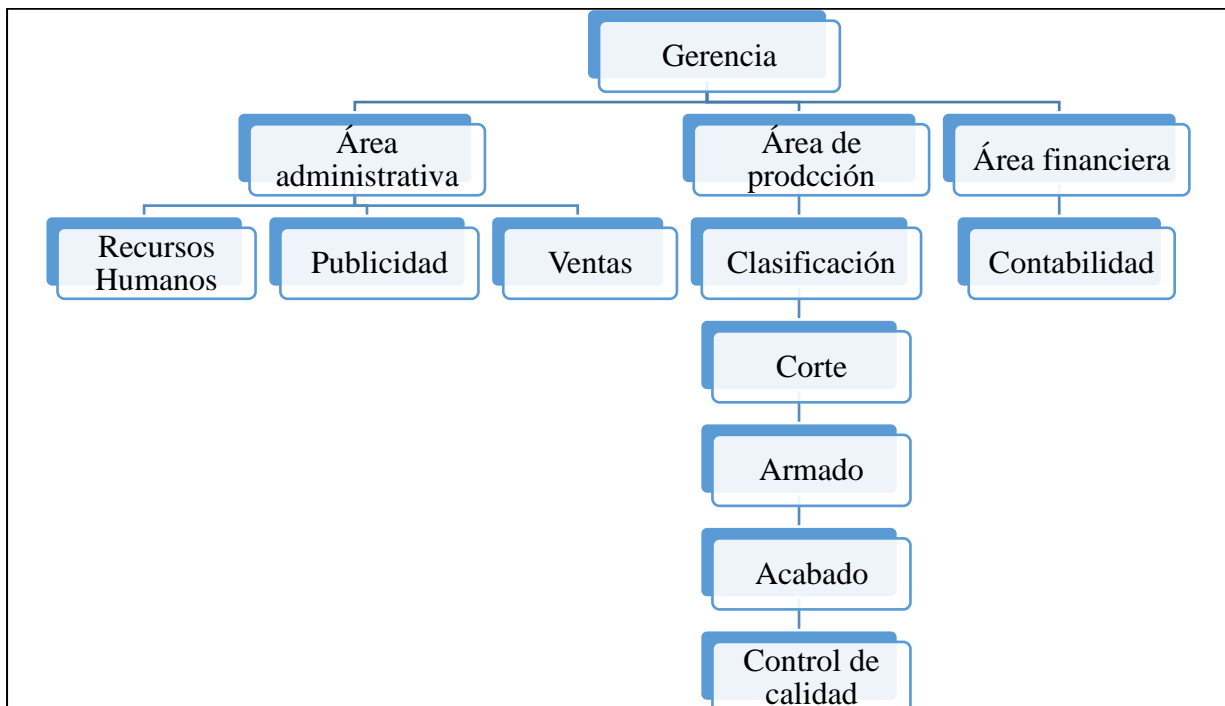
- **Honestidad.-** El taller Leo lleva sus negocios con integridad de conformidad a las buenas prácticas empresariales dentro y fuera de ella.

- **Responsabilidad.-** Cada persona que conforma el taller cumplirá con todas sus obligaciones y tendrá cuidado al tomar decisiones o realizar las actividades afines a su desempeño.

- **Puntualidad.-** Todas las actividades que se realicen en el taller deberán llevarse a cabo con la autodisciplina del tiempo; pudiendo ser estas entregas de pedidos a los clientes, pagos a proveedores, reuniones, entre otras.
- **Cooperación.-** Conllevará generar valor agregado al proceso en producción y comercialización. Buscando alcanzar el logro de los objetivos.
- **Excelencia.-** Plantarse constantemente desafíos como organización para mejorar los productos y procesos logrando así superarse cada día.

6.4.6. Estructura Organizacional

Gráfico 6 1 Estructura Organizacional



Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

Cabe indicar en esta estructura que el personal cuenta con las 9 personas que se determinó en el estudio técnico como talento humano, haciendo las veces de gerente y la parte administrativa en recursos humanos, un segmento de la publicidad y sobre todo en el proceso productivo la propietaria, mientras que el agente de control de calidad se encargará de ser su ayuda en la parte productiva como en la comercial, el área contable se designa a una persona

de la misma forma el área de ventas y la producción estará comprendida por 5 operarios en cada proceso.

6.5. Estructura Funcional

Cuadro 6 1 Estructura Funcional Gerente

| TALLER ARTESANAL “LEO” | |
|--|----------------------------|
|  | MANUAL DE FUNCIONES |
| Gerente Propietario | |
| <p>NIVEL: Ejecutivo.</p> <p>ÁREA: Administrativa.</p> <p>NATURALEZA DEL CARGO:</p> <p>Desempeñar actividades relacionadas con la administración del taller, aplicando las políticas y procedimientos establecidos a fin de dar cumplimiento a las metas y objetivos fijados como organización, logrando buenos resultados y garantizando la calidad del producto con su equipo de trabajo.</p> <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Representante Legal. • Tomar decisiones apropiadas. • Obtener un rendimiento económico adecuado. • Gestionar el progreso de la microempresa. • Seleccionar el talento humano. • Negociar con los proveedores de materia prima e insumos. <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formación básica en administración. • Experiencia de tres años como mínimo. • Conocimientos sobre producción artículos de cuero. • Experiencia laboral con equipos de trabajo relacionados con esta labor. | |

- Desarrollo en la relación con personas.
- Autocontrol y confianza en sí mismo.

COMPETENCIAS CARDINALES:

- Evaluar potenciales soluciones en la producción y comercialización en función de criterios técnicos.
- Identificar necesidades de aprendizaje en los trabajadores mediante la ejecución de talleres participativos.
- Motivar al personal del taller con sus relaciones interpersonales para mejorar el ambiente laboral.

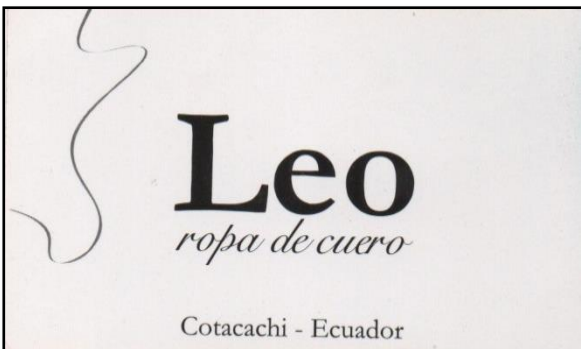
PERFIL:

- Experiencia en liderazgo.
- Conocimiento en finanzas.
- Habilidades interpersonales.
- Capacidad crítica y auto-correctiva.
- Destreza para comunicarse con un lenguaje claro y adecuado.
- Debe estar actualizado en conocimientos de talabartería.

Fuente: Investigación SETEC.

Elaborado por: La autora

Cuadro 6 2 Estructura Funcional Contador

| TALLER ARTESANAL “LEO” | |
|---|----------------------------|
|  | MANUAL DE FUNCIONES |
| Contador | |
| <p>NIVEL: Apoyo.</p> <p>ÁREA: Financiera.</p> <p>NATURALEZA DEL CARGO:</p> <p>Ejecutar los procesos contables financieros, aplicando las normas y procedimientos establecidos en las políticas internas del taller como de la legislación vigente, preparando reportes, a fin de dar cumplimiento a cada proceso, logrando buenos resultados y garantizando la calidad del producto final.</p> | |

FUNCIONES:

- Llevar en forma organizada, sistemática, cronológica y de acuerdo con los procedimientos de ley de carácter contable.
- Realizar el registro de transacciones contables diarias.
- Mantener información contable actualizada.
- Hacer cumplir las disposiciones legales, políticas, normas técnicas de contabilidad de control interno vigente.
- Verificar el control previo y en concurrencia de las transacciones financieras.
- Plantear mejoras al sistema contable, que permita la simplificación en los procesos.

REQUISITOS:

- Experiencia en control de presupuestos, teniendo a su cargo estados financieros, declaraciones, impuestos, costos, manejo de activos, cálculo y pago de impuestos.
- Destreza en paquetes Office (especialmente Excel), programas afines a la computación y sistemas contables.
- Disponibilidad de tiempo completo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Resolver cálculos y situaciones prácticas originadas en las operaciones del taller.
- Manejar sistemas informáticos contables para el desarrollo de los procedimientos financieros.
- Mantenerse al margen de las actualizaciones contables y tributarias en el país para ponerlas en marcha dentro del taller.


PERFIL:

- Habilidad Analítica.
- Debe mantener constantemente informado al gerente sobre los aspectos contables de la empresa y el control de la misma.
- Capacitado para crear estrategias anteponiéndose a los posibles sucesos de crisis.
- Tomar de decisiones para cumplir objetivos.
- Coordinador y participe en grupos de trabajo.
- Asesor en la preparación, revisión, análisis y proyección de estados contables financieros.
- Proponer y efectuar soluciones.

Fuente: Investigación SETEC.

