



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE COBIJAS DE LANA DE OVEJA EN LA PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS PEGUCHE, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”

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

AUTORA: SORAYA LEMA RUIZ

DIRECTOR: ING. ARAGÓN SUÁREZ MAURICIO

IBARRA, Noviembre 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como objetivo implantar la factibilidad de crear una empresa productora y comercializadora de cobijas de lana de oveja en la parroquia Miguel Egas Cabezas, cantón Otavalo provincia de Imbabura; se realizó el diagnóstico situacional que permitió conocer los aspectos demográficos, geográficos, social, socio- económicos y culturales con el fin de analizar la matriz de relación diagnóstica como; los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades para crear la empresa, la parroquia de Peguche reúne las características necesarias para la creación, de igual manera se desarrolló una investigación bibliográfica de aspectos relacionados con el proyecto. En el estudio de mercado se utilizó las diferentes técnicas como; la encuesta, entrevista, información linkográfica, observación directa con toda esta información se logró conocer la aceptación del producto, la actividad artesanal es la principal fuente económica de los pobladores de la comunidad de Peguche, hoy en día las familias enteras se han dedicado por completo a esta actividad además se analizó aspectos como precios, canales de distribución, competencia, gustos y preferencias. En el estudio técnico se estableció el tamaño del proyecto, localización del proyecto, ingeniería y presupuesto requerido para la puesta en marcha del proyecto. Se analizó el estudio económico - financiero aplicando los indicadores como el valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio-costos, el período de recuperación de la inversión y el punto de equilibrio; mismos que fueron favorables y permitió determinar que el proyecto sea rentable. La fábrica textil Lema, será una empresa constituida bajo la forma jurídica de sociedad anónima pues será regulada por la Superintendencia de Compañías, se estableció la estructura administrativa y funcional que consistió en definir la misión, visión, objetivos, valores y políticas organizacionales. Los impactos que genera el proyecto son; empresarial, económico, ambiental y social, que en general resultaron positivos puesto que se pretende contribuir con el desarrollo socio - económico del sector investigado. Finalmente se realizó las conclusiones y recomendaciones mismas que determinaron la factibilidad del proyecto.

ABSTRACT

The present project aims to implement the feasibility of creating a sheep wool blanket production and marketing company in the Miguel Egas Cabezas parish, Otavalo province of Imbabura; the situational diagnosis was made that allowed to know the demographic, geographic, social, socio-economic and cultural aspects in order to analyze the matrix of diagnostic relation as; the partners, opponents, risks and opportunities to create the company, the parish of Peguche meets the necessary characteristics for the creation, and a bibliographic research was developed on aspects related to the project. In the market study the different techniques were used as; the survey, interview, linkographic information, direct observation with all this information was obtained to know the acceptance of the product, the craft activity is the main economic source of the inhabitants of the community of Peguche, today entire families have dedicated themselves to this activity. In addition, aspects such as prices, distribution channels, competition, tastes and preferences were analyzed. The technical study established the size of the project, location of the project, engineering and budget required for the implementation of the project. The economic - financial study was analyzed by applying the indicators such as net present value, internal rate of return, benefit - cost ratio, the period of recovery of the investment and the break - even point; which were favorable and allowed to determine that the project is profitable. The Textile Factory Lema will be a company incorporated under the legal form of a corporation, as it will be regulated by the Superintendence of Companies, establishing the administrative and functional structure that consisted of defining the mission, vision, objectives, values and organizational policies. The impacts generated by the project are; Business, economic, environmental and social, which in general were positive since it is intended to contribute to the socio - economic development of the sector under investigation. Finally, the conclusions and recommendations that determined the feasibility of the project were made.

AUTORÍA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.



..... de julio del 2015.

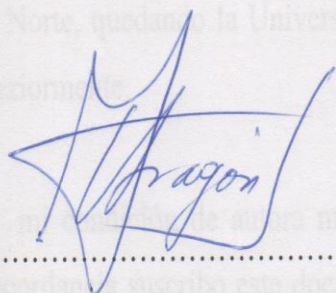
Soraya Lema Ruiz

CI.100368634-0

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada SORAYA LEMA RUIZ, para optar por el título de Ingeniera en CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A, cuyo tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE COBIJAS DE LANA DE OVEJA EN LA PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS PEGUCHE, CANTÓN OTAVALO, 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 del mes de julio del 2015.



Ing.Com. Mauricio Aragón, C.P.A., M.B.A.

C.I.1001600566



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, SORAYA LEMA RUIZ, con cédula de ciudadanía Nro.1003686340, 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 autora del trabajo de grado denominado : **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE COBIJAS DE LANA EN LA PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS PEGUCHE, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital en la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Soraya Lema Ruiz

C.C.:100368634-0

Ibarra, a los 21 días del mes noviembre de 2016



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100368634-0
APELLIDOS Y NOMBRES:	LEMA RUIZ SORAYA
DIRECCIÓN:	Peguche, barrio Santa Lucía y línea férrea.
EMAIL:	lema.ruiz@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	(06)2690047 / 0994919403

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE COBIJAS DE LANA EN LA PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS PEGUCHE, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”.
AUTORA:	Soraya Lema Ruiz
FECHA:	2016-11-21
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA:	Pregrado
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A
ASESOR/DIRECTOR:	Ing.Com. Mauricio Aragón, C.P.A., M.B.A

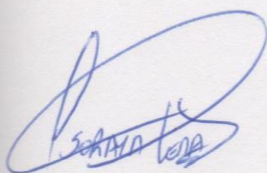
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, SORAYA LEMA RUIZ, con cédula de ciudadanía Nro.100368634-0, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

CONSTANCIAS

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

Ibarra a los 21 días del mes noviembre de 2016

LA AUTORA:

Soraya Lema Ruiz

C.I.:100368634-0

Facultado por resolución del consejo Universitario.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico de todo corazón a mi Dios Todopoderoso por dejarme cumplir todas mis anhelos, a mis queridos padres Antonio y Matilde y a mis hermanas y mi único hermano, porque siempre he contado con ellos para todo, gracias a la confianza que siempre nos hemos tenido; por el apoyo y amistad incondicional, por estar conmigo siempre en los buenos y malos momentos de mi vida.

Le doy gracias a Dios por darme una familia como ustedes, son la principal inspiración para continuar alcanzando mis objetivos y sueños.

Soraya

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios Todopoderoso quien me dio la vida y por su eterno amor, por todas las bendiciones y oportunidades que puso en mi camino.

A mis padres quienes me apoyaron incondicionalmente para mi formación profesional, quienes me inculcaron para alcanzar mis objetivos y por la confianza que me brindaron pude alcanzar mis sueños.

A la Universidad Técnica del Norte, especialmente a los catedráticos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, quienes me supieron impartir sus sabidurías durante toda la vida universitaria, para poder enfrentar con dedicación y empeño mi trabajo investigativo.

Soraya

PRESENTACIÓN

La investigación está diseñada con la finalidad de crear una “Empresa productora y comercializadora de cobijas de lana en la parroquia Miguel Egas Cabezas Peguche, cantón Otavalo provincia de Imbabura”, misma que aportara para el desarrollo económico de la comunidad, y consta de siete capítulos desarrollados con el afán de demostrar la factibilidad y se presenta de la siguiente forma;

Se realizó el diagnóstico situacional de la comunidad la cual permitió identificar los aspectos demográficos, socio-económicos, aspectos turísticos, aspecto social, funcionamiento y producción de la parroquia Miguel Egas Cabezas, además determinando los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos; por medio de la aplicación de entrevistas y observaciones a los pequeños artesanos de la comunidad de Peguche.

El desarrollo de las bases teóricas y científicas que respaldaron el proyecto; se realizó a través de fuentes de información secundaria, en base a; libros, revistas, medios electrónicos todo esto con el objetivo de recopilar información importante, mismos que sirvieron de base para implantar el proyecto.

En el estudio de mercado se identificó la oferta y demanda actual de las cobijas, determinado así la demanda insatisfecha y las estrategias necesarias para posicionarse en el mercado, estudio que fue respaldado con las respectivas encuestas ejecutadas.

El estudio técnico se refiere a la macro-micro localización, el tamaño del proyecto, procesos, infraestructuras, inversiones fijas y diferidas, fuentes de financiamiento, maquinaria y equipos, recurso humano que va a laborar, capital de trabajo necesario para que la empresa inicie con sus labores de modo eficiente.

En el estudio financiero se establece si la creación de la empresa productora y comercializadora de cobijas de lana, en la parroquia de Peguche, es factible o no, basándose en indicadores financieros tales como; costo de oportunidad, valor actual neto, tasa interna de retorno, período de recuperación, beneficio-coste y punto de equilibrio realizados los cálculos anteriormente citados es factible el presente proyecto.

En la estructura organizativa se diseñó la organización funcional de la empresa como; la razón social de la empresa, logotipo de la empresa, misión, visión, valores, juntamente con las pertinentes normas legales y todas las obligaciones administrativas que debe tener la empresa.

Se analizó los impactos que genera con la creación de la nueva empresa, se diseñó una matriz de impactos en la cual se establece, el nivel de ponderación tomando en cuenta los aspectos cómo; social, económico, ambiental y empresarial. Los impactos que genera al implantar el proyecto da como resultado un impacto alto positivo, esto permite ejecutar el presente proyecto.

Por último se presenta las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó con el desarrollo del proyecto donde se fijó la factibilidad del proyecto.

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	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
JUSTIFICACIÓN	xxvii
CAPÍTULO I	29
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	29
Antecedentes	29
Objetivos del diagnóstico.....	30
Objetivo general.....	30
Objetivos específicos	31
Establecimiento de las variables e indicadores de diagnósticos	31
Matriz de variables diagnósticas	33
Técnicas de investigación	35
Identificación de la población.....	35
Instrumentos.....	35
Información primaria	35
Información secundaria.....	36
Análisis de la entrevista	36
Entrevista dirigida al señor propietario del taller señor Luis Conejo	36
Información técnica bibliográfica	39
División geográfica.....	39
Aspecto social	40
Aspectos económicos.....	42
Aspectos turísticos	44

Análisis de factores comparativos del proyecto.....	45
Determinación de la oportunidad de inversión	47
Conclusiones	48
CAPÍTULO II.....	49
MARCO TEÓRICO.....	49
La empresa	49
Definición	49
Artesanía	49
Proceso productivo y artesanal	50
Fibra textil.....	50
Fibra natural.....	50
Oveja	50
Lana de oveja	51
Características de la fibra de lana	52
Cobija	52
Máquina de tejer	53
Lanzaderas	54
Estudio de mercado.....	54
Producto	55
Calidad	55
Mercado	55
Oferta	56
Demanda	56
Precio	56
Comercialización	57
Publicidad	57
Promoción.....	58
Estudio técnico.....	58
Tamaño del proyecto.....	59
Localización del proyecto	59
Macro localización.....	60
Micro localización	60
Ingeniería del proyecto	60
Producción	61