Elaborado por: La autora

Cuadro 6 3 Estructura Funcional Vendedor

| TALLER ARTESANAL “LEO” | |
|--|----------------------------|
|  | MANUAL DE FUNCIONES |
| Vendedor | |
| <p>NIVEL: Operativo.</p> <p>ÁREA: Administrativa.</p> <p>NATURALEZA DEL CARGO:</p> <p>Desempeñar transacciones relacionadas con la negociación, comercio y despacho de los artículos del taller, aplicando las políticas y procedimientos establecidos en el mismo a fin de dar cumplimiento a las metas de venta trazadas, logrando buenos resultados y garantizando la rentabilidad de cada producto.</p> <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisar el arribo del producto en buenas condiciones. • Atender a las opiniones de los clientes con quienes realiza la venta y acepta sugerencias sobre el producto. • Se preocupa por la distribución de manera óptima. • Identifica futuros requerimientos y demandas del producto transmitiendo esta información a la gerencia para realizar mejoras. <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de haber laborado como vendedor. • Disponibilidad tiempo completo. • Experiencia en relaciones humanas, para el trato con clientes. • Experiencia en el mercado del cuero. • Experiencia en gestión de ventas y distribución. • <p>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informar y asesorar adecuadamente el requerimiento de los clientes. • Calcular y registrar el volumen de ventas manual y digitalmente. | |

PERFIL:

- Orientación al cliente interno y externo.
- Características de contacto con los demás.
- Conocimiento del mercado de cuero.
- Pensamiento estratégico.
- Desenvolvimiento al comunicarse con el cliente.

Fuente: Investigación SETEC.

Elaborado por: La autora

Cuadro 6 4 Estructura Funcional Operario Cortador

| TALLER ARTESANAL “LEO” | |
|---|----------------------------|
|  | MANUAL DE FUNCIONES |
| Operario (Cortador) | |
| <p>NIVEL: Operativo.</p> <p>ÁREA: Producción.</p> <p>NATURALEZA DEL CARGO:</p> <p>Desempeñar los procesos productivos de corte, puede también incluir otros de producción, aplicando procedimientos adecuados con la finalidad de prestar un producto de calidad.</p> <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar materiales adecuados para el proceso de guarnición. • Cortar patrones o moldes de acuerdo a las especificaciones. • Dar la forma con los moldes para la elaboración de productos. • Al finalizar la tarea cortar hilos o telas. <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos sobre producción artículos de cuero. • Experiencia laboral con equipos de trabajo. • Disponibilidad de tiempo. | |

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tomar las medidas para el desarrollo del patrón hasta la obtención del producto final.
- Trabajar en equipo para completar y optimizar la producción.

PERFIL:

- Experiencia laboral en corte, confección y talabartería

Fuente: Investigación SETEC.

Elaborado por: La autora

Cuadro 6 5 Estructura Funcional Operario Armador

| TALLER ARTESANAL “LEO” | |
|--|----------------------------|
|  | MANUAL DE FUNCIONES |
| Operario (Armador) | |
| <p>NIVEL: Operativo.</p> <p>ÁREA: Producción.</p> <p>NATURALEZA DEL CARGO:</p> <p>Desempeñar los procesos productivos de armado de piezas, incluyendo otros de producción, aplicando procedimientos adecuados con la finalidad de prestar un producto de calidad.</p> <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar materiales adecuados para el proceso de guarnición. • Colocar las partes cortadas uniendo los moldes y dando forma al artículo. • Examinar las prendas terminadas en busca de fallas. <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos sobre producción artículos de cuero. • Experiencia laboral con equipos de trabajo. • Disponibilidad de tiempo. | |

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Trabajar en equipo para completar y optimizar la producción.
- Verificar el trabajo de producción hasta el momento y complementar con la unión de piezas.

PERFIL:

- Experiencia laboral en corte, confección y talabartería

Fuente: Investigación SETEC.

Elaborado por: La autora

Cuadro 6 6 Estructura Funcional Operario Cosedor

| TALLER ARTESANAL “LEO” | |
|--|----------------------------|
|  | MANUAL DE FUNCIONES |
| Operario (Cosedor) | |
| <p>NIVEL: Operativo.</p> <p>ÁREA: Producción.</p> <p>NATURALEZA DEL CARGO:</p> <p>Desempeñar los procesos productivos de confección, puede también incluir otros de producción, aplicando procedimientos adecuados con la finalidad de prestar un producto de calidad.</p> <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medir y alinear los patrones de cuero y tela. • Coser ojales, sujetar botones, cremalleras, bolsillos, cuellos y adornos en general. • Examinar las prendas terminadas en busca de fallas. • Llevar un mantenimiento básico de las máquinas de costura. <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos sobre producción artículos de cuero. • Experiencia laboral con equipos de trabajo. • Disponibilidad de tiempo. | |

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Confeccionar los artículos combinando tela y cuero.
- Trabajar en equipo para completar y optimizar la producción

PERFIL:

- Experiencia laboral en corte, confección y talabartería

Fuente: Investigación SETEC.

Elaborado por: La autora

Cuadro 6 7 Estructura Funcional Agente de Control de calidad

| TALLER ARTESANAL “LEO” | |
|---|----------------------------|
|  | MANUAL DE FUNCIONES |
| Agente de Control de calidad | |
| <p>NIVEL: Apoyo.</p> <p>ÁREA: Producción.</p> <p>NATURALEZA DEL CARGO:</p> <p>Ejecutar un control diario a los procesos productivos, financieros y administrativos del taller, aplicando las políticas y procedimientos necesarios, a fin de lograr resultados deseados y garantizar la prestación efectiva del producto, así como también dentro de la organización.</p> <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación de la producción. • Controlar de calidad de los procesos • Controlar y supervisar la planta. • Elaborar presupuestos de producción. • Mantenimiento preventivo y correctivo de la planta. | |

REQUISITOS:

- Experiencia de dos años como mínimo en trabajos de control.
- Capacitación en procesos de elaboración de artículos de cuero.
- Conocimiento de las normas de calidad y permisos de funcionamiento.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Solicitar la mercadería necesaria para satisfacer las exigencias de producción.
- Almacenar la materia prima manteniéndola en perfecto estado hasta su utilización.
-

PERFIL:

- Organizar y planificar el aprovisionamiento de materia prima.
- Distribución con el transporte del producto terminado.
- Facilidad para interrelacionarse.
- Manejo de personal.
- Manejo de seguridad industrial.

Fuente: Investigación SETEC.

Elaborado por: La autora

6.6. Código de Ética

Código de Ética Manufacturas Leo

Manufacturas Leo considera a la transparencia como el más alto valor que nos distingue.

Para el cumplimiento de éste código es importante cumplir con las políticas y valores establecidos, actuando lealmente con la organización intentando coordinar todos los aspectos que conllevan tanto la vida personal y profesional

1. Compromiso con los consumidores

Los clientes representan lo más importante para la organización, por lo tanto merece ser tratado con la mayor atención y cortesía que se pueda brindarle. De esta manera la microempresa le da prioridad a:

Ofrecer productos de calidad: Nuestro trabajo es satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de los clientes de manera eficiente y eficaz en la entrega del producto, tratándolo de la mejor manera ya que sin ellos no se tendrían actividades del negocio.

Disponibilidad: Abastecerse de mercadería para producir todo lo necesario en pedidos y de esta manera satisfacer las demandas de nuestros consumidores garantizando una entrega oportuna.

2. Compromiso con los propietarios

Proporcionar rentabilidad: Nuestra labor es aportar a los propietarios una solidez en cuanto a la rentabilidad por su inversión y que este rendimiento sea sostenido en el largo plazo.

Uso de recursos: Utilizar de manera prudente los recursos, considerando una conducta leal y ética de la organización en todas las prácticas de negocio.

3. Compromiso con los colaboradores

Desarrollo y valores: El trato con nuestros trabajadores se basa en el respeto, honestidad, justicia, confianza y afecto, además la comunicación es un factor importante para el desenvolvimiento en toda institución, podrán hacer cualquier sugerencia para mejorar el ambiente de trabajo.

Responsabilidad de funciones: Es importante transmitir la información que los trabajadores requieran para el cumplimiento de sus funciones, la comunicación permitirá que todos estén involucrados en el logro de los objetivos trazados enfocándose en la misión y visión institucional.

4. Compromiso con los proveedores

Trato: El trato no solo incluirá el respeto a nuestros proveedores, sino el llevar a cabo negociaciones honestas y equitativas sin imposiciones, proporcionando información sobre los insumos solicitados.

Condiciones: Considerar un compromiso del pago oportuno por sus productos y servicios, estableciendo acuerdos claros en este proceso y siendo cuidadosos de que nuestros proveedores no estén inmiscuidos en prácticas ilegales o de incumplimiento a sus obligaciones fiscales, esperando que garanticen altos estándares de calidad.

5. Compromiso con la competencia

Respeto: Competir en el mercado de manera íntegra respetando a los competidores en todos los sentidos, siendo competitivos a través de la calidad, el servicio y estrategias comerciales acorde a los principios y valores establecidos en la organización, no se empleará información engañosa contra los mismos .

6. Compromiso con el gobierno

Respeto a las leyes: El incumplimiento de la ley es un delito y puede deteriorar la imagen empresarial, debemos mantenernos informados sobre las leyes y reformas vigentes en el Ecuador para adoptar aquellas que incurran en el negocio y evitar cualquier tipo de violación a las mismas.

7. Compromiso con la sociedad

Medio Ambiente: Las operaciones que se realizan en el taller inevitablemente provocan un impacto ambiental, pero estamos comprometidos a buscar continuamente los medios para

mitigarlos, mediante un control en el manejo de residuos, emisiones y todo lo que pueda afectar a la sociedad.

La observancia de este código es estrictamente obligatoria y todos quienes integran Manufacturas Leo deberán cumplir con las prácticas sujetas a este Código.

6.7. Reglamento Interno

Reglamento Interno de Manufacturas Leo

El taller artesanal “Manufacturas Leo”, es una persona jurídica legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de Cotacachi.

El presente reglamento tiene como finalidad regular las relaciones entre los propietarios de la microempresa y sus trabajadores, se encuentra expedido con lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2 del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes. Todos los miembros de la organización acatarán estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.

CAPITULO I

De los Trabajadores, Selección y Contratación de Personal

Artículo 1.- Se considera empleados de Manufacturas Leo a las personas que por sus conocimientos, habilidades, experiencia y competencias presten servicios con relación de dependencia en las actividades de la organización después de cumplir con los requisitos de selección e ingreso establecidos en el manual de funciones de la misma.

Artículo 2.- Los nuevos empleados que fueren contratados, tendrán un período de prueba de quince días, período en el que si ambas partes podrán dar por terminada la relación labor a indemnización alguna.

CAPITULO II

De los Horarios y Jornadas de Trabajo

Artículo 3.- Los trabajadores deberán asistir con puntualidad al cumplimiento de su labor y si se presentaren unos minutos u horas después de la hora de entrada se contabilizará como atraso considerando falta de puntualidad a la organización.

Artículo 4.- De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 40 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores. Sin embargo, las jornadas podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias por temporada de la microempresa.

CAPITULO III

Remuneración y Deducciones

Artículo 5.- El valor de las remuneraciones no podrá ser inferior a los mínimos sectoriales determinados para Manufacturas Leo y se pagará semanalmente con valores que consideren el pago de una remuneración mensual directamente a los trabajadores en efectivo.

Artículo 6.- La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del trabajador solo en casos de:

- a) Aportes personales del IESS;
- b) Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas que presente el IESS;

- c) Valores autorizados expresamente por el trabajador así como por anticipos o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.
- d) Multas establecidas en este Reglamento.

CAPITULO IV

Obligaciones y Prohibiciones de los trabajadores

Artículo 7.- Son obligaciones de los trabajadores:

- 1.- Mantener en forma permanente una conducta armónica, respetuosa, y de consideraciones debidas en sus relaciones con sus compañeros de trabajo, superiores, subalternos, clientes y particulares.
- 2.- Dentro de las instalaciones presentarse uniformado, aseado y en aptitud mental y física para el completo cumplimiento de sus labores, al igual que deberá guardar limpieza y orden de su lugar del trabajo al finalizar el día.
- 3.- En caso de enfermedad, es obligación del trabajador informar lo ocurrido al representante legal de la compañía, es decir; la propietaria del taller, justificando las faltas con el correspondiente certificado médico.
- 4.- Cumplir con puntualidad con las jornadas de trabajo, de acuerdo a los horarios establecidos por Manufacturas Leo.
- 5.- Cuidar debidamente las herramientas, maquinaria, muebles, suministros, documentos y bienes en general asignados para el cumplimiento de sus labores.
- 6.- Firmar los roles de pago al recibir la remuneración o beneficio que sea pagado por la organización.

7.- Ejecutar su labor de acuerdo a las instrucciones y normas técnicas impartidas por la organización establecida en el Manual de Funciones.

Artículo 8.- Son prohibiciones:

1.- Distraer su tiempo de trabajo en cosas distintas a sus labores, alterando la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a los horarios y turnos designados.

2.- Presentarse a su lugar de trabajo en evidente estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes

3.- Sostener altercados verbales y físicos con compañeros, trabajadores y jefes superiores dentro de las instalaciones de la microempresa y en su entorno.

4.- Hacer uso en actividades particulares de todos los bienes materiales de la organización o sin autorización del respectivo jefe.

5.- El personal que maneje fondos de la Empresa, no podrá disponer de los mismos para otro fin que no sea para el que se le haya entregado. Ello dará lugar a la máxima sanción establecida en este reglamento, que implicará la separación de la Empresa previo visto bueno otorgado por el Inspector del Trabajo competente.

6.- En el caso del personal administrativo destinar tiempo para el uso personal diferente a las actividades específicas de su trabajo como: la utilización inadecuada del internet, bajar archivos, programas, conversaciones chat u otros.

CAPITULO V

De los Derechos de los Trabajadores

Artículo 9.- Son derechos de los trabajadores:

- 1.- Ser tratado con las debidas consideraciones, sin maltratos de palabra y obra.
- 2.- Recibir capacitaciones para el desarrollo profesional que la empresa determine con el fin de incrementar los niveles de eficiencia y eficacia en sus funciones.
- 3.- Percibir la remuneración que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la microempresa.
- 4.- Ejercer el derecho a reclamo cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.

CAPITULO VI

De las Obligaciones Patronales

Artículo 10.- Son obligaciones del representante legal de la microempresa:

- 1.- Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
- 2.- Tratar a los trabajadores con respeto y consideración, proporcionándoles los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.
- 3.- Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno a sus trabajadores para el conocimiento y cumplimiento del mismo.
- 4.- Considerar toda sugerencia emitida por los trabajadores para la mejora continua.

CAPITULO VII

Prohibiciones Patronales

Artículo 11.- Son prohibiciones patronales:

- 1.- Aplicar colectas o suscripciones entre los trabajadores

- 2.- Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores.
- 3.- Retener más del diez por ciento de la remuneración por concepto de multas.
- 4.- Exigir a los trabajadores que compren sus artículos o los uniformes con los que desempeñan sus funciones.
- 5.- Obstaculizar las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo al establecimiento.

CAPITULO VIII

Del Régimen Disciplinario

Artículo 12.- A los trabajadores que contravengan las disposiciones legales o reglamentarias de la organización se les aplicará las sanciones y multas dispuestas en el Código de Trabajo y las del presente reglamento.

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 13.- En todo lo no previsto en este Reglamento, se estará a lo dispuesto en el Código del Trabajo y más normas aplicables, que quedan incorporadas al presente Reglamento Interno de Trabajo.

Artículo 14.- La organización aprobará en la Dirección Regional del Trabajo, el presente Reglamento con las reformas y adiciones que estime convenientes y una vez aprobado entrara en vigencia haciéndolo conocer a sus trabajadores.

6.8. Reglamento de Seguridad Laboral

POLÍTICA DE SEGURIDAD OCUPACIONAL

Manufacturas LEO consciente de la necesidad de mantener equilibrio entre sus actividades operacionales, trabajadores, clientes y suyo propio, establece: Crear bases y sumar esfuerzos para lograr la satisfacción física, mental y laboral de sus trabajadores, estableciendo medidas y

controles necesarios para mantener el ambiente de trabajo en buenas condiciones, promoviendo el desarrollo de actividades seguras y controlando las situaciones que pudieran causar eventos no deseados.

.....

Cumandá Morales

Representante Legal Manufacturas Leo

REGLAMENTO DE SEGURIDAD LABORAL DE MANUFACTURAS LEO

RAZÓN SOCIAL: MANUFACTURAS LEO

ACTIVIDAD ECONÓMICA: PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DE CUERO

OBJETIVOS DEL REGLAMENTO:

1. Establecer normas básicas de seguridad en el trabajo encaminadas a proteger la vida, integridad física y el bienestar de los trabajadores en el desempeño de su actividad.
2. Prevenir riesgos laborales provenientes de actos o condiciones inseguras de trabajo tomando medidas adecuadas para ello.

DISPOSICIONES REGLAMENTARIAS

Artículo 1.- Obligaciones y prohibiciones del empleador

El empleador estará obligado a:

- a) Evaluar los riesgos periódicamente planificando adecuadamente las acciones preventivas y controlarlos mediante sistemas de vigilancia para la salud ocupacional, basados en mapa de riesgos.

- b) Proporcionar sin costo alguno para el trabajador las ropas y los equipos de protección individual adecuados.
- c) Diseñar una estrategia de medidas de prevención relacionadas con los métodos de producción y capacitar al personal sobre los riesgos de los diferentes puestos de trabajo y la forma y métodos para prevenirlos.
- d) Mantener en buen estado de servicio las instalaciones, máquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro.
- e) Designar un trabajador delegado de seguridad por mes y establecer un botiquín de emergencias.
- f) Fomentar la adaptación del trabajo a las capacidades de los trabajadores, considerando su estado de salud física y mental, teniendo en cuenta la ergonomía y las demás disciplinas relacionadas con los diferentes tipos de riesgos psicosociales.
- g) Cuando un trabajador, como consecuencia del trabajo, sufra lesiones o contraiga una enfermedad profesional, dentro de la práctica de su labor, según dictamen de la Comisión de Evaluaciones de incapacidad del IESS o del facultativo del Ministerio de Relaciones Laborales, para no afiliados, el patrono deberá ubicarlo en otra sección de la empresa, previo consentimiento del trabajador y sin menguar a su remuneración.

El empleador deberá considerar las siguientes prohibiciones:

- a) Facultar al trabajador el desempeño de sus labores sin el uso de la ropa y equipo de protección personal, al igual que ocupar máquinas, equipos, herramientas o locales que no cuenten con las defensas o guardas de protección u otras seguridades que garanticen la integridad física de los trabajadores.
- b) Dejar de cumplir las disposiciones sobre prevención de riesgos de la Dirección de Seguridad y Salud del Ministerio de Relaciones Laborales o de Riesgos del Trabajo del IESS.

c) Permitir a los trabajadores que realicen sus actividades en estado de embriaguez o bajo la acción de cualquier tóxico.

Artículo 2.- Obligaciones y derechos de los trabajadores

Los trabajadores tendrán derecho a:

- a) Desarrollar sus labores en un ambiente de trabajo adecuado que garanticen su salud, seguridad y bienestar.
- b) Interrumpir su actividad cuando, por motivos razonables, consideren que existe un peligro inminente que ponga en riesgo su seguridad o la de otros trabajadores.
- c) Cambiar de puesto de trabajo o de tarea por razones de salud.
- d) Formación continua en materia de prevención y protección de la salud en el trabajo.