Financiamiento.....	61
Concepto de contabilidad.....	61
Activo	61
Pasivo	62
Patrimonio.....	62
Estudio financiero	62
Evaluación financiera.....	62
Estados financieros	63
Estado de situación financiera	63
Costos	64
Costos de producción.....	64
Costos indirectos de fabricación	65
Estado de resultado integral	67
Estado de Flujo de efectivo.....	68
Indicadores de evaluación financiera.....	68
Valor presente neto (VPN).....	68
Costo de oportunidad	69
Tasa interna de retorno.....	69
Relación beneficio-costo B/C	70
Período de recuperación de la inversión	70
Punto de equilibrio.....	70
Estructura administrativa y organizacional.....	71
Administración.....	71
El proceso administrativo	71
Planeación.....	72
Organización	72
Dirección	73
Control	73
Estructura organizacional.....	73
Impacto	74
Tipos de impactos	74
Conclusión del marco teórico	75
CAPÍTULO III.....	77
ESTUDIO DE MERCADO	77

Introducción	77
Objetivos del estudio de mercado	77
General	77
Específicos	77
Variables de mercado.....	78
Indicadores de las variables de mercado.....	78
Oferta	78
Demanda	78
Comercialización	78
Precios	78
Matriz de variables de mercado	79
Estrategias de diferenciación	80
Estructura del mercado	80
Mecánica Operativa	81
Investigación de campo.....	81
Identificación del segmento de mercado.....	81
Tamaño de la población	85
Identificación de la muestra	85
Tabulación y análisis de información	86
Encuesta dirigida a los propietarios de los almacenes de artesanías.	86
Cuestionario de la encuesta aplicada a productores de la parroquia	95
Análisis y proyección de la demanda.....	104
Demanda potencial.....	104
Proyección de la demanda	104
Análisis de la oferta	105
Competencia	105
Proyección de la Oferta.....	106
Balance entre demanda / oferta.....	107
Análisis del precio.....	108
Proyección del precio.....	108
Proyección del precio.....	109
Estrategias de comercialización.....	110
Producto	110
Precio	112

Plaza	112
Publicidad y promoción	113
Conclusiones	115
CAPÍTULO IV.....	116
ESTUDIO TÉCNICO	116
Tamaño del proyecto.....	116
El mercado	116
Disponibilidad de recursos financieros	116
Disponibilidad de mano de obra	117
Disponibilidad de materia prima.....	117
Disponibilidad de tecnología	117
Localización del proyecto	118
Macro localización.....	118
Micro localización	119
Metodología para la localización del proyecto	120
Identificación de los factores	120
Selección de lugares.....	122
Desarrollo de la matriz de evaluación de factores	122
Ingeniería del proyecto	124
Proceso productivo.....	124
Operación del proyecto	125
Flujo grama de procesos	127
Adquisición de la materia prima	128
Bobinado de la lana de oveja	128
Urdida	129
Tejido	129
Perchado	130
Corte	130
Costura y cepillado	131
Planchado.....	131
Producto final.....	131
Tecnología.....	132
Maquinaria y equipo	133
Maquina eléctrica marca RUTI.....	133

Maquina perchadora marca GESSNER	133
Plancha eléctrica pesada marca Umco	134
Maquina industrial recta electrónica marca JK.....	134
Overlock marca Pegasus 752-13H.....	135
Obras civiles.....	136
Presupuesto técnico.....	139
Inversiones fijas	139
Terreno	139
Infraestructura	139
Maquinaria y equipo	142
Muebles y enseres	142
Equipo de computación.....	143
Equipos de oficina.....	143
Herramientas	144
Vehículo	144
Resumen de inversión fija.....	145
Inversión diferida	145
Gasto de constitución.....	146
Capital de trabajo	146
Materiales.....	146
Mano de obra	147
Costos indirectos de fabricación	147
Resumen de inversión variable	148
Estructura de la inversión.....	148
Conclusiones	148
CAPÍTULO V	150
ESTUDIO FINANCIERO	150
Objetivo del estudio	150
Determinación de ingresos proyectados	150
Determinación de egresos proyectados.....	151
Costos de producción.....	151
Materia prima directa	151
Materia prima indirecta.....	152
Materia prima directa.....	152

Costos generales de fabricación.....	154
Resumen costos de producción.....	155
Gastos administrativos.....	155
Sueldo personal administrativo.....	155
Gastos de ventas.....	156
Sueldo al personal de ventas.....	156
Materia prima directa.....	157
Resumen gastos de venta.....	158
Depreciación.....	158
Financiamiento.....	159
Amortización.....	160
Estado de situación financiera.....	161
Estado de resultados integral proyectado.....	162
Flujo de caja.....	164
Evaluación financiera.....	164
Cálculo del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio.....	164
Tasa de rendimiento medio.....	165
Valor actual neto.....	165
Tasa interna de retorno.....	167
Período de recuperación.....	167
Relación beneficio costo.....	168
Punto de equilibrio.....	169
Conclusiones.....	171
CAPÍTULO VI.....	177
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	177
Establecimiento de la empresa.....	177
Identificación de la empresa.....	177
Misión.....	178
Visión.....	178
Objetivos organizacionales.....	178
Políticas de la empresa.....	178
Principios y valores corporativos.....	179
Principios.....	179
Valores corporativos.....	180

Marco filosófico.....	182
Estructura organizativa	182
Orgánico funcional.....	183
Perfiles y funciones del personal	184
Junta general de accionistas	184
Directorio	185
Gerencia general	186
Operario	187
Vendedor (a)	188
Contador (a)	189
Aspectos legales.....	190
Marco legal	190
Razón social y forma jurídica	190
Representante legal	190
Requisitos legales para el funcionamiento de la empresa.....	191
Obtención del registro único de contribuyente (RUC)	191
Obtención de la patente municipal.....	192
Obtención de permiso de funcionamiento sanitario.....	192
Conclusiones	193
CAPÍTULO VII	194
IMPACTOS	194
Análisis de impactos	194
Impacto social	195
Impacto empresarial.....	196
Impacto ambiental.....	197
Impacto económico.....	198
Impactos generales.....	199
Conclusiones	200
CONCLUSIONES	201
RECOMENDACIONES.....	203
BIBLIOGRAFÍA	205
LINKOGRAFÍA	208
ANEXOS	209
ANEXO 1: Entrevista dirigida al productor de cobijas de la comunidad de Peguche	210

ANEXO 2: Encuesta dirigida a los almacenes de la ciudad de Otavalo.....	212
ANEXO 3: Encuestas realizadas a los productores.	215
ANEXO 4: Diseño de cobijas naturales.....	218
ANEXO 5: Diseño de cobijas llanos	219
ANEXO 6: Diseño de la cobijas de 2 plazas	220
ANEXO 7: Bobinadora de lana	221
ANEXO 8: Publicidad año 2015.....	221
ANEXO 9: Maquinas eléctricas.....	222
ANEXO 10: Tabla de amortización.....	223

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Ubicación del cantón Otavalo	39
GRÁFICO N° 2 Distribución de la población económicamente activa cantonal	40
GRÁFICO N° 3 Actividades productivas de la parroquia de Peguche.....	43
GRÁFICO N° 4 Concentración de la producción artesanal.....	43
GRÁFICO N° 5 Ovejas.....	51
GRÁFICO N° 6 Lana de oveja	51
GRÁFICO N° 7 Características principales de la fibra de lana	52
GRÁFICO N° 8 Máquinas eléctricas marca RUTI y PICAÑOL.....	53
GRÁFICO N° 9 Lanzaderas.....	54
GRÁFICO N° 10 Estudio de mercado	54
GRÁFICO N° 11 Estudio técnico	58
GRÁFICO N° 12 Proceso contable.....	63
GRÁFICO N° 13 Costos indirectos	66
GRÁFICO N° 14 Indicadores de evaluación financiera	68
GRÁFICO N° 15 Proceso administrativo	72
GRÁFICO N° 16 Tipos de impactos.....	74
GRÁFICO N° 17 Oferta de cobijas	86
GRÁFICO N° 18 Adquisición de las cobijas.....	87
GRÁFICO N° 19 Medidas de las cobijas	88
GRÁFICO N° 20 Precio de comercialización.....	89
GRÁFICO N° 21 Demanda de cobija	90
GRÁFICO N° 22 Medios publicitarios.....	91
GRÁFICO N° 23 Características de las cobijas.....	92
GRÁFICO N° 24 Creación de la nueva empresa.....	93
GRÁFICO N° 25 Género de los encuestados	94
GRÁFICO N° 26 Años de producción.....	95
GRÁFICO N° 27 Precio de venta a los almacenes	96
GRÁFICO N° 28 Oferta de cobijas	97
GRÁFICO N° 29 Producción de la cobija	98
GRÁFICO N° 30 Prioridad del producto	99
GRÁFICO N° 31 Diseño de las cobijas	100
GRÁFICO N° 32 Preferencia de compra	101

GRÁFICO N° 33 Competencia.....	102
GRÁFICO N° 34 Fijación del precio.....	103
GRÁFICO N° 35 Descripción de la cobija.....	111
GRÁFICO N° 36 Diseño de la etiqueta.....	112
GRÁFICO N° 37 Medios de comercialización.....	113
GRÁFICO N° 38 Tarjeta de presentación.....	114
GRÁFICO N° 39 Mapa físico del Ecuador y de la provincia de Imbabura.....	119
GRÁFICO N° 40 Mapa del cantón Otavalo.....	119
GRÁFICO N° 41 Micro localización.....	123
GRÁFICO N° 42 Simbología de los diagramas de flujo.....	125
GRÁFICO N° 43 Flujograma para el proceso de producción.....	127
GRÁFICO N° 44 Enconado de la lana.....	128
GRÁFICO N° 45 Tejido de la cobija.....	129
GRÁFICO N° 46 Perchado de la cobija.....	130
GRÁFICO N° 47 Corte de la cobija.....	130
GRÁFICO N° 48 Planchado de la cobija.....	131
GRÁFICO N° 49 Producto final.....	132
GRÁFICO N° 50 Maquina eléctrica marca RUTI.....	133
GRÁFICO N° 51 Maquina perchadora marca GESSNER.....	133
GRÁFICO N° 52 Plancha marca Umco.....	134
GRÁFICO N° 53 Maquina industrial recta electrónica marca JACK.....	134
GRÁFICO N° 54 Overlock marca Pegasus mx5214.....	135
GRÁFICO N° 55 Plano de instalaciones y diseño de la planta.....	137
GRÁFICO N° 56 Fachada frontal.....	138
GRÁFICO N° 57 Logotipo.....	177
GRÁFICO N° 58 Principios de la empresa.....	179
GRÁFICO N° 59 Valores de la empresa.....	180
GRÁFICO N° 60 Marco filosófico.....	182
GRÁFICO N° 61 Organigrama estructural.....	183
GRÁFICO N° 62 Obtención de la patente municipal.....	192
GRÁFICO N° 63 Permiso de funcionamiento sanitario.....	192

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Variables e indicadores diagnósticos.....	32
TABLA N° 2 Matriz de relación diagnóstica.....	33
TABLA N° 3 Matriz AOOR	46
TABLA N° 4 Matriz de estudio de mercado.....	79
TABLA N° 5 Estructura del mercado	80
TABLA N° 6 Propietarios de almacenes de la ciudad de Otavalo.....	81
TABLA N° 7 Productores que producen y comercializan.....	84
TABLA N° 8 Tamaño de la población	85
TABLA N° 9 Oferta de cobijas.....	86
TABLA N° 10 Compra de cobija para la comercialización.....	87
TABLA N° 11 Dimensiones de las cobijas.....	88
TABLA N° 12 Precio de la cobija para la distribución.....	89
TABLA N° 13 Compra de cobijas	90
TABLA N° 14 Publicidad	91
TABLA N° 15 Características de las cobijas	92
TABLA N° 16 Creación de la empresa.....	93
TABLA N° 17 Género de los encuestados (as).....	94
TABLA N° 18 Años de producción	95
TABLA N° 19 Precio de venta a los almacenes	96
TABLA N° 20 Oferta de cobijas.....	97
TABLA N° 21 Producción de la cobija	98
TABLA N° 22 Prioridad del producto	99
TABLA N° 23 Diseño de las cobijas	100
TABLA N° 24 Preferencia de compra	101
TABLA N° 25 Competencia.....	102
TABLA N° 26 Determinación del precio	103
TABLA N° 27 Proyección de la demanda	105
TABLA N° 28 Proyección de la oferta	107
TABLA N° 29 Balance demanda / oferta	108
TABLA N° 30 Precio de las cobijas	109
TABLA N° 31 Proyección del precio de las cobijas.....	109
TABLA N° 32 Publicidad año 2017	114

TABLA N° 33 Posibles sectores a ubicar a la empresa	122
TABLA N° 34 Matriz de evaluación	122
TABLA N° 35 Matriz de factores ponderada	123
TABLA N° 36 Flujo grama del proceso productivo	124
TABLA N° 37 Terreno	139
TABLA N° 38 Costo infraestructura	140
TABLA N° 39 Maquinaria y equipos	142
TABLA N° 40 Muebles y enseres.....	143
TABLA N° 41 Equipo de computación	143
TABLA N° 42 Equipo de oficina.....	144
TABLA N° 43 Herramientas.....	144
TABLA N° 44 Vehículo	145
TABLA N° 45 Resumen de inversión fija	145
TABLA N° 46 Gasto de constitución	146
TABLA N° 47 Materiales e insumos	146
TABLA N° 48 Mano de obra.....	147
TABLA N° 49 Servicios básicos	147
TABLA N° 50 Mantenimiento y reparación.....	147
TABLA N° 51 Resumen de inversión variable.....	148
TABLA N° 52 Estructura de la inversión	148
TABLA N° 53 Ingresos.....	150
TABLA N° 54 Proyección de materia prima directa	151
TABLA N° 55 Proyección de materia prima indirecta	152
TABLA N° 58 Proyección de mano de obra directa (obreros).....	153
TABLA N° 59 Proyección del costo total de la mano de obra directa (obreros).....	154
TABLA N° 60 Proyección de los costos generales de fabricación.....	154
TABLA N° 61 Resumen costos de producción	155
TABLA N° 62 Proyección de gastos administrativos.....	155
TABLA N° 63 Proyección del gasto total personal administrativos	156
TABLA N° 64 Sueldo personal de ventas	156
TABLA N° 65 Proyección del gasto total del personal de ventas	157
TABLA N° 66 Gasto publicidad.....	157
TABLA N° 67 Resumen gastos de venta.....	158
TABLA N° 68 Proyección de depreciaciones.....	159

TABLA N° 69 Estructura del financiamiento.....	160
TABLA N° 70 Tabla de amortización	160
TABLA N° 71 Resumen de obligaciones crediticias.....	160
TABLA N° 72 Estado de situación financiera proforma	161
TABLA N° 73 Estado de resultados integral proyectada	163
TABLA N° 74 Flujo de caja	164
TABLA N° 75 Costo de oportunidad.....	165
TABLA N° 76 Valor actual neto.....	166
TABLA N° 77 Tasa interna de retorno	167
TABLA N° 78 Período de recuperación	168
TABLA N° 79 Cálculo periodo de recuperación	168
TABLA N° 80 Costo beneficio	169
TABLA N° 81 Punto de equilibrio	170
TABLA N° 82 Análisis	171
TABLA N° 92 Propietaria.....	190
TABLA N° 93 Niveles de impacto	194
TABLA N° 94 Impacto social.....	195
TABLA N° 95 Impacto empresarial	196
TABLA N° 96 Impacto ambiental	197
TABLA N° 97 Impacto económico	198
TABLA N° 98 Impactos generales	199

JUSTIFICACIÓN

Actualmente existen diversas actividades en cuanto a la fabricación y comercialización de cobijas en la comunidad Miguel Egas Cabezas, además hay materia prima necesaria para elaborar este tipo de producto, personas que tienen conocimiento en la elaboración de las cobijas con diferentes diseños, pero sin embargo no ofrecen productos de calidad a los consumidores quienes adquieren estos tipos de productos y no pueden cubrir en su totalidad la demanda.

Según el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, en el objetivo # 10 en la cual manifiesta sobre impulsar la transformación de la matriz productiva, este proyecto aporta en generar emprendimiento, además se puede incorporar el valor agregado a cada cobija pues serán estampados con diseños de las diferentes provincias del Ecuador y así fortalecer la capacidad de innovación, el aprendizaje adquirido y que las industrias artesanales sigan creciendo cada día más y sean competitivas.

Al establecer esta empresa se crearán fuentes de empleo y se mejorará la calidad de vida de los habitantes, además se aporta al fortalecimiento de la industria artesanal de la comunidad para que no puedan desaparecer las tradiciones de la comunidad pues esta es una actividad que cada día se va mejorando.

Los beneficiarios directos serán las familias de la comunidad, comerciantes del cantón que desean de este tipo de cobijas, quienes dispondrán de este tipo de producto para su comercialización pues la lana es una fibra natural que proporciona suavidad, brillo y durabilidad.

Además este proyecto no causa ningún impacto ambiental pues los materiales con los cuales se pretende trabajar son totalmente naturales o amigables con el medio ambiente no ocasiona peligro ni tampoco afecta al entorno.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cobijas de lana de oveja, ubicada en la parroquia Miguel Egas Cabezas, cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Ejecutar un diagnóstico situacional para determinar aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del proyecto, mediante encuestas y entrevistas.
- Elaborar las bases teóricas y científicas de temas referentes a la ejecución del proyecto, en forma apropiada los conceptos y teorías que sustenten la presente investigación, utilizando información bibliográfica y actualizada.
- Realizar un estudio de mercado para identificar la oferta y demanda de las cobijas de lana, a través de encuestas y entrevistas.
- Desarrollar un estudio técnico para establecer el lugar más adecuado donde se construirá la empresa, por medio de la investigación propia.
- Efectuar un estudio económico-financiero para definir la factibilidad y rentabilidad del proyecto, mediante la aplicación de los indicadores financieros.
- Elaborar una estructura organizacional que permita especificar las actividades a desempeñar por los empleados de la empresa, a través de los manuales de funciones.
- Definir los diferentes impactos que se generen con la creación de la nueva empresa, en los ámbitos económico, empresarial, ambiental y social, mediante el uso de una matriz.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Otavaló conocida también como Valle del Amanecer, es habitada por la etnia indígena Kichwa famoso por sus artesanías, ofrece al turista nacional y extranjero artesanías diseñadas por sus propias manos; en lana, tagua, cabuya entre otros. Otavaló es famoso por el mercado artesanal indígena más grande de Sudamérica.

La Plaza de los Ponchos conocido también como la Plaza Centenario, es el mercado artesanal sitio a la cual visitan gente de todas partes del mundo, para admirar la habilidad y la diversidad artesanal que ofrecen los otavaleños.

Gran parte de la ciudad de Otavaló se dedica completamente a la producción y comercialización industrial y artesanal de diferentes tipos de productos como son; instrumentos musicales, sombreros, tapices, gorras, pulseras, bolsos, telas de pescados y toda clase de artesanías.

“Otavaló cuenta con diferentes parroquias urbanas y rurales como; El Jordán y San Luis, San Pablo, Eugenio Espejo, González Suárez, San Rafael, Dr. Miguel Egas Cabezas, San Juan de Ilumán, San José de Quichinche, Selva Alegre y San Pedro de Pataquí.” (*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavaló, 2015*)

El nombre de la parroquia de Peguche se originó por el Doctor Miguel Egas Cabezas quien fue un ilustre otavaleño, que tuvo gran vínculo con la sociedad, consiguiendo cambios a nivel nacional. La parroquia de Peguche se dedica completamente a las artesanías textiles, siendo la comunidad el eje central de esta actividad.

“Se conoce a Miguel Egas Cabezas a la Parroquia rural Peguche perteneciente al cantón Otavaló de la provincia de Imbabura, ubicada a 21 km de la capital provincial y a 113 km de la capital ecuatoriana”. (*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Miguel Egas, 2012*)

“En 1970 con el boom de las artesanías se empezó a utilizar telares mecánicos, los cuales fueron conseguidos especialmente en las fábricas de Quito. Este cambio tecnológico debido al crecimiento de la demanda de los tejidos, ubica a la producción textil de Peguche en el campo industrial. Gran parte de los tejidos que producen en la comunidad son exportados a diferentes países y son vendidos en los grandes almacenes como Macy’s de Nueva York”.
(*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Miguel Egas, 2012*)

La parroquia de Peguche fue creciendo con el incremento del comercio, por el uso de máquinas eléctricas, y las tierras que antes se usaban para la agricultura hoy en día son ocupados para construir pequeños talleres familiares.

La industria manufacturera es la principal fuente de ingresos para las familias, otavaleñas seguido por el comercio de alimentos, el turismo y finalmente la agricultura y la ganadería.

Hoy en día la labor económica se ha observado que está envuelto en un proceso de competitividad y mejora continua, llevando a las entidades a ser más eficaz en sus actividades productivas y ofrecer un producto de calidad.

La presente investigación pretende dar solución a una problemática que existe en la parroquia de Peguche, pues gran parte de los artesanos de la comunidad no cuentan con talleres adecuados para la producción de las cobijas de lana, no poseen mucho conocimiento en la parte de distribución del producto, los artesanos ofrecen los productos a precios muy bajos sin importar los costos.

Y mediante la creación de esta empresa dedicada a la producción y comercialización de cobijas de lana de oveja, se podrá satisfacer las necesidades de los consumidores.

1.2. Objetivos del diagnóstico

1.2.1. Objetivo general

Elaborar un diagnóstico situacional para determinar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del proyecto, mediante entrevistas y encuestas.

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar el funcionamiento y la producción del mercado de las cobijas de lana en la ciudad de Otavalo, para conocer la aceptación del producto, por medio de la entrevista.
- Analizar los aspectos geográficos y demográficos del cantón Otavalo, para especificar la ubicación y población, mediante la investigación documental.
- Conocer los aspectos sociales del cantón Otavalo, para identificar la PEA, mediante el uso de la investigación documental.
- Conocer los aspectos económicos, para determinar los tipos de comercio existentes en el cantón, a través de la investigación secundaria.
- Definir los sitios turísticos existentes en Otavalo, para conocer las actividades turísticas y la cultura, por medio de la investigación.