Los trabajadores tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Usar adecuadamente los instrumentos y materiales de trabajo, así como los equipos de protección individual y colectiva.
- b) Cooperar en el proceso de investigación de los accidentes de trabajo y las enfermedades profesionales cuando la autoridad competente lo requiera o cuando los datos que conocen ayuden al esclarecimiento de las causas que los originaron.
- c) Informar oportunamente sobre cualquier dolencia que sufran y que se haya originado como consecuencia de las labores que realizan o de las condiciones y ambiente de trabajo.
- d) Cuidar de su higiene personal, para prevenir al contagio de enfermedades.
- e) No introducir bebidas alcohólicas ni otras sustancias tóxicas a los centros de trabajo, ni presentarse o permanecer en los mismos en estado de embriaguez o bajo los efectos de dichas sustancias.

Artículo 3.- Incumplimiento y sanciones

Se tomarán medidas disciplinarias contra los trabajadores que a sabiendas persisten en llevar a cabo prácticas inseguras o peligrosas para él, sus colaboradores y para la organización, dichos casos serán vistos, estudiados y calificados, las sanciones que podrá aplicar la organización de conformidad al Reglamento Interno de Trabajo, de acuerdo a la gravedad de la falta, serán:

1. Amonestación Verbal
2. Amonestación escrita
3. Multa de hasta el 10% de la remuneración diaria unificada
4. Terminación de la relación laboral previo visto bueno, de conformidad con lo previsto en el Art. 172 del Código Trabajo.

CAPITULO II

DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD

Artículo 4.- Responsable de seguridad y salud

Se delegarán mensualmente encargados rotativos, mismos que asumirán las acciones de promoción de la salud y prevención de los riesgos en el trabajo y como funciones tendrá: velar por el estado de salud de los trabajadores, higiene del trabajo y verificar los riesgos de trabajo.

Artículo 5.- Responsabilidad del propietario

El representante legal asume la plena responsabilidad de la Seguridad y la Salud Ocupacional de los trabajadores de la organización y la evaluación periódica del cumplimiento de este reglamento.

CAPITULO III

DE LOS RIESOS DE TRABAJO PROPIOS DEL TALLER LEO

Artículo 6.- Ruido y vibración

Todas las personas que ingresen al taller deberán obligatoriamente usar equipos de protección individual auditiva, estos serán debidamente seleccionados considerando el confort y que cumplan con la normativa correspondiente. Para evitar lesiones futuras por el ruido de las máquinas.

Artículo 7.- Ventilación

El taller debe estar provistos de una ventilación adecuada y permanente para todas las operaciones que comprenden el uso y almacenamiento de sustancias químicas como el tiñer, cemento de contacto, solución pegante u otros.

Artículo 8.- Iluminación

Todas las áreas de trabajo y circulación estarán dotadas de suficiente iluminación natural o artificial, con la finalidad de que los trabajadores, puedan ejecutar sus labores con seguridad y sin efectos para su capacidad visual en el día y en la noche.

Artículo 9.- Herramientas y Maquinaria

a) Utilizar únicamente las herramientas manuales que se encuentren en buen estado de conservación. Las que se encuentren deterioradas deberán ser separadas para su reparación o su eliminación definitiva.

b) Las máquinas deben estar equipadas con sus correspondientes dispositivos de seguridad y los resguardos adecuados, solo pueden ocuparlas quienes tengan habilidad para ello.

CAPITULO IV

DE LOS ACCIDENTES MAYORES

Artículo 1.- Prevención de incendios

1. El taller debe estar provistos de una ventilación adecuada para todas las operaciones que comprenden el uso almacenamiento de líquidos inflamables y de una adecuada ventilación permanente del edificio
2. Se colocará el extintor en el espacio y lugar dispuesto por el Cuerpo de Bomberos y se verificará su contenido y caducidad cada seis meses.
3. Las puertas de acceso al exterior estarán siempre libres de obstáculos y serán de fácil apertura.

CAPITULO V

DE LA SEÑALIZACIÓN DE SEGURIDAD

Artículo 11.- La empresa colocará señalización de advertencia según lo indicado en la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN - ISO 3864-1 Símbolos gráficos. Colores y señales de seguridad, en los lugares donde exista peligro, por la presencia de materiales químicos e inflamables y otros riesgos que alteren la seguridad personal o colectiva, estos avisos son de obligatoria aceptación por parte de los trabajadores. Se usarán preferentemente pictogramas, evitando en lo posible, la utilización de palabras escritas. La simbología será de peligro sobre frascos o contenedores de sustancias químicas como el cemento de contacto, solución pegante y tiñen, sobre el espacio del extintor y las salidas de emergencia.

CAPITULO VI

DE LA INFORMACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESOS

Artículo 12.- Todos los trabajadores tienen derecho a desarrollar sus labores en un ambiente de trabajo adecuado y propicio para el pleno ejercicio de sus facultades físicas y mentales, que garanticen su salud, seguridad y bienestar.

Artículo 13.- Los trabajadores tienen derecho a estar informados sobre los riesgos laborales vinculados a las actividades que realizan.

Artículo 14.- La información y capacitación en prevención de riesgos, deberá centrarse principalmente en:

1. Los factores de riesgos significativos presentes en el lugar de trabajo y relacionados con las actividades a desarrollarse, en especial las de alto riesgo.
2. Las recomendaciones sugeridas después de la realización de simulacros.
3. Educación para la Salud.

DISPOSICIONES GENERALES

Quedan incorporadas al presente Reglamento de seguridad y Salud en el Trabajo, todas las disposiciones contenidas en el Código de Trabajo los reglamentos sobre seguridad y salud ocupacional, las normas y disposiciones emitidas por el IESS y demás normas de obligatorio cumplimiento en el país.

Plan de Capacitación

Tabla 6 1 Plan de Capacitación Manufacturas Leo

|  | | Plan de Capacitación Manufacturas Leo | | |
|---|---|--|--|---------|
| No. | Temas Referenciales | Acciones | Dirigido a: | Tiempo |
| 1 | Misión Visión y Filosofía de la institución, estructura organizacional de la institución. | Análisis de documentos | Trabajadores taller Leo | 2 horas |
| 2 | Código de Ética y Reglamento Interno | Análisis de documentos | Trabajadores taller Leo | 2 horas |
| 3 | Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional | Análisis de documentos | Trabajadores taller Leo | 2 horas |
| 4 | Curtiembre mitigación de impacto ambiental, Manejo de maquinaria | Presentación con videos y debate | Trabajadores y propietarios taller Leo | 8 horas |
| 5 | Implementación Administrativa y reutilización de residuos. Producción en diseños | Lluvia de ideas | Trabajadores y propietarios taller Leo | 8 horas |
| 6 | Ventas y trato con el cliente, uso y mantenimiento de la paina web | Presentación con videos y debate | Trabajadores y propietarios taller Leo | 8 horas |
| 7 | Desarrollo y superación profesional. | Presentación con videos y debate | Trabajadores taller Leo | 2 horas |

Fuente: Formato Capacitación Inductiva MRL.

Elaborado por: Karina Cabascango

6.9. Base Legal

El taller Leo, será una microempresa unipersonal formada por su propietaria y que hará la vez de gerente, constituida de forma legal con todas las disposiciones que determine la ley y los organismos pertinentes de su domicilio en la ciudad de Cotacachi.

6.9.1. Requisitos de Funcionamiento

Los documentos con los que el taller cuenta para su actividad económica son:

- Registro único del Contribuyente (RUC)
- Patente Municipal

- Permiso de Bomberos
- Permiso de Salud

CAPITULO VII

7. Análisis de Impactos

Al determinar la influencia de los impactos, tanto positivos como negativos en la presente investigación, se busca establecer y comprobar en qué manera los diferentes indicadores tomados en cuenta pueden afectar al desarrollo del proyecto; analizando los impactos negativos y de esta forma dar alternativas de solución con el fin de contrarrestar los efectos que provoque, al igual que se podrá indicar los impactos positivos; para aprovecharlos.

Ubicando una investigación cualitativa y cuantitativa para el análisis, se considera los siguientes impactos: socio económico, educativo, empresarial y ambiental.

Para esta evaluación se utilizó una matriz de cada uno de los impactos con sus respectivos indicadores, considerando valores para las diferentes variables, que se detalla a continuación en el cuadro de evaluación de los indicadores de impacto.

Cuadro 7 1 Grado de evaluación de los indicadores de impacto

| -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
|----------|-------|------|----------------|----------|-------|------|
| ALTO | MEDIO | BAJO | NO HAY IMPACTO | BAJO | MEDIO | ALTO |
| NEGATIVO | | | NO HAY IMPACTO | POSITIVO | | |

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

Además se procederá a evaluar esta escala con la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Total}}{n \text{ de indicadores}}$$

7.1. Impacto socioeconómico

Tabla 7 1 Impacto socioeconómico

| Nivel de Impacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
|---|----|----|----|---|----------|----------|----------|
| Indicadores | | | | | | | |
| Participación comunitaria | | | | | X | | |
| Desarrollo tecnológico en la industria del cuero. | | | | | X | | |
| Mejoramiento de calidad de vida | | | | | | X | |
| Satisfacción del cliente | | | | | | X | |
| Aumento de la rentabilidad | | | | | | | X |
| Nuevas fuentes de empleo | | | | | X | | |
| Alternativa de inversión | | | | | | | X |
| Optimización de recursos | | | | | X | | |
| Total | | | | | 4 | 4 | 6 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de impacto económico social} = \frac{16}{8} = 2$$

Nivel de Impacto socioeconómico= medio positivo

7.1.1. Análisis

Con el nivel de impacto medio positivo de esta matriz, se entiende que cuenta mayoritariamente con fortalezas que debilidades en aspectos tanto económicos como sociales como la participación comunitaria y el desarrollo tecnológico en la industria del cuero en el cantón; lo que llevará al mejoramiento de calidad de vida y generación de nuevas fuentes de empleo en las familias con la finalidad de satisfacer al cliente, buscando un objetivo común que es el aumento de la rentabilidad y la optimización de recursos con la alternativa de inversión que se presenta en el proyecto.