1.3. Establecimiento de las variables e indicadores de diagnósticos

- Funcionamiento y producción
- Aspectos geográficos y demográficos
- Aspecto social
- Aspectos económicos
- Aspectos turísticos

En el cuadro siguiente se muestra detalladamente los puntos más importantes que se requiere para la investigación de este proyecto, esto ayudará a analizar y verificar la factibilidad del proyecto que se mencionó anteriormente.

TABLA N° 1 Variables e indicadores diagnósticos

VARIABLES	INDICADORES
Funcionamiento y producción	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo en la actividad • Materia prima • Tipos de productos • Volumen de producción • Diseños del producto • Maquinaria • Mano de obra
Aspectos geográficos y demográficos	<ul style="list-style-type: none"> • División geográfica • Población • Extensión (km²)
Aspectos social	<ul style="list-style-type: none"> • Población económicamente activa • Sectores de la producción
Aspectos económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades económicas • Tipo de comercio
Aspectos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Cultural • Actividades turísticas • Sitios turísticos

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

A continuación se realiza la matriz de variables diagnósticas se tomó en cuenta el cuadro anterior, para la realización de los análisis respectivos a continuación se detalla;

1.4. Matriz de variables diagnósticas

TABLA N° 2 Matriz de relación diagnóstica

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnicas	Fuente de estudio
Identificar el funcionamiento y la producción del mercado de las cobijas de lana en la ciudad de Otavalo, para conocer la aceptación del producto, por medio de la entrevista.	Funcionamiento y producción.	Tiempo en la actividad	Primaria	Entrevista(Anexo1)	Sr. Luis Conejo propietario del taller.
		Materia prima		Entrevista(2)	Sr. Luis Conejo propietario del taller.
		Tipos de productos		Entrevista(6)	Sr. Luis Conejo propietario del taller.
		Volumen de producción		Entrevista(4)	Sr. Luis Conejo propietario del taller.
		Diseños de las cobijas		Entrevista(11)	Sr. Luis Conejo propietario del taller.
		Maquinaria		Entrevista(3)	Sr. Luis Conejo propietario del taller.
		Mano de obra.		Entrevista(5)	Sr. Luis Conejo propietario del taller.
Analizar los aspectos geográficos y demográficos del cantón Otavalo, para especificar la ubicación y población, mediante la investigación documental.	Aspectos geográficos y demográficos.	División geográfica	Secundaria	Investigación	INEC
		Ubicación y límites (Km2)		Investigación	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo.
		Población		Investigación	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo.
Conocer los aspectos sociales del cantón Otavalo, para identificar la PEA, mediante el uso de la investigación documental.	Aspectos sociales	PEA	Secundaria	Investigación	INEC
		Sectores de la producción		Investigación	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo.

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnicas	Fuente de estudio
Conocer los aspectos económicos, para determinar los tipos de comercio existentes en el cantón, a través de la investigación secundaria.	Aspectos económicos	Actividades económicas Tipo de comercio	Secundaria	Investigación Investigación	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo.
Definir los sitios turísticos existentes en Otavalo, para conocer las actividades turísticas y la cultura, por medio de la investigación.	Aspectos turísticos	Cultural Actividad turística Sitios turísticos	Secundaria	Investigación Investigación Investigación	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo. Dirección de turismo y desarrollo económico y local.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

1.5. Técnicas de investigación

Para la realización del presente diagnóstico se utilizó varias técnicas de investigación como; la entrevista al señor Luis Conejo propietario del taller, observación directa esto permitió conocer a fondo el funcionamiento y la producción de las cobijas de lana de oveja.

1.5.1. Identificación de la población

Para la realización del presente diagnóstico se tomó como población a investigar al señor propietario del pequeño taller Luis Conejo quien es productor y comercializador de cobijas de lana por mucho tiempo.

1.5.2. Instrumentos

Los instrumentos que se aplicaron en este proyecto para la recopilación de los datos es la información primaria y secundaria.

1.5.3. Información primaria

Entrevista

La entrevista se desarrolló al propietario del pequeño taller, señor Luis Conejo habitante de la comunidad, el señor tiene grandes experiencias y conocimientos por varios años de trabajo como artesano, me supo aportar información sobre el funcionamiento y producción de las cobijas, pues esta indagación sirve para el desarrollo del proyecto mencionado anteriormente.

Método de observación

La observación directa se realizó al taller del señor Luis Conejo quien es habitante de la comunidad, esto ayudó a verificar la producción de las diferentes cobijas de lana, además se pudo notar que tipos de colores son más solicitados por los clientes.

1.5.4. Información secundaria

Dentro de esta información de igual manera se utilizó datos de documentales, revistas, web en línea, datos estadísticos del INEC entre otros.

1.6. Análisis de la entrevista

1.6.1. Entrevista dirigida al señor propietario del taller señor Luis Conejo

El objetivo primordial de la entrevista es conseguir información suficiente para poder respaldar la factibilidad del presente proyecto.

ENTREVISTADO: Luis Conejo

FECHA: 22 de mayo de 2015

PUESTO: Artesano

INSTRUCCIÓN: Primaria

HORA: 14:00 p.m.

EDAD: 31 años

Cuestionario:

1. ¿Cuánto tiempo se dedicada a esta actividad?

La experiencia que tengo es desde niño cuando empecé a trabajar por primera vez tejiendo cuando tenía 13 años, y desde entonces fui captando diferentes maneras para tejer y urdir, cuando tenía suficiente conocimiento busque nuevas maneras para poner mi propio taller. Hoy en día soy artesano me dedico más de 10 años en esta actividad.

2. ¿Para elaborar las cobijas que tipo de material utiliza?

Para elaborar las cobijas se utiliza principalmente la lana de oveja, estas vienen en diferentes colores, con la cual empiezo a tejer las cobijas ya sean en diferentes diseños y tamaños. Las cobijas de lana se diseñan de acuerdo a los pedidos y creatividad de mi persona.

3. ¿Cuántas unidades de cobijas de lana de oveja produce al mes?

Yo como artesano puedo decir que se elabora como unas 250 cobijas al mes, estas se pueden hacer mediante pedidos o para vender en el puesto que tengo en la plaza de los ponchos, local aun no tengo pero si quisiera tener, el arriendo cuesta mucho en estos días.

4. ¿Dónde adquirió las maquinas eléctricas para la elaboración de las cobijas de lana?

Las maquinarias eléctricas que tengo son gracias al señor Mario Gómez quien me ayudo a adquirir las maquinarias, quien vive en la ciudad de Quito y tiene contacto con las grandes fábricas don Mario Gómez es bien conocido por la comunidad, pues él tiene experiencia sobre las reparaciones y manteniendo de las maquinarias, y le conozco por mucho tiempo por medio de una tía que me recomendó.

5. ¿Cómo contrata la mano de obra para la producción de las cobijas?

Como dueño de mi pequeño taller ofrezco trabajo, a quienes tengan experiencias en manejar las máquinas eléctricas esto me facilita a mí a que los tejedores no desperdicien material, ni tampoco se demoren en realizar las cobijas de lana.

6. ¿Qué tipos de cobijas produce en su taller?

Como artesano productor realizo cobijas de lana de oveja de 2 plazas y esto lo realizo de acuerdo a los pedidos que me hagan los clientes, las cobijas pueden ser multicolores, naturales y llanos también a veces los clientes me dan las muestras y yo diseño sin ningún problema esto se elabora según los pedidos. Se debe tomar en cuenta que tipo de colores o combinación son los que más se venden.

7. ¿Cómo fija los precios en las cobijas de lana?

El precio se fija de acuerdo al costo y el tiempo en que se demora en ser elaborado sean cobijas llanos o naturales cuesta lo mismo.

8. ¿Usted conoce a los proveedores de materia prima para la elaboración de las cobijas de lana?

Si conozco bien a mis proveedores en la ciudad de Otavalo existen varios quienes me abastecen de la materia prima para este tipo de producto. Yo trabajo con el almacén Flor tex quien me abastece del material, además el propietario del almacén vienen a dejar la materia prima según mis pedidos al taller.

9. ¿Dónde realiza la distribución de las cobijas de lana?

Yo entrego las cobijas principalmente en la ciudad de Otavalo, en los almacenes, comerciantes de la Plaza de los Ponchos y a clientes de Baños, Guayaquil y Quito aquellos que me conocen vienen a comprar directamente en mi taller.

10. ¿Piensa usted que la comercialización de las cobijas es rentable?

Puedo decir que si hay más rentabilidad cuando los clientes piden las cobijas en grandes cantidades y también en temporadas.

11. ¿Los diseños de las cobijas de lana de oveja quien lo realiza?

Los diseños de las cobijas yo lo hago de cuerdo a mi creatividad, para así no tener las cobijas de los mismos colores, por eso es muy importante combinar cada uno de los colores.

12. ¿Usted pregunta a sus clientes si los productos que ofrece satisface las necesidades?

Son los propios clientes que me comunican que tipo de cobijas quieren, en este caso ellos deciden los colores y estos son entregados de acuerdo a sus peticiones, así se puede ir satisfaciendo sus necesidades no tengo problema en realizarlos.

1.6.2. Información técnica bibliográfica

1.6.2.1. División geográfica

GRÁFICO N° 1 Ubicación del cantón Otavalo

PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: Atlas del Ecuador
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

a) Ubicación y límites.

Otavalo se encuentra localizada al norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura, a 110 kilómetros de la capital de Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, tiene una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar. (*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo, 2015*).

La ciudad de Otavalo está rodeada por los cerros del Taita Imbabura y Mama Cotacachi, son las más conocidas por los turistas nacionales, Otavalo está rodeada por el Lago San Pablo y las reservas de la cascada de Peguche.

El idioma oficial del cantón Otavalo es el castellano y el Kichwa, la mayoría de la población es de la etnia indígena.

b) Población

Según el último censo del año 2010 Otavalo tiene una población total de 104.874 habitantes. Cuenta con una participación población del 0.72%. El Valle del Amanecer cuenta con alrededor de 157 comunidades Kichwa situados en las diferentes parroquias urbanas y rurales.

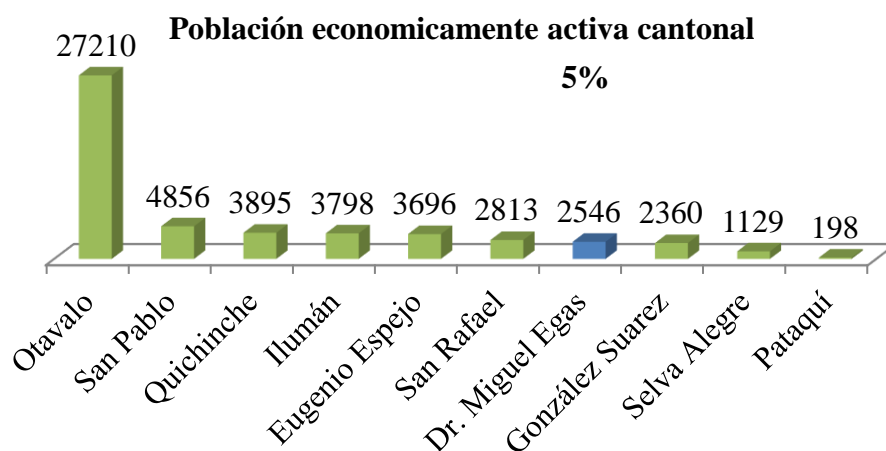
1.6.2.2. Aspecto social

a) Población económicamente activa (PEA)

La Población económicamente activa está conformada por las personas de 10 años y más que trabajan, o que no laboraron pero tuvieron empleo, o son aquellas personas que buscan empleo y están dispuestos a trabajar.

“Respecto a la distribución interna de la PEA en el cantón Otavalo, se observa una concentración en el área urbana (ciudad de Otavalo) con 27.210 personas lo que representa el 51,58% del total de la población de esta área. En cuanto a las parroquias rurales, la suma de la PEA asciende a 52.121 personas que representan un 48,52% de la población total de las nueve parroquias rurales”. (*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo, 2015*)

GRÁFICO N° 2 Distribución de la población económicamente activa cantonal



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo, 2015

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

La parroquia de Peguche cuenta con el 5% de la población económicamente activa, pues la gran mayoría de los pobladores se dedican a la actividad artesanal, pues no cuenta con empleo fijo y solo tienen pequeños talleres familiares.

b) Sectores de la producción

Dentro de los sectores de la producción la ciudad cuenta con los principales sectores; sector primario, sector secundario y sector terciario.

En el sector primario el cantón cuenta con los conocimientos y técnicas que poseen los habitantes de las comunidades en el área de la agricultura, las personas se dedican a labrar y cultivar la tierra.

La ganadería es otra fuente de ingresos que tiene el cantón, los habitantes tienen crianza de animales para obtener carne o vender.

Sector secundario se refiere a la transformación de las materias primas en productos terminados, como puede ser; la industria manufacturera, sector minero y el sector de la construcción. Otavalo cuenta con la cementera de Selva Alegre.

Se puede mencionar dentro de este sector a la comunidad de Peguche la cual se dedica a la producción y comercialización de las artesanías y aporta en gran manera la ciudad.

Sector terciario se puede decir que solo produce servicios como puede ser; sector comercial, sector turístico, sector de transporte.

En el sector turístico se puede mencionar que la ciudad de Otavalo cuenta con grandes reservas naturales que son atractivas para los turistas como; la cascada de Peguche, El lago San Pablo, El Lechero, Parque Cóndor, Lago Mojanda, Taxo Pamba.

En el sector comercial se puede mencionar a la Plaza de los Ponchos, donde se ofrecen las diferentes artesanías elaboradas por los propios habitantes del cantón y de sus comunidades.

1.6.2.3. Aspectos económicos

a) Actividades económicas

Gran parte de la ciudad de Otavalo se dedica a la producción y comercialización de productos artesanales e industriales como; los instrumentos musicales, sombreros, fajas, hamacas, sombreros, alpargatas, pochos, cobijas, tapices, sacos de lana.

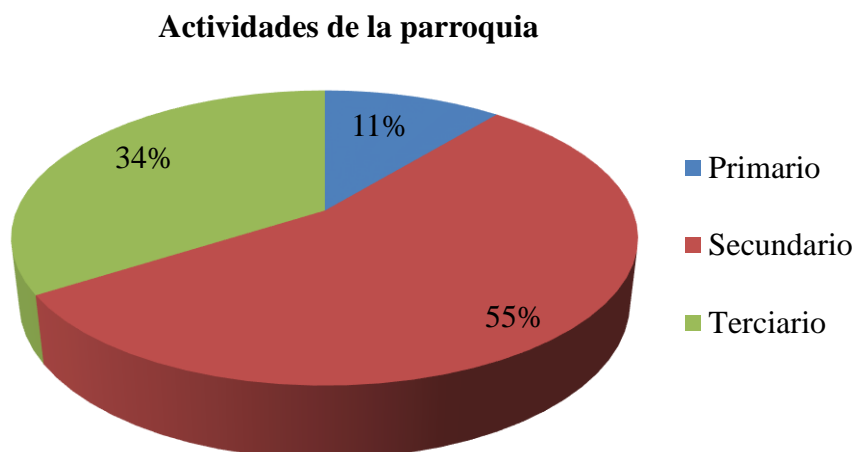
La actividad artesanal representa la principal fuente de ingresos que tienen los habitantes del cantón, seguidamente está el comercio de alimentos ancestrales el turismo y por último se tiene a la agricultura y ganadería.

El turismo y las artesanías son las principales actividades que atraen a la economía del cantón, pese que existen la incorporación de artesanías colombianas y peruanas y esto aumenta a la competencia del mercado local.

En días ordinarios el comercio en Otavalo concentra aproximadamente 2.660 puestos de comerciantes, especialmente en el mercado 24 de Mayo, Copacabana, Centenario, Calle Chiriboga, Calle 31 de Octubre, a diferencia del día sábado, donde el comercio genera un movimiento masivo de intercambio comercial, incrementándose en un 211% (5624 puestos) la cantidad de puestos de comerciantes que ofertan sus productos en lugares aledaños a la Plaza de Pochos y a los mercados principales. (*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo, 2015*)

Actividades económicas de la parroquia de Peguche se clasifica de acuerdo a su orden de importancia sector: secundario (industria, manufacturera) que corresponde a un 55% de la población dedicada a esta actividad, seguido del terciario (comercio, restaurantes, hostales, transporte, construcción, servicios profesionales y gubernamentales, educación, médicos, así como servicios personales de limpieza, domésticos, electricistas y servicios turísticos) con el 34% y el sector primario (agricultura, ganadería, piscicultura, forestal y minería) con el 11%. (*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Miguel Egas, 2012*)

GRÁFICO N° 3 Actividades productivas de la parroquia de Peguche.



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Miguel Egas, 2012

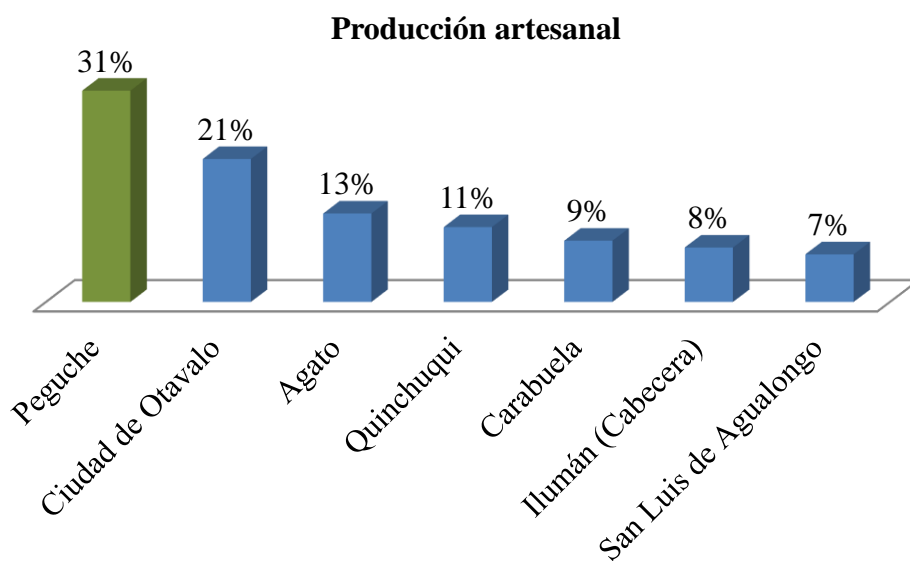
Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

b) Tipo de comercio

Dentro de las principales actividades económicas del cantón se encuentran los siguientes tipos de comercio; manufactura, otras actividades, agricultura ganadería, comercio, construcción y enseñanza.

GRÁFICO N° 4 Concentración de la producción artesanal



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo.

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Dentro de la industria artesanal Peguche cuenta con el 31% de aportación en la producción de artesanías pues elaboran productos como; chalinas, tapices, ponchos, cobijas, bolsos, atrapa sueños, sacos de lana, producción de telas etc.

Seguido por un 21% la ciudad de Otavalo también aporta con la actividad artesanal, la comunidad de Agato cuenta con el 13% a la actividad artesanal, se encuentra a pocos kilómetros de la comunidad de Peguche.

El gráfico anterior indica los porcentajes de cada comunidad las cuales se dedican a la producción artesanal.

1.6.2.4. Aspectos turísticos

a) Cultural

Al cantón Otavalo se la conoce como “Capital Intercultural del Ecuador”, por el pueblo Kichwa que se dedica a la producción y comercialización de las artesanías dentro y fuera de la ciudad con base a la identidad. Otavalo es habitada por gran cantidad de personas indígenas, quienes habitan en las comunidades rurales.

La vestimenta de los pueblos Kichwa otavalos son elaborados por los mismos habitantes del sector, y son reconocidas por otros pueblos y nacionalidades del Ecuador, estas vestimentas son únicas y conservan la identidad.

Dentro de las actividades culturales que se realiza en las diferentes comunidades pertenecientes al cantón Otavalo se puede mencionar; las fiestas tradicionales del Pawkar Raymi (Fiesta del florecimiento), Inty Raymi (Homenaje y agradecimiento a la madre tierra por las cosechas recibidas) y el Capay Raymi.

b) Actividades turísticas

La ciudad de Otavalo ofrece varias opciones de actividades turísticas como es; la Laguna de Mojanda la cual está rodeada por pajonales y por los bosques, en la laguna se puede realizar paseos en canoas a remo y se puede practicar la pesca deportiva.

c) Servicios turísticos

Otavalo conocido como “Capital de las artesanías ecuatorianas” ofrece a los turistas nacionales y extranjeros variedad de artesanías como; prendas de vestir elaborados por las manos de los indígenas otavalos, comidas ancestrales (típicas), lugares turísticos y diferentes festividades que se realizan en las comunidades.

La iglesia El Jordán es una de las más grandes, esta ubicada al frente del parque Bolívar, rodeada por algunas edificaciones antiguas y modernas. La fachada de la iglesia está elaborada con piedra caracterizada por la simplicidad y sencillez.

La Plaza Centenario es el lugar al cual se concentran los artesanos para comercializar sus productos, esta feria se lo realiza todos los días pero hay más turistas los días sábados, aquí se puede encontrar diversidad de artesanías como; ponchos, bufandas, camisas, cobijas, manillas, alpargatas, collares, manteles, alfombras y un sin número de productos.

En la comunidad Peguche se puede encontrar la reserva de la cascada del mismo nombre, situada entre las comunidades de Agato y Quinchiqui a pocos kilómetros del cantón. La cascada está rodeada por una plantación forestal de eucaliptos y otras especies arbóreas. Es un espacio de recreación muy valioso para los comuneros y muy atractivo para los turistas.