7.2. Impacto Educativo

Tabla 7 2 Impacto Educativo

| Nivel de Impacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
|--|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| Indicadores | | | | | | | |
| Adquisición de nuevos conocimientos profesionales. | | | | | | | X |
| Capacitaciones | | | | | X | | |
| Plataforma de proyectos | | | | | | X | |
| Total | | | | | 1 | 2 | 3 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de impacto educativo} = \frac{6}{3} = 2$$

Nivel de Impacto Educativo= medio positivo

7.1.1. Análisis

En el impacto educativo se presenta un nivel medio positivo, mismo que se puede establecer como satisfactorio para la viabilidad del proyecto, con la adquisición de nuevos conocimientos en el desarrollo del mismo tanto en la parte técnica como en el desenvolvimiento práctico del mismo, incentivando también tanto a los propietarios como a los trabajadores a que se mantengan en una constante formación innovadora para el fortalecimiento de sus conocimientos.

7.3. Impacto Empresarial

Tabla 7 3 Impacto Empresarial

| Nivel de impacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
|--|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| Indicadores | | | | | | | |
| Impulso de la gestión artesanal. | | | | | | X | |
| Desarrollo de actividad micro empresarial. | | | | | | | X |
| Desarrollo del sector productivo y comercial del cantón. | | | | | | X | |
| Competitividad. | | | | | | | X |
| Total | | | | | | 4 | 6 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de impacto empresarial} = \frac{10}{4} = 2,5$$

Nivel de Impacto Empresarial= Medio positivo

7.1.2. Análisis

Al observar el impacto empresarial que resulta medio positivo se puede decir que en este aspecto el proyecto permitirá analizar el impulso de la gestión artesanal y de esta manera desarrollar la actividad micro empresarial y lograr la dinamización del sector productivo y comercial en el cantón, logrando que tanto el taller Leo como otros centros de manufactura de la ciudad sean más competitivos.

7.4. Impacto Ambiental

Tabla 7 4 Impacto Ambiental

| Nivel de Impacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| Indicadores | | | | | | | |
| Atención del entorno. | | | X | | | | |
| Explotación de animales. | | X | | | | | |
| Salud de los trabajadores. | | | X | | | | |
| Reducción de desperdicios. | | | X | | | | |
| Total | | -2 | -3 | 0 | | | |

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{5}{4} = -1,3$$

Nivel de Impacto Ambiental= bajo negativo.

7.1.3. Análisis

De acuerdo con esta evaluación del impacto ambiental se tiene una valoración baja negativa, debido a que el proceso de talabartería incide negativamente en algunos casos, como la falta del cuidado del entorno, por los desechos en telas y en cuero, ya que pueden ser reducidos pero no por completo, de igual forma, afecta directamente a la salud de los trabajadores con el uso de materiales como el cemento de contacto, la solución y algo de pelusa que resulte de esponja u algodón, cabe mencionar también que el impacto principal es por el uso de su materia prima; el cuero con la explotación del ganado sin mencionar el tratamiento que la curtiembre produce en el medio ambiente. Sin embargo mediante el presente estudio se intenta mitigar estos impactos aplicando estrategias, como para los trabajadores implementando materiales necesarios para su salud ocupacional y a sus propietarios con charlas, en lo posible reducir los residuos que queden del cuero o la tela o reusarlos en nuevas cosas, intentando de alguna forma contribuir al medio ambiente.

7.5. Resumen de Impactos

Tabla 7 5 Resumen de Impactos

| Nivel de Impacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| Indicadores | | | | | | | |
| Económico social | | | | | | X | |
| Educativo | | | | | | X | |
| Empresarial | | | | | | X | |
| Ambiental | | | X | | | | |
| Total | | | -1 | | 1 | 6 | |

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de impactos} = \frac{6}{4} = 1,5$$

Nivel de Impactos= Bajo positivo

7.1.4. Análisis

Con los datos obtenidos se puede establecer la importancia en la presente investigación analizando los diferentes impactos que generará el proyecto de ampliación del taller Leo, teniendo como impacto general bajo positivo, es decir que este plan incidirá favorablemente la sociedad, la dinamización de la economía, en la formación educativa e intentar reducir riesgos ambientales contribuyendo a cada una de estas áreas señaladas.

CONCLUSIONES

- Una vez analizadas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el diagnóstico situacional, existe la oportunidad de ampliación del taller Leo en varios aspectos, como son la infraestructura, el incremento de producción, el acceso a nueva tecnología y buscar mejoras en el desarrollo de las actividades para quienes integran el taller y de esta forma alcanzar nuevas metas propuestas como productores y comercializadores de artículos de cuero a nivel nacional e internacional.
- A través del estudio de mercado se pudo observar la demanda actual existente, como pauta para saber qué y cuanto se debe incrementar en la producción para satisfacerla, analizando también a los competidores, canales de comercialización y estrategias publicitarias existentes y a incrementar para lograr un mejor posicionamiento.
- Mediante el análisis del estudio técnico se pudo conocer el tamaño del proyecto con respecto a la capacidad productiva, las instalaciones físicas, maquinaria que posee, la secuencia de los procesos que se deben llevar a cabo para la producción; cada uno de estos factores con la perspectiva a ampliar el taller con la finalidad de hacer frente a las debilidades y cumplir con las expectativas del mercado.
- En el estudio financiero se evaluaron los indicadores, mismos que resultaron positivos, demostrando que el proyecto tiene viabilidad, garantizando rentabilidad y un óptimo tiempo de recuperación de la inversión, haciendo posible la ampliación del taller artesanal Leo.
- Se ha propuesto un diseño organizacional con respecto a la parte formal de la empresa como el establecimiento de su misión, visión, políticas y valores del taller y en cuanto a su

estructura se determina un rediseño para facilitar el desempeño de las actividades administrativas, de producción y comercialización con el incremento en su personal, indicando cada una de sus funciones.

- El nivel de impactos analizados es positivo al tomar en cuenta los aspectos socioeconómico, educativo, empresarial y ambiental, teniendo presente que en el desarrollo de las diferentes áreas se estará expuesto a consecuencias que sean influenciados por el mismo, cabe señalar también que el impacto ambiental resultó negativo, donde se busca mitigar los posibles riesgos.

RECOMENDACIONES

- El taller artesanal Leo al determinar en el análisis FODA sus debilidades y amenazas se debe intentar mitigar estos factores que representan riesgos para la organización, y de la misma manera aprovechar las fortalezas que posee, junto con las oportunidades que presenta el emprendimiento para la ampliación del negocio.
- Es necesario tomar en cuenta las exigencias de los clientes debido a que se encontró en un mercado con cambios constantes, esto permitirá mantenerse competitivos, brindando un producto de calidad y lograr cada vez más posicionamiento en el mercado, tomando en cuenta siempre las estrategias publicitarias e innovando las mismas.
- Se debe considerar que todo lo implementado con motivo de ampliación en el estudio técnico como maquinaria, materia prima, capacitaciones y capacidad productiva, puede variar dependiendo de la economía y que también en con el transcurso de los años componentes tales como los materiales, materia prima y maquinaria y capacitaciones al personal deben ir innovándose y la capacidad productiva debe ir creciendo, manteniéndose siempre al margen de las demandas solicitadas por los clientes.
- Tomar decisiones oportunas a fin de que los indicadores continúen con un desempeño en pos de mejorar e incrementar la rentabilidad, con los objetivos establecidos en este proyecto y pueda continuar desenvolviéndose de la mejor manera en años posteriores a los pronosticados.
- Para cumplir con los objetivos establecidos como organización es necesario mantener socializaciones con todo el personal que conforma el taller, manteniendo actualización en las

capacitaciones, evitar problemas, fijarse nuevas metas y mantener un ambiente laboral adecuado con el trabajo en equipo que mantenga los estándares determinado en la organización.

- Intentar mantener los niveles positivos de impactos, y de existir variaciones en la ejecución del proyecto solucionar los inconvenientes, en cuanto a los niveles de impacto negativo como resultó en el ambiental mantener precauciones con el manejo de desperdicios y capacitación en la utilización de sustancias tóxicas para los trabajadores, evitando futuros problemas.

SIGLAS

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

PEA: Población Económicamente Activa

SRI: Servicio de Rentas Internas

RUC: Registro Único del Contribuyente

IESS: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

NTE: Norma Técnica Ecuatoriana

INEN: Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas

NTE INEN: Servicio Ecuatoriano de Normalización

ISO: Organización Internacional de Normalización (International Organization for Standardization)

VAN: Valor Actual Neto

TIR: Tasa Interna de Retorno

MRL: Ministerio de Relaciones Laborales

PT: Participación Trabajadores

ANSI: Instituto Nacional Estadounidense de Estándares (American National Standards Institute)

SETEC: Secretaría Técnica de Capacitación Profesional

SMU: Salario Mínimo Unificado

BIBLIOGRAFÍA

ABACO, C. (2013). *Diccionario Contable*. Ecuador: Edi-Abaco.

Alcazar, R. R. (2011). *El Emprendedor del Éxito*. Mexico: cuarta edición.

ALEGSA, D. (26 de 05 de 2011). *Definiciones-de.com*. Obtenido de <http://www.definiciones-de.com/Definicion/de/talabarteria.php>

Anonimo. (2011). *DeConceptos.com*. Obtenido de <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/taller>

Artesano, J. N. (2014). *Junta Nacional de Defensa del Artesano*. Obtenido de <http://www.artesanos.gob.ec/?p=1676>

Cabascango, S. (09 de 12 de 2015). Conceptos de talleres de Talabartería. (K. Cabascango, Entrevistador)

Cardona, W. D. (2012). *Prácticas empresariales. Colombia*. Colombia: Ecoe Ediciones.