1.7. Análisis de factores comparativos del proyecto

Para realizar el diagnóstico situacional externo del proyecto se utilizó la matriz AOOR que es un instrumento de análisis que permitió determinar factores positivos y negativos inherentes a la creación de la empresa productora y comercializadora de cobijas de lana en parroquia de Peguche, cantón Otavalo, a continuación se especifica en el siguiente cuadro:

TABLA N° 3 Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Artesanos de la parroquia que tienen conocimiento en elaborar cobijas. ✓ Proveedores que comercializan herramientas para la industria manufacturera. ✓ Acuerdos de comercialización con clientes, almacenes y comerciantes minoristas. ✓ Turistas nacionales que llegan a la ciudad de Otavalo. ✓ Proveedores que comercializan materia prima en cantidades (lana). 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pérdida de la cultura artesanal. ✓ La tecnología que posee las fábricas. ✓ Presencia de numerosos almacenes que comercializan productos sustitutos y que están debidamente reconocidas.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hay escasos productores de cobijas de lana que fabriquen en cantidades. ✓ Ubicación estratégica de la comunidad, lugar turístico y de gran afluencia de personas. ✓ Variedad de diseños en las cobijas. ✓ Cobijas elaboradas con fibras naturales sin utilizar productos derivados del petróleo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Retraso o incumplimiento de los proveedores de materia prima solicitados en el proceso productivo. ✓ Precios altos en la adquisición de la materia prima e insumos. ✓ Favoritismo de productos sustitutos como; cobijas térmicas, edredones, cobijas de alpaca entre otros. ✓ Aumento de competidores.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

1.8. Determinación de la oportunidad de inversión

Luego de haber realizado los análisis de los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto antes mencionado, se ha logrado evidenciar que no hay productores muy significativos. Además de la entrevista realizada al propietario Luis Conejo quien es dueño del pequeño taller se pudo obtener información, en la cual se llegó a determinar las ventajas de los productos como en este caso son las artesanías.

Con la implantación de esta nueva empresa se busca ofrecer productos de gran variedad, calidad con precios competitivos y elaborados por el conocimiento de los propios productores que los hacen únicos.

En la comunidad de Peguche existen pequeños talleres familiares los cuales se dedican a producir y comercializar cobijas de lana, pero estos productos son de baja calidad como puede ser; no contienen etiquetas respectivas, al momento de perchar no posee suficiente pelón, mucho de los productores no planchan y son vendidos a precios muy bajos.

Asimismo otra de las preocupaciones es que los clientes demandan muchas necesidades y preferencia de este producto. También se identificó la disponibilidad de los siguientes recursos; materia prima, es decir la lana se puede conseguir en gran cantidad y variedad de colores sean naturales o tinturados, insumos, equipos, maquinaria y recurso humano necesario para la producción de este producto.

Se puede realizar acuerdos de comercialización con los diferentes almacenes, comerciantes minoristas del cantón y sí es posible a nivel nacional. Es viable la creación de esta empresa, pues constituida legalmente podrá generar productos en grandes cantidades, de esta manera mejorar la oferta en el mercado y los consumidores lograrán satisfacer sus necesidades y gustos.

Además se apoyara a la economía del país y de los pobladores pues se generara fuentes de trabajo.

Por lo indicado anteriormente se estableció que la parroquia de Peguche reúne las condiciones necesarias que contribuyen favorablemente para la formulación del proyecto

mencionado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE COBIJAS DE LANA EN LA PARROQUIA DE PEGUCHE, CANTON OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”

1.9. Conclusiones

Se realizó las respectivas investigaciones del diagnóstico situacional como son; antecedentes de la ciudad de Otavalo, comunidad de Peguche y las actividades artesanales de la comunidad.

Se estableció las respectivas variables e indicadores de diagnóstico como variables son; funcionamiento y producción, aspectos demográficos, aspecto social, aspecto económico y el aspecto turístico y se detalló cada uno de los respectivos indicadores como se menciona a continuación; materia prima, tipos de producto, volumen de producción, mano de obra, maquinaria, diseños entre otros.

Además se elaboró un cuadro de matriz de relación diagnóstica, en la cual se identificó cada uno de los objetivos, variables, indicadores, fuente, técnica y fuentes de estudio, esto ayudó mucho para conocer más acerca de la ciudad, parroquia zona investigada.

Dentro de la mecánica operativa se utilizó las técnicas e instrumento como; la información primaria y la información secundaria.

Finalmente se estableció la respectiva MATRIZ AOOR, para identificar los, aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La empresa

2.1.1. Definición

(Zacarías & Heli, 2014) Manifiesta: *“Una empresa es un conjunto de individuos organizados para alcanzar un fin común”*. (p. 490).

(Zambrano, 2013) Menciona: *“Es toda unidad jurídica establecida que organiza, planifica, coordina, supervisa y controla la producción de bienes y servicios”*. (p.353).

La empresa es una entidad económica, grande, mediana o pequeña conformada por recursos humanos, materiales y técnicos, que tiene por objeto obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para la fábrica textil Lema S.A estas definiciones ayudará para ser organizada y supervisada por los entes de control, además sirve como guía para tomar en cuenta cada uno de los fundamentos teóricos al momento de ejecutar la empresa.

2.2. Artesanía

“Son objetos artísticos de significación cultural, realizados manualmente o con máquinas movidas con energía básicamente humana, en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de artesanías”. (Artesanos manos a la obra, 2015)

Las artesanías son productos elaborados por los conocimientos que poseen las personas, cada diseño tiene diferente significado como puede ser; tradiciones del sector y vivencias y cada elaboración son llamativas.

2.2.1. Proceso productivo y artesanal

Para la realización de las artesanías se cumplen diferentes procesos productivos, entre las cuales pueden ser manuales o utilizando la intervención de la energía eléctrica en este caso la maquina eléctrica, normalmente para la elaboración de las artesanías se usa materia prima locales y cada actividad se lo ejecuta en pequeños talleres familiares.

2.3. Fibra textil

“Estructura de origen animal, vegetal, mineral o sintético parecida al pelo. Su diámetro no suele ser superior a 0,05 cm. Las fibras se utilizan, entre otras muchas aplicaciones, en productos textiles y se clasifican en función de su origen, de su estructura química o de ambos factores”. (EcuRed, 2013)

Las fibras son composiciones de los hilos, telas y tejidos que se utilizan para la fabricación de diferentes productos las cuales pueden ser fibras vegetales, animales y artificiales.

2.3.1. Fibra natural

“Las fibras obtenidas de una planta o un animal se denominan fibras naturales. La mayoría de estas fibras se utiliza en telas textiles, aunque las fibras de las plantas como tales se utilizan también para sogas”. (Materiales, 2015)

Las fibras naturales principalmente se obtienen de los animales o plantas y se hilan para producir hilos, son muy resistentes por mucho tiempo y se les utiliza para fabricar todo tipo de prendas.

2.3.2. Oveja

“La oveja es un animal mamífero que se caracteriza por tener el cuerpo cubierto de lana, la cual puede extraerse y usarse para fabricar prendas de ropa y cobijas, entre otras cosas”. (Vikidia, 2015)

La oveja es un animal cubierto de lana en todo su cuerpo, es doméstica vive en el campo, genera principalmente la lana y carne.

GRÁFICO N° 5 Ovejas



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

2.3.3. Lana de oveja

“La lana es una fibra natural que se obtiene de las ovejas y de otros animales mediante un proceso denominado esquila, se utiliza en la industria textil para confeccionar productos tales como sacos, cobijas, ruanas, tapetes, guantes, calcetines, suéteres, mochilas, entre muchos otros”.

La lana de oveja brinda principalmente elasticidad y durabilidad pues es de origen natural, son utilizados para elaborar diversos tipos de productos.

GRÁFICO N° 6 Lana de oveja

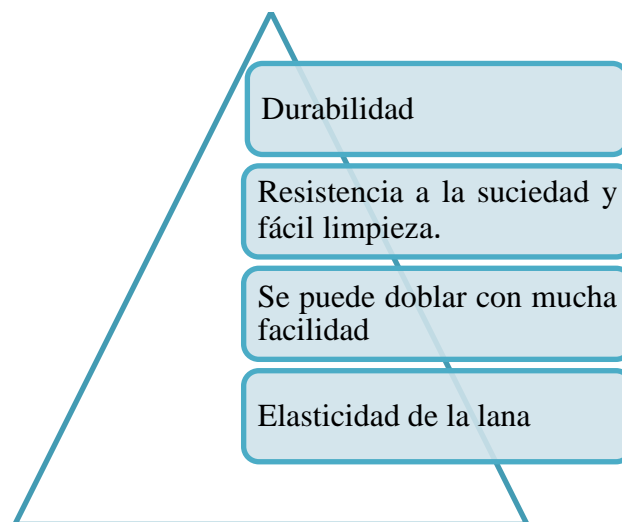




Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

2.3.3.1. Características de la fibra de lana

GRÁFICO N° 7 Características principales de la fibra de lana



Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

La lana es una fibra suave y rizada que se obtiene principalmente de la piel de la oveja doméstica.

2.4. Cobija

La cobija o también llamada manta es un tejido que usa hilos de lana o algodón, es suave y flexible de forma rectangular, que se utiliza para abrigarse en la cama o al exterior.

2.5. Máquina de tejer

La máquina eléctrica o máquina de tejer está construida por metal, en la cual se colocan diferentes tipos de lana o hilos con la cual se pretende elaborar el producto.

Las diferentes máquinas o telares eléctricos son utilizados por cada uno de los artesanos de la parroquia de Peguche, para producir las cobijas, chalinas, sacos, ponchos entre otros. Estas máquinas hoy en día operan en cada uno de los pequeños talleres que existen en la comunidad.

Antiguamente los pequeños productores trabajaban en telares a mano pues en esos tiempos el valor de cada máquina eléctrica tenía un costo elevado, esto no les permitía a ser adquiridas. Hoy en día hay diferentes máquinas eléctricas que producen distintos tipos de artículos pero esto depende de la marca y del producto que se espera producir.

El artesano compra la máquina eléctrica y envía a personas que tengan conocimiento en diseñar diferentes tipos de imagen para elaborar en dicha máquina y luego salir a comercializar el producto terminado.

Con la tecnología avanzada hoy en día hay diferentes máquinas eléctricas computarizadas pero el costo de estas máquinas son elevadas.

GRÁFICO N° 8 Máquinas eléctricas marca RUTI y PICAÑOL



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

2.6. Lanzaderas

Estas lanzaderas se utilizan para tejer las cobijas, las mismas ayudan mucho al momento de pasar por la trama, las lanzaderas pueden contener diferentes tipos de colores de lana para realizar combinaciones en el tejido, al final se podrá obtener un producto con diferentes combinaciones de colores.

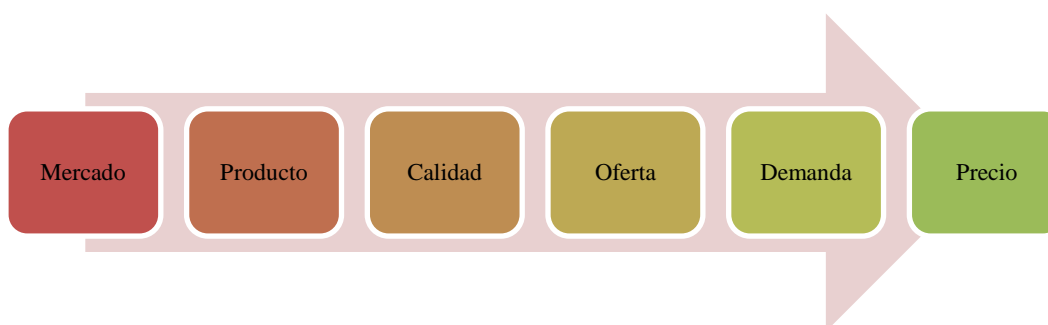
GRÁFICO N° 9 Lanzaderas



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

2.7. Estudio de mercado

GRÁFICO N° 10 Estudio de mercado



Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

(Rojas López, 2015) Expresa: “Se denomina a la primera parte de la investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. (p. 5).

El estudio de mercado permite identificar el precios, canales de distribución y la plaza con el fin de estudiar las respuestas ante nuestros posibles clientes.

2.7.1. Producto

(Murcia, Piraquive, & Medellín, 2011) Manifiesta: *“Es el resultado de la interacción entre mano de obra, maquinaria y materiales, que intervienen en un proceso que se llama transformación de lo cual puede resultar un bien o un servicio”*. (p. 87).

(Tirado, 2011) Menciona: *“Conjunto de atributos tangibles e intangibles que el consumidor cree que posee un determinado bien para satisfacer sus necesidades”*. (p. 96).

El producto es un bien o servicio que pasó por un determinado proceso de transformación para posteriormente ser ofrecido en el mercado, con el propósito de satisfacer necesidades de los consumidores.

2.7.2. Calidad

(Hernández, Rodríguez, & Anda, 2012) Determina: *“Es hacer bien las cosas .Tarea que requiere de disciplina, ciencia, teoría, arte y técnica”*. (p. 23).

Las empresas utilizan instrumentos de la calidad para conseguir el posicionamiento del producto y se relaciona de forma directa con la satisfacción del consumidor.

2.7.3. Mercado

(Armstrong, Kotler, Harker, & Brennan, 2011, pág. 8) Establece: *“Es un conjunto de compradores reales y potenciales de un producto”*. (p. 8).

(Camino & Garcillán, 2012)Comenta: *“Conjunto de compradores que buscan un determinado producto”*. (p. 69).

Mercado es el conjunto de compradores y vendedores de un bien o servicio se efectúan intercambios de productos en la cual se utiliza el dinero como fuente principal.

2.7.4. Oferta

(Araujo, 2012) Indica:

“Es el importe del volumen de bienes y servicios que los productores actuales colocan en el mercado para ser vendido, ósea, es la cuantificación de los productos, en unidades y dinero, que actualmente las empresas que constituyan la competencia están vendiendo en el mercado en estudio”. (p. 43)

Oferta es el volumen total de los productos o servicios que los proveedores entregan al mercado, son agentes que establecen la oferta como, el precio del bien o servicio.

2.7.5. Demanda

(Tirado, 2011) Detalla: *“Es el volumen total de compras realizadas por una categoría de clientes, en un lugar determinado y en el curso de un periodo dado, en unas condiciones del entorno específicas y para un esfuerzo de marketing previamente definido”.* (p.74).

(Camino & Garcillán, 2012) Expresa: *“Estimación razonada de las posibilidades cuantitativas de ventas de un producto o de un servicio para un periodo determinado y para una clientela definida”.* (p. 118).

Demanda es la cantidad total de todos los bienes y servicios que se venderá en el mercado, se analizará diferentes factores como el precio, calidad, gustos y preferencias del consumidor.

2.7.6. Precio

(Prieto, 2013)Determina: *“Es la cantidad de dinero que un consumidor está dispuesto a pagar al comprar o alquilar un producto o servicio en el mercado (p. 47).*

(Urbina, 2013, pág. 61)Dice: *“Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.* (p. 61).

Precio es el valor total de un determinado bien o servicio que se entrega en el transcurso de compra-venta, incorpora dos roles; para el consumidor es el coste de un determinado bien o servicio y para el proveedor es la principal fuente de utilidades.

2.7.7. Comercialización

(Rojas López, 2015) Dice: *“Es la actividad que permite al productos hacer llegar un bien o servicio al consumidor con, los beneficios de tiempo y lugar”*. (p. 64).

La comercialización representa al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la comercialización de una determinada mercancía, producto o servicio, se refiere a la satisfacción del cliente.

2.7.8. Publicidad

(Fisher & Espejo, 2011) Define:

“Es aquella actividad que utiliza una serie de técnicas creativas para diseñar comunicaciones persuasivas e identificables, transmitidas a través de los diferentes medios de comunicación; la paga un patrocinador y se dirige a una persona o grupo con el fin de desarrollar la demanda de un producto, servicio o idea”. (p. 202).

(Murcia, Piraquive, & Medellín, 2011) Dice: *“Es una forma de comunicación pagada y que no es personal sino masiva, que se realiza de un producto o servicio, entendiéndose que este producto también puede ser una idea, iniciativa, sitio o experiencia”*. (p. 111).

La publicidad son todas las estrategias apropiadas de promoción que son utilizadas por las diferentes organizaciones como; descuentos, degustaciones, promociones para incentivar la compra de un bien o servicio y expandir cada vez en el mercado.

2.7.9. Promoción

(Fisher & Espejo, 2011) Señala: *“Es dar a conocer el producto al consumidor, se debe persuadir a los clientes de que adquieran los artículos que satisfagan sus necesidades”*. (p. 17).

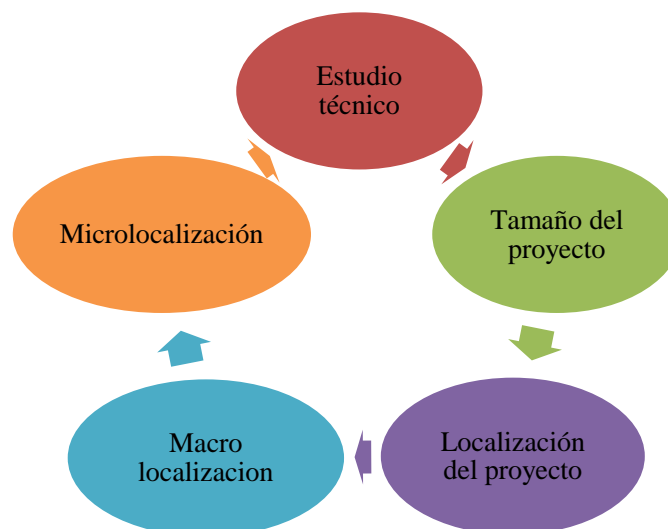
(Herrera, 2013, pág. 54) Menciona:

“La promoción contribuye a salir de productos quedados, obtener liquidez a corto plazo, enfrentar a la competencia, motivar al equipo vendedor, introducir un nuevo producto, aumentar la frecuencia de consumo, aumentar la cobertura, mejorar la exhibición de productos e incrementar la participación en el mercado”. (p. 54).

La promoción son los distintos métodos que emplean las empresas para proover sus productos o servicios.

2.8. Estudio técnico

GRÁFICO N° 11 Estudio técnico



Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

(Rojas López, 2015) Define: *“El estudio técnico debe indicar en forma explícita las etapas principales de perfeccionamiento de la idea original, hasta llegar al diseño propuesto como solución del proyecto definido”*. (p.36).

(Meza Orozco, 2013) Señala: *“Se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto”*. (p.23).

Según los autores el estudio técnico permite determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con calidad, cantidad y costos requeridos para ello es fundamental identificar las tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materia prima y los recursos humanos necesarios, con el propósito de identificar el monto de inversión para la previa ejecución del proyecto.

2.8.1. Tamaño del proyecto

(Córdoba, 2011) Define: *“Capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”*. (p.107).

El tamaño del proyecto debe ser el más conveniente para obtener la rentabilidad esperada, se debe considerar a los costos de producción como el valor de la inversión además se debe tomar muy en cuenta la capacidad del mercado el volumen de ventas, la mano de obra necesaria y la inversión en el mercado.

2.8.2. Localización del proyecto

(Prieto Herrera, 2014) Comenta:

“Cuando se va a definir cualquier programa de producción de bienes y / o servicios se requiere el análisis de variables relacionadas con los aspectos técnicos, económicos, financieros, administrativos y legales de las empresas participantes”. (p.91).

(Meza Orozco, 2013) Indica: *“Es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio”*. (p.23).

Es muy importante conseguir la mejor localización porque de esta manera se podrá obtener la rentabilidad esperada, por eso es necesario analizar específicamente la ubicación de la infraestructura y los diferentes factores como; facilidad de acceso, mercado de insumos

cercanos, costos de transporte, aspectos culturales y ambientales para así estar seguros de su ubicación.

2.8.2.1. Macro localización

(Murcia, Piraquive, & Medellín, 2011) Determina:

“Se ocupa de la comparación de las alternativas propuestas para determinar cuál o cuáles regiones serán aceptables para la localización macro del proyecto; puede ser toda una zona o región geográfica que cumpla con las exigencias requeridas para dar la mejor respuesta a la necesidad”. (p.246).

(Córdoba, 2011) Dice: *“Se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto”.* (p.119).

La macro localización describe a la región o lugar en general escogido para instalar el proyecto, por ende esta zona debe cumplir con todas las necesidades que requiere la investigación.

2.8.2.2. Micro localización

(Murcia, Piraquive, & Medellín, 2011) Expresa: *“Mediante la micro localización se elaboran los datos finales de la selección y se aclaran las dudas que no se resolvieron con el microanálisis”.* (p.247).

Se refiere al sector o localidad específica seleccionada para la puesta en marcha del proyecto.

2.8.3. Ingeniería del proyecto

(Prieto Herrera, 2014) Comenta: *“La ingeniería del proyecto se refiere a la parte del estudio técnico que se relaciona con su fase de producción que permita optimizar los recursos disponibles para la fabricación del producto o la prestación del servicio”.* (p.100).

Describe aquella parte del estudio que se relaciona con la colaboración técnica de un profesional en el área de arquitectura la misma será quien contribuirá de información que

permita la evaluación técnica y económica del proyecto, también ayudará en el estudio de las actividades de instalación y puesta en marcha del proyecto.

2.8.4. Producción

(Moyano, Bruque, Maqueira, & Fidalgo, 2011) Determina: *“Relaciona la producción obtenida y los recursos empleados para obtenerla y, como tal, tanto la producción como los recursos han de ser medidos en unidades físicas”*. (p.196).

Producción es el procedimiento por el cual se transforman los recursos en bienes elaborados, utilizados los factores como los recursos humanos, materiales, maquinaria y tecnología.

2.8.5. Financiamiento

(Moyano, Bruque, Maqueira, & Fidalgo, 2011) Determina, *“La decisión de financiar el proyecto significa determinar de qué fuentes se obtendrán los fondos para cubrir la inversión inicial y, eventualmente, quien pagara costos y recibirá los beneficios del proyecto”*. (p.15).

Las empresas para incrementar las actividades requieren de recursos monetarios por lo que es preciso buscar fuentes de financiamiento que facilite estos recursos.