Cardoso, P. D. (15 de mayo de 2013). *Cuero artístico: Un poco de historia y tradición*. Obtenido de <http://tallercueropedro.blogspot.com/2013/05/breve-historia-del-cuero.html>

Daniel Zalazar, R. J. (2012). *Introducción a la administración: paradigmas en las organizaciones*. España: Primera.

Hansen-Holm. (2012). *NIIF para PYMES Teoría y Práctica*. Guayaquil: Primera Edición.

Jairo Darío Murcia M, F. N. (2011). *PROYECTOS Formulación y criterios de evaluación*. Colombia: Primer Edición.

Juve, L. C. (03 de marzo de 2011). *Estrategias de mercadeo*. Obtenido de http://www.agro.uba.ar/unpuente/img/contenidos_pdf/modulo4.pdf

Lopez, R. (junio de 2005). *DESARROLLO Y PERSPECTIVAS DE LA MICROEMPRESA EN LA ECONOMÍA NACIONAL*. Obtenido de <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/157/1/IAEN.018.pdf>

Mafla, C. V. (14 de febrero de 2014). *Código de ética Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de http://instituciones.msp.gob.ec/somossalud/images/documentos/guia/Doc_Codigo_Etica.pdf

Magill, J. H. (marzo de 2005). *MICROEMPRESAS Y MICROFINANZAS EN ECUADOR*. Obtenido de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/MICROEMPRESAS%20Y%20MICROFINANZAS%20EN%20EL%20ECUADOR.pdf>

Martinez, S. H. (2011). *Fundamentos de Gestión Empresarial*. Mexico: Primera Edición.

Morales, C. (20 de noviembre de 2015). Secciones del taller. (K. Cabascango, Entrevistador)

Nassir, C. S. (2011). *Proyectos de Inversión*. Chile: Segunda.

Orozco, J. d. (2013). *Evaluación financiera de proyectos (SIL)*. Colombia: Tercera.

OUTSORCINg, S. (2014). *OUTSORCINg S.A*. Obtenido de <http://panamaosa.com/para-que-sirve-el-reglamento-interno-de-trabajo-y-que-contiene/>

Padilla, M. C. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Tercer.

Pérez Martínez, Y. V. (2012). *Procedimiento para realizar Estudios de Mercados Emisores Reales*. Las Tunas: Primera.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR. (2014). Ecuador.

PYMETEC. (11 de diciembre de 2015). *Fácil de aprender, simple de usar*. Obtenido de <http://www.pymetec.cl/ventas.html>

Romero, R. P. (10 de junio de 2010). *SlideShare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/RocioParedesR/microempresa-4469599>

Saltillo, C. (24 de octubre de 2011). *EDICIONES GLOBAL*. Obtenido de <http://archivo.vanguardia.com.mx/talabarateriaoficiograbadoenlapiel-1129961.html>

SRI. (Agosto de 2013). *SRI*. Recuperado el Lunes de Diciembre de 2015, de SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Urdaneta, O. (2005). *Elaboración de Manuales de requisitos, Técnicas y consejos*. Colombia: Primera.

Uribe, J. A. (2010). *Proyectos de inversión para las PYME*. Colombia: Segunda.

Valencia, G. S. (2011). *Contabilidad de Costos*. Colombia: Ecoe.

ANEXOS

ANEXO 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROYECTO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER
ARTESANAL “LEO”, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE
IMBABURA.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL DUEÑO DEL TALLER “LEO”

ÁREA DE PRODUCCIÓN

Nombre del entrevistado:.....

Fecha:.....

1. ¿Cuáles son los objetivos que tiene el taller?

.....

2. ¿El espacio que tiene el taller es suficiente para poder realizar el trabajo de manera cómoda y adecuada?

.....

3. ¿Existe un control e inspección de la producción desde el momento que ingresa la materia prima y de que forma la realiza?

Si () no ()

.....

4. ¿Con que tipo de maquinaria cuenta el taller para la producción?

.....

5. ¿Cree que es necesario implementar nueva maquinaria utilizada para la fabricación del producto?

.....

6. ¿Cuáles son las áreas en que se divide su planta de producción y que se realiza en cada una?

.....

7. Con los pedazos que sobran de la producción ¿qué reutilización se le da?

.....

8. ¿Qué considera usted que el taller necesita para elevar su producción?

- Implementación de maquinaria ()
- Talento humano capacitado ()
- Ampliar el espacio físico ()
- Incremento del volumen de materia prima ()

9. Del 1 al 5, ¿En qué posición colocaría a la calidad que tienen los productos elaborados en su taller con respecto a la de otros talleres de Cotacachi?

1 2 3 4 5

10. En un promedio mensual ¿Cuál es el costo de producción que asigna a la fabricación?

.....

11. Aproximadamente ¿Cuánto produce semanalmente y que artículos son los que más vende?

.....

12. De los productos señalados anteriormente, indique cuantos de los mismos no se alcanzan a producir para cubrir la demanda de pedidos.

.....

ANEXO 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROYECTO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER ARTESANAL “LEO”, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL DUEÑO DEL TALLER “LEO”

ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN

Nombre del entrevistado:.....

Fecha:.....

1. ¿Indique los precios de venta de cada uno de los productos que fabrica su taller?

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

2. ¿Qué tipo de distribución ocupa para llegar a los consumidores?

- d) Directa (produce va al consumidor)
- e) Corto (produce va a otros vendedores que entregan al consumidor)
- f) Largo (produce envía a vendedores mayoristas que entregan a vendedores minoristas para llegar al consumidor)

3. ¿De una breve explicación de cómo es el proceso de comercialización de su producto?

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

4. Marque con una X ¿A qué mercado llega usted con su producto?

Nacional ()

Indique cuales

.....

Internacional ()

Indique cuales

.....

5. ¿Qué estrategia comercial o a través de qué medios se ha dirigido a los consumidores para hacer conocer de su negocio?

.....

6. De lo siguientes productos indique en orden de mayor a menor según los ingresos que le genera:

Vestimenta (Chompas, abrigos, chalecos, pantalones, guantes, chales, correas)

Calzado (botas, botines, zapatos, sandalias)

Utensilios (Carteras, billeteras, bolsos, mochilas, cobertor de cantinfloras)

Monederos, manillas, estuches para libros, porta celulares, llaveros.

Otros.....

7. En un promedio mensual ¿cuál es el costo de producción que asigna a la fabricación?

.....

8. ¿Quiénes y de qué lugares son los proveedores de la materia prima que utiliza y porque los escogió?

.....

9. Indique el nivel de satisfacción de su proveedor de acuerdo a las siguientes afirmaciones:

Poco satisfecho ()

Satisfecho ()

Muy satisfecho ()

ANEXO 3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROYECTO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER ARTESANAL “LEO”, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.

ENCUESTA DIRIGIDA LOS TRABAJADORES DEL TALLER “LEO”

Nombre:.....

Fecha:.....

1. En su concepto ¿cuáles son los objetivos que el taller desea alcanzar?

.....

2. ¿Cómo considera el clima laboral en el taller “Leo”?

Adecuado ()
 Medianamente adecuado ()
 Inadecuado ()

3. ¿Está de acuerdo con las condiciones laborales que ofrece el taller?

Muy de acuerdo () De acuerdo () poco de acuerdo () Desacuerdo ()

4. Considera usted que su espacio de trabajo es:

Cómodo ()
 Medianamente cómodo ()
 Incómodo ()

5.Cuál es la vestimenta que usted ocupa en su trabajo:

Mandil ()
 Guantes ()
 Mascarilla ()
 Trabaja con su ropa de parada ()

6. **¿Considera usted que el trabajo que se realiza en el taller necesita capacitaciones o es suficiente con el conocimiento empírico?**

.....
.....

7. **¿Qué tipo de capacitaciones ha recibido en el taller para desempeñar su trabajo?**

.....
.....

8. **¿Existe un control del trabajo que usted desempeña?**

Si () no ()

9. **¿Ha realizado usted alguna sugerencia a los propietarios del taller con respecto a la producción y de qué tipo?**

Si ()

.....
.....

No ()

10. **¿Qué le gustaría que el taller realice para motivarlo (a) en su trabajo?**

.....
.....

ANEXO 4



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROYECTO:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER
ARTESANAL “LEO”, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE
IMBABURA.**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DEL TALLER ARTESANAL LEO

Objetivo: conocer las distintas opiniones acerca del producto que ofrece el taller.

I. Datos Informativos:

Entrevistado:.....

Lugar:.....

Fecha:.....

II. CUESTIONARIO:

1. ¿Cuál es su domicilio?

.....

2. ¿Qué tipo de artículos son los que adquirió en el local comercial del taller Leo?

.....
.....

3. ¿Qué otro tipo de artículos le gustaría que el taller produzca?

.....
.....

4. ¿Considera usted que el taller artesanal Leo debe ampliarse y en qué aspectos?

.....
.....

5. ¿Cuál fue el trato que usted recibió en el proceso de compra?

Excelente ()

Bueno ()

Regular ()

Malo ()

ANEXO 5



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROYECTO:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER ARTESANAL “LEO”, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRINCIPALES PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE ARTÍCULOS DE CUERO EN LA CIUDAD DE COTACACHI

Objetivo: Ampliar el conocimiento de los producción y comercialización del cantón.

I. Datos Informativos:

Entrevistado:.....

Lugar:.....

Fecha:.....

II. CUESTIONARIO:

1. ¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene su negocio y que tipos de artículos de cuero son los que más produce y porque?

.....
.....

2. Aproximadamente, ¿Cuánto produce semanalmente y a qué mercado se dirige?

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

3. ¿Cuál es el precio de venta de las siguientes secciones de artículos?

Vestimenta (Chompas, abrigos, chalecos, pantalones, guantes, chales)

.....
.....

Utensilios (Carteras, billeteras, bolsos, mochilas, estuches para libros)

.....
.....

Pequeños artículos (Monederos, manillas, porta celulares, llaveros)

.....
.....

4. ¿Cuál es el porcentaje de utilidad que gana en la venta de los artículos de cuero?

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

5. ¿Cuenta usted con clientes permanentes y cuál es su forma de comercialización?

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

6. ¿Cuál es el proceso productivo que realiza su fábrica para la elaboración de los artículos de cuero?

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

7. ¿Cómo ha sido su proceso de crecimiento económico y ampliación de su taller?

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

8. ¿Su taller cuenta con planes que contrarresten la competencia?, de ser así ¿Cuáles son?

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

ANEXO 6



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROYECTO:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER ARTESANAL
 “LEO”, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMPRADORES DE ARTÍCULOS DE CUERO

Objetivo: conocer sus gustos y preferencias en cuanto a la adquisición del producto de los consumidores de artículos de cuero.

Instrucciones:

- Marque con una “X” en el paréntesis según corresponda su respuesta.
- La información proporcionada en esta encuesta será utilizada exclusivamente para realizar el trabajo de grado solicitado por la universidad
- A continuación sírvase contestar con la mayor sinceridad el siguiente cuestionario.

Datos Informativos:

1. **¿Tiene usted conocimiento de la existencia del taller “Leo” en Cotacachi y los productos que ofrece?**
 Si () No ()

2. **Aproximadamente ¿Cuántos artículos de cuero consume al año por cada integrante de su familia?**
 1 a 5 () 6 a 10 ()
 11 a 15 () Más de 15 ()

3. **¿Cuál es la preferencia de compra por artículos de cuero en su familia?**
 () Vestimenta (Chompas, abrigos, chalecos, pantalones, guantes, chales)
 () Utensilios (Carteras, billeteras, bolsos, mochilas, estuches para libros)
 () Pequeños artículos (Monederos, manillas, porta celulares, llaveros)

4. **¿Cuáles son los diseños que usted prefiere al momento de comprar artículos de cuero?**
 Llanos () Con letras () Con figuras () Con bordados ()

5. ¿Qué tipo de cuero es el que usted prefiere al momento de su compra?

Natural () Vaquilla () De Chivo ()
 Napa () Cristal () Suela ()

6. ¿Cuáles son los colores de cuero que prefiere en sus adquisiciones?

Claros () Oscuros ()
 Un solo color () Combinados ()

7. ¿Dónde son los lugares que usted accede a la compra de estos artículos de cuero?

Centro comercial () Fábrica ()
 Almacenes () Otros ()

8. ¿Cuáles son los meses en los cuales usted compra más artículos de cuero?

Enero a marzo () Abril a junio ()
 Julio a septiembre () Octubre a Diciembre ()

9. ¿Qué es lo que más le llama la atención al momento de adquirir un producto?

Calidad () Precio () Las 2 anteriores ()

10. Señale, ¿Cuál es el precio promedio que paga por los artículos?

| Vestimenta | | Utensilios | |
|-------------------|-----|-------------------|-----|
| 25 a 120 | () | 5 a 30 | () |
| 35 a 130 | () | 5 a 40 | () |
| 45 a 140 | () | 10 a 45 | () |

Pequeños Artículos

1 a 10 ()
 1 a 8 ()
 3 a 10 ()

11. ¿Qué tipo de publicidad considera debería usar el taller “Leo” para dar a conocer sus productos en Cotacachi?

Rotulo () Hojas volantes ()
 Tarjetas de presentación () Radio y prensa ()
 Todas las anteriores ()

Datos Técnicos:

Género:

Nivel de educación:

Edad:

Ocupación:

ANEXO 7 Tasa de inflación Diciembre 2015 Banco Central del Ecuador

| Datos Comparables | | FECHA | VALOR |
|--|--|--------------------|--------|
| Selección dato a comparar: PIB, % de variación anual Fecha Inicial: 2015 Diciembre 1 Fecha Final: 2016 Enero 1 <input type="button" value="Comparar"/> | | Diciembre-31-2015 | 3.38 % |
| <p>La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.</p> <p>Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento.</p> <p>Desde la perspectiva teórica, el origen del fenómeno inflacionario ha dado lugar a polémicas inconclusas entre las diferentes escuelas de pensamiento económico. La existencia de teorías monetarias-fiscales, en sus diversas variantes; la inflación de costos, que explica la formación de precios de los bienes a partir del costo de los factores; las curvas de oferta distributiva, en las que los precios</p> | | Noviembre-30-2015 | 3.40 % |
| | | Octubre-31-2015 | 3.48 % |
| | | Septiembre-30-2015 | 3.78 % |
| | | Agosto-31-2015 | 4.14 % |
| | | Julio-31-2015 | 4.36 % |
| | | Junio-30-2015 | 4.87 % |
| | | Mayo-31-2015 | 4.55 % |
| | | Abril-30-2015 | 4.32 % |
| | | Marzo-31-2015 | 3.76 % |
| | | Febrero-28-2015 | 4.05 % |
| | | Enero-31-2015 | 3.53 % |
| | | Diciembre-31-2014 | 3.67 % |
| | | Noviembre-30-2014 | 3.76 % |
| | | Octubre-31-2014 | 3.98 % |
| | | Septiembre-30-2014 | 4.19 % |
| | | Agosto-31-2014 | 4.15 % |
| | | Julio-31-2014 | 4.11 % |
| | | Junio-30-2014 | 3.67 % |
| | | Mayo-31-2014 | 3.41 % |
| | | Abril-30-2014 | 3.23 % |
| | | Marzo-31-2014 | 3.11 % |
| | | Febrero-28-2014 | 2.85 % |
| | | Enero-31-2014 | 2.92 % |

ANEXO 8 Población Urbana de Cotacachi


| Consultas Documentales | | Consultas Temáticas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|--|--|--|------------------------------|-------|--|--------|----------|--|--------|--------|--|--------|-------|--|--------|-------------|--|--------|---------|--|--------|--------|--|--------|-------|--|--------|----------|--|--------------|--------|--|--------------|-------|--|--------------|
| | | <input type="button" value="Guardar"/> <input type="button" value="Copiar"/> <input type="button" value="Error"/> <input type="button" value="Indicadores"/> <input type="button" value="Comparar"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Consultas << Población | | FUENTE: Censo de Población y Vivienda - INEC AÑO: 2010 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Educación Cobertura y acceso a la educación Calidad de la educación Oferta del sistema educativo | | <input type="button" value="Datos"/> <input type="button" value="Mapa"/> <input type="button" value="Ficha Metodológica"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Salud Empleo Vivienda Desigualdad y Pobreza Ciudadanía Inversión Social Acción Social Población Organización familiar Dinámica demográfica Migración | | <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">País - Zona - Provincia - Cantón - Área - Sexo</th> <th>Número total de habitantes N</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2">Mujer</td> <td>11,379</td> </tr> <tr> <td colspan="2">▼ Urbano</td> <td>21,286</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Hombre</td> <td>10,216</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Mujer</td> <td>11,070</td> </tr> <tr> <td colspan="2">▼ Cotacachi</td> <td>40,036</td> </tr> <tr> <td colspan="2">▼ Rural</td> <td>31,188</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Hombre</td> <td>15,810</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Mujer</td> <td>15,378</td> </tr> <tr> <td colspan="2">▼ Urbano</td> <td>8,848</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Hombre</td> <td>4,280</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Mujer</td> <td>4,568</td> </tr> </tbody> </table> | | País - Zona - Provincia - Cantón - Área - Sexo | | Número total de habitantes N | Mujer | | 11,379 | ▼ Urbano | | 21,286 | Hombre | | 10,216 | Mujer | | 11,070 | ▼ Cotacachi | | 40,036 | ▼ Rural | | 31,188 | Hombre | | 15,810 | Mujer | | 15,378 | ▼ Urbano | | 8,848 | Hombre | | 4,280 | Mujer | | 4,568 |
| País - Zona - Provincia - Cantón - Área - Sexo | | Número total de habitantes N | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mujer | | 11,379 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ▼ Urbano | | 21,286 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hombre | | 10,216 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mujer | | 11,070 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ▼ Cotacachi | | 40,036 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ▼ Rural | | 31,188 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hombre | | 15,810 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mujer | | 15,378 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ▼ Urbano | | 8,848 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hombre | | 4,280 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mujer | | 4,568 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

ANEXO 9 Tabla de Remuneraciones IESS

| Cargo | Cód. | Especificación | Ext. | Sueldo |
|---|------|---|---------------|--------|
| TRABAJADOR DE TEXTILES, CUERO Y CALZADO | E2 | Incluye: Ayudante de Bodega, Ayudante en General, Ayudante de Máquinas; | 1020000000001 | 354,89 |
| GERENTE / AFINES | A1 | | 1918200000101 | 370,53 |
| CONTADOR / CONTADOR GENERAL | C1 | | 1910000000012 | 367,03 |
| JEFE DE REVISORIA Y CONTROL | B2 | | 1811749900025 | 360,27 |
| VENDEDOR / A | C3 | Incluye: Empleado de Mostrador, | 1930000000020 | 363,27 |

ANEXO 10 Proforma maquinaria



Observaciones: _____




PROFORMA
RUC: 1002007944001

| | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| Vendedor: _____ | Fecha: _____ |
| Máquina: _____ | Máquina: _____ |
| Marca: _____ | Marca: _____ |
| Tipo: <u>Maquina</u> | Tipo: <u>Triple transpaie</u> |
| Modelo: <u>Poste</u> | Modelo: _____ |
| Serie: _____ | Serie: _____ |
| P.V.P. <u>1798</u> | P.V.P. <u>975</u> |
| Cuota Inicial: \$ <u>700</u> | Cuota Inicial: \$ <u>300</u> |
| <u>6</u> Pagos: \$ <u>208.00</u> | <u>6</u> Pagos: \$ <u>126.67</u> |
| Precio total: \$ _____ | Precio total: \$ _____ |

Principal Otavalo: Av. Quito y Sucre (Frente al Cuerpo de Bomberos) ☎ 06 2 922 - 794
 Sucursal Otavalo: Calle Bolívar y Abdón Calderón (Junto al teatro Bolívar) ☎ 06 2 922 - 916
 Sucursal Ibarra: Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo (Junto Almacén ASTRA) ☎ 06 2 611 - 614

SIGUENOS EN:   0986957229

ANEXO 11 Proforma equipo de computación



C
R
E
D
I
T
O
G
A
R
A
N
T
E


CLIENTE: Arzina Caboscarango
 C.I: 1003115134
 TELEF: 0979692705
 DIRECCIÓN: Otaavalo - Cotacachi
 EJECUTIVO: VICTORIA VILLACRES - 0998881707

| CANTIDAD | DESCRIPCION | TOTAL |
|----------|--|---------------|
| | PROCESADOR: <u>Dual core i3</u> | <u>33642</u> |
| | MEMORIA RAM: 4GB | |
| | DISCO DURO: 1TB | |
| | LECTOR DVD MULTICAPA | |
| | LECTOR TARJETAS SD | |
| | PLACA BIOSTAR | |
| | IMPRESORA EPSON <u>E220</u> | |
| | CASE DIFERENTE MODELO | |
| | MONITOR 20" | |
| | ESCRITORIO | |
| | TECLADO | |
| | MOUSE | |
| | PARLANTE | |
| | <u>Windows 10 19, programa 2016</u> | |
| | <u>3 años costo instructor</u> | |
| | 3 AÑO DE GARANTIA | |
| | 1 AÑO DE SERVICIO TECNICO | |
| | 1 AÑO DE ANTIVIRUS | |
| | OBSEQUIOS: AUDIFONOS, CAMARAS-WEB, REGULADOR, PAD MAUSE, COBERTOR. | |
| | TOTAL CONTADO | 150.00 |

150.00

A
C
E
P
T
A
M
O
S
D
E
C
R
E
D
I
T
O
S

| | | | | |
|----------------------|---|---|---|----|
| ERTRADA | | | | |
| CUOTAS | | | | |
| MESES | 3 | 6 | 9 | 12 |
| TOTAL CRÉDITO | | | | |


 EROVER PC.

ANEXO 12 Proforma Instalaciones

FERRETERIA COTACACHI
SUCRE Y 10 DE AGOSTO
RUC:1003380639001 TELEF:062-916-289

P R O F O R M A
Refer. No. :000057

Fecha : 2016/01/21

Cliente : KARINA CABASCANGO
Vendedor : 01 FERRETERIA

| Codigo | Descripcion | UM. | Canti. | P.Venta | Descuento | Total |
|----------------------|--|-----|--------|---------|-----------|----------|
| PIN0317 | PINTURA SUPER-EDO BLANCO CANEDA ADHEPLAS T | UN | 1.00 | 16.785 | .00 | 16.785 * |
| VAR0199 | BROCHA 4" IP | UN | 1.00 | 1.607 | .00 | 1.607 * |
| VAR0240 | TIRER LITRO | UN | 1.00 | 1.339 | .00 | 1.339 * |
| HER0186 | RODILLO FELPA ELITE 9" | UN | 1.00 | 2.410 | .00 | 2.410 * |
| MAE0128 | INTERRUPTOR T/TICINO | UN | 2.00 | .446 | .00 | .892 * |
| MAE0202 | TOMACORRIENTE 3 SERVIC SOBREP OVAL TICINO | UN | 4.00 | .982 | .00 | 3.928 * |
| VAR0308 | CANALETA 20X10 | UN | 2.00 | .892 | .00 | 1.785 * |
| MAE0125 | GENELO 16 | UN | 5.00 | .446 | .00 | 2.232 * |
| MAE0183 | LAMPARA BALASTRO 2X40 | UN | 1.00 | 12.946 | .00 | 12.946 * |
| TOTAL IMPONIBLE (*) | | | | | | 43.92 |
| + TOTAL NO IMPONIBLE | | | | | | .00 |
| - DESCUENTOS | | | | | | .00 |
| + I. V. A. | | | | | | 5.27 |
| TOTAL GENERAL | | | | | | 49.19 |

FERRETERIA COTACACHI
RUC: 1003380639001

ANEXO 13 Proforma Materiales y Costos Indirectos de Fabricación

IMPORTADORA SAAVEDRA

Cliente: Karina Cabascango
Número de cédula: 100311618-4
Dirección: Cotacachi
Fecha: 2016-01-09

| DETALLE | CU | VALOR |
|--|--------------------|--------------|
| Solución pegamento | Litro | 3.20 |
| cemento de contacto | Litro | 3.25 |
| Brochas pequeñas | Unidad | 0.25 |
| Regla | Unidad | 3.00 |
| Compás grande | Unidad | 6.70 |
| cintas métricas | Unidad | 0.50 |
| cuchilla estilete | Unidad | 2.20 |
| tiza de sastrer | Unidad | 0.55 |
| Lezna | Unidad | 1.50 |
| Telas (rusela) para forros | Metro | 0.85 |
| Hilos | Tubo mediano | 11.05 |
| Sacabocados | Unidad | 2.80 |
| piedra de afilar | Unidad | 3.15 |
| Espanja | Plancha | 0.85 |
| Cordón | Metro | 0.08 |
| Remaches | El ciento | 1.45 |
| Ojales | El ciento | 1.80 |
| Evillas | Para cartera | 0.80 |
| Imanes | Unidad | 0.14 |
| velcro adhesivo | Metro | 0.35 |
| cola de rata (para relleno de correas) | Metro | 0.17 |
| elivovena (tira para hacer vivo) | Madeja (20 metros) | 2.50 |
| Cierres chompa | #5 unidad | 1.50 |
| Cierre cartera y bolso | #6 metro | 0.15 |
| Botones broche de presión | Docena | 0.45 |
| Llaves | Unidad | 0.10 |
| Mosquetones | Unidad | 1.00 |
| Cuadrantes | Unidad | 0.30 |
| Argolla | Unidad | 0.10 |
| TOTAL | | 51.24 |


Firma Proveedor

ANEXO 14 Proforma Suministros de Oficina

| NOTA DE ENTREGA | | 065199 | | | | | |
|---------------------|-----------------|----------|-----------------|------------------|--|--|--|
| FECHA EMISION | : ENERO 20,2016 | CLIENTE | : 9999999999999 | CONSUMIDOR FINAL | | | |
| FECHA VENCIMIENTO : | | CIUDAD : | | DIRECCION : | | | |
| FORMA DE PAGO | : CONTADO | TELEF. : | | | | | |
| VENDEDOR | : ALMACEN | SECTOR : | | | | | |

| CODIGO | NOMBRE DEL ARTICULO | UM | CANTIDAD | P.UNITARIO | %DESC | VALOR TOTAL |
|--------|---|----|----------|------------|-------|-------------|
| 00914 | CINTA EMBALAJE 48X80 TRANSPARENTE x1 UN | UN | 2 | 1.00 | 0.00 | 2.00 |
| 01267 | LAPIZ REY REY TRIANGULAR x1 UN | UN | 12 | 0.17 | 0.00 | 2.01 |
| 01253 | ESFERO BIC P/F x1 UN | UN | 12 | 0.35 | 0.00 | 4.20 |
| 01077 | CARPETA ARCHIVADOR ARTESCO GRUESO x1 UN | UN | 10 | 2.50 | 0.00 | 25.00 |
| 00199 | SOBRE MANILA F4 75G x1 UN | UN | 25 | 0.15 | 0.00 | 3.75 |
| 00176 | LIBRETA N2 100H CUADROS ESCRIBE x1 UN | UN | 2 | 0.70 | 0.00 | 1.40 |
| 01378 | GRAPAS KWTRIO 0266K X 5000 x1 UN | UN | 1 | 1.30 | 0.00 | 1.30 |
| 01377 | GRAPADORA KWTRIO 91P0 x1 UN | UN | 1 | 4.50 | 0.00 | 4.50 |
| 03264 | VINCHA CARPETA CARIOCA X 50 x1 UN | UN | 1 | 1.50 | 0.00 | 1.50 |
| 00805 | CALCULADORA BLT BT-837 x1 UN | UN | 1 | 5.70 | 0.00 | 5.70 |
| 03043 | GRAPADORA EAGLE S6120B x1 UN | UN | 1 | 3.00 | 0.00 | 3.00 |

Son : cincuenta y cuatro con 36/100 Dólares

TOTAL NETO: 54.36

RECIBI CONFORME
C.I. 9999999999999

De acuerdo al monto de la compra se aplicara el 5% o el 10% de descuento al total.

Todos los precios ya incluyen IVA.

At.

Max Aguilar / Grace Cifuentes
Propietarios

Papelería MAXimagen
Abdón Calderón y 31 de Octubre
2928 394 / 0999 081 679 - 0999 081764
Otavalo - Imbabura - Ecuador