2.9. Concepto de contabilidad

(Fierro Martínez, 2011) Menciona: *“La contabilidad permite identificar, medir, clasificar, registrar, interpretar, analizar, evaluar e informar la historia de las operaciones de un ente económico, en forma clara, completa y fidedigna”*. (p.21).

2.9.1. Activo

(Soto, 2015) Manifiesta: *“Aquellos recursos que la empresa puede controlar efectivamente como consecuencia de sucesos pasados acaecidos y no con base en hechos futuros no ocurridos”*. (p. 31)

2.9.2. Pasivo

(Soto, 2015) Dice: *“Aquellas obligaciones actuales que constituyen exigibilidades en las que se ha incurrido como consecuencia de acontecimientos pasados y no con base en hechos futuros no ocurridos”*. (p. 31)

2.9.3. Patrimonio

(Soto, 2015) Manifiesta:

“Es la parte residual de los activos de la empresa si se deducen todos los pasivos exigibles de la misma. En particular, debe incorporarse las aportaciones de socios o propietarios (siempre que no se consideren pasivos), así como los resultados acumulados”. (p.32)

2.10. Estudio financiero

(Meza Orozco, 2013) Define: *“Corresponde a la última etapa de formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional”*. (p.29).

El estudio financiero establece el valor de los recursos económicos permite evaluar si la inversión a ejecutar será adecuada o no además ayuda para la toma de decisiones.

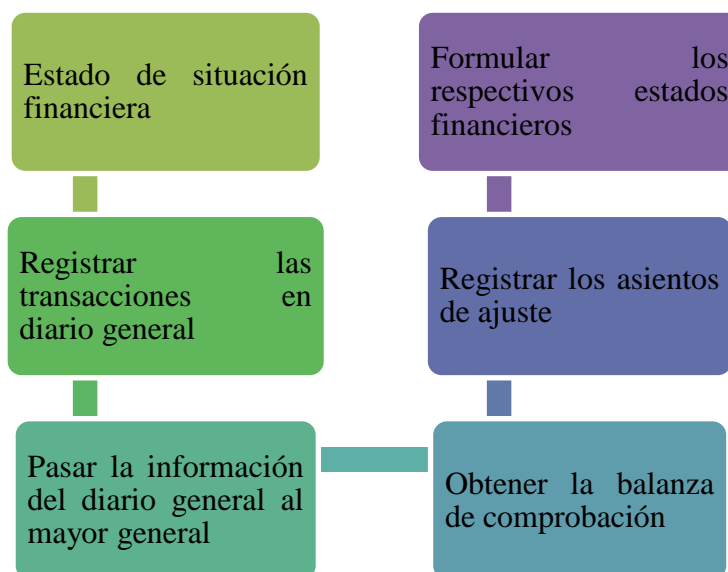
2.10.1. Evaluación financiera

(Córdoba, 2011) Menciona: *“Es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable”*. (p.231).

La evaluación financiera permite comprobar la utilidad del proyecto, además estudia si los beneficios económicos esperados son superiores a los costos incurridos.

2.10.2. Estados financieros

GRÁFICO N° 12 Proceso contable



Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

(Lexus, 2013) Detalla: *“La preparación y presentación de los estados financieros representa la culminación del ciclo contable en una empresa”*. (pág. 262)

Los estados financieros son herramientas contables, que facilitan el análisis de las operaciones y movimientos ejecutados para de esta forma comprender, la situación económica y financiera de la organización en un período determinado.

2.10.2.1. Estado de situación financiera

(Celaya, 2013) Determina:

“Es el estado financiero básico de una entidad, porque muestra a una fecha determinada los bienes y derechos representados en sus activos, las deudas y obligaciones representadas por su pasivo, las aportaciones de los socios y accionistas, así como los resultados de sus operaciones representados por el capital contable”. (p.137).

El estado de situación financiera permite analizar la situación actual de las empresas, mediante el examen de las cuentas principales de activo, pasivo y patrimonio.

1. Ingresos

(Moreno Fernández, 2014) Menciona:

“Un ingreso es el incremento de los activos o el decremento de los pasivos de una entidad, durante un periodo contable, con un impacto favorable en la utilidad o pérdida neta o, en su caso, en el cambio neto en el patrimonio contable y, consecuentemente, en el capital ganado o patrimonio contable, respectivamente”. (p.193).

Ingreso son todas las operaciones de producción y comercialización de bienes y servicios u otro tipo de operaciones, que se enmarcan en la actividad económica de una entidad.

2. Gastos

(Eduardo, 2012) Menciona: *“La definición de gastos incluye tanto los gastos derivados de las actividades habituales de la entidad como las perdidas , las cuales pueden surgir o no de las actividades habituales o de siniestros”.* (p.48).

También llamados egresos que constituyen los desembolsos necesarios que se realiza para cumplir con los objetivos de la empresa tales como; sueldos, servicio básicos etc.

2.10.2.2. Costos

(Pastrana, 2012) Señala: *“Se denomina costo a todos los desembolsos relacionados con la producción, puesto que se incorporan en los bienes producidos y quedan por lo tanto capitalizados en los inventarios hasta tanto se vendan los productos”.* (p.5).

Los costos constituyen la inversión, recuperación y se puede obtener ganancias en cualquier actividad que se realice.

2.10.2.3. Costos de producción

(Ramírez, 2013) Indica: *“Son los que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados”.* (p.31).

Los costos de producción son todos los gastos que se tiene desde el inicio del proceso hasta la finalización del producto.

1. Materia prima

(Calleja, 2013) Dice: *“Se refiere a los costos de adquisición de todos los materiales que se identifican como parte de los productos terminados y que pueden seguirse hasta los productos terminados en una forma económicamente factible”*. (p.12).

La materia prima son todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto.

2. Mano de obra

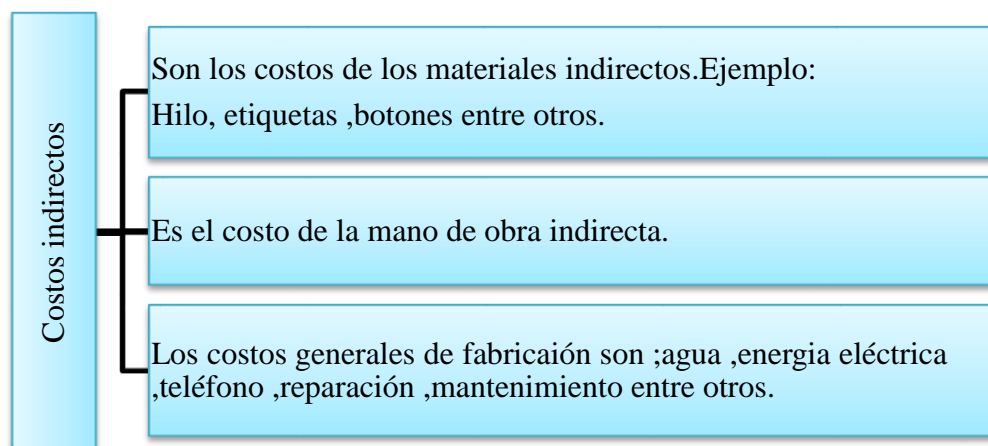
(Calleja, 2013) Comenta: *“Son los salarios de todos los trabajos que se pueden identificar en una forma económicamente factible con la producción de artículos terminados”*. (p.13).

Se entiende por mano de obra el coste total de los trabajadores que tenga la empresa, incluyendo los salarios y todos los gastos incurridos por el trabajador.

2.10.2.4. Costos indirectos de fabricación

(Valencia, 2011) Menciona: *“Los costos indirectos comprenden todos los costos asociados con la fabricación de los productos, con la excepción de la materia prima directa y la mano de obra directa”*. (p.15).

GRÁFICO N° 13 Costos indirectos



Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

1. Gastos administrativos

(Pastrana, 2012) Menciona:

“Son los que se originan en la operación, dirección y control de una compañía. Ej.: sueldos del personal administrativo, el impuesto predial (en la parte que corresponde al área de la empresa en donde funcionan las oficinas administrativas), útiles y papelería consumidos en las dependencias administrativas (Tesorería, Contabilidad, Auditoría interna, Presupuesto, Gerencia general, Gerencia financiera Compras”, etc.).(p.6).

Los gastos administrativos son los valores económicos que se necesitan para el funcionamiento, administrativo de la organización.

2. Gastos de ventas

(Pastrana, 2012) Dice:

“Gasto de distribución y /o ventas es el valor agregado que se genera en el proceso de ventas, hasta la entrega del producto desde la empresa hasta el cliente (solo en los casos en que la

empresa asuma el flete). Ej.: comisiones por ventas, fletes, publicidad, gastos de papelería del departamento de mercadeo, sueldos del áreas de mercadeo, consumos de servicios públicos incurridos en las oficinas de mercadeo, combustible de los vehículos de reparto, la depreciación, los gastos de mantenimiento, los impuestos de timbre y rodamiento de dichos vehículos, arrendamiento de vehículos para el reparto de mercancía vendida, etc.”. (p.6).

Son aquellos valores monetarios que se generan en el proceso de comercialización del bien o servicio, como por ejemplo; sueldos a vendedores, comisiones a vendedores, pago de publicidad, depreciaciones y mantenimientos.

3. Gastos financieros

(Pastrana, 2012) Manifiesta:

“Se relacionan con la obtención de fondos para la operación de la empresa, incluyen los intereses que se pagan por los préstamos y los gastos incurridos en el proceso de solicitud y aprobación de créditos para la compañía, gastos bancarios, etc.”. (p.6).

Los gastos financieros son pagos u obligaciones que tiene la empresa con las instituciones financieras por concepto de préstamos.

2.10.2.5. Estado de resultado integral

(Villarreal, 2013) Señala: *“Reporta el desempeño de las operaciones y actividades de una empresa en términos de sus ingresos y egresos durante un periodo determinado”.* (p.12).

(Santillán, Torres, & González, 2011) Menciona:

“En él se resume el resultado de las operaciones de un periodo determinado, que puede ser un mes, un trimestre, un semestre o un año, con el fin de conocer si la empresa fue eficiente o ineficiente en la consecución de sus logros y en los esfuerzos realizados”. (p.86).

El estado de resultado integral también conocido como estado de pérdidas y ganancias muestra los movimientos económicos de la organización durante un tiempo definido dichos resultados pueden ser positivos o negativo.

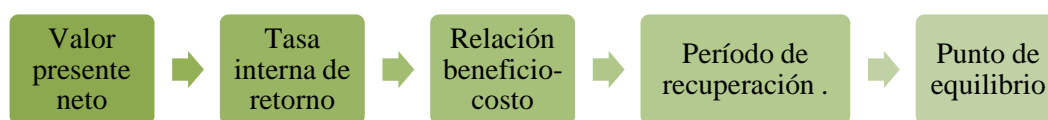
2.10.2.6. Estado de Flujo de efectivo

(Manuel, 2013) Describe: *“Es un estado útil para analizar si se cuenta con la disponibilidad de ingresos suficientes para efectuar los pagos que se tienen comprometidos en un periodo dado, el cual puede ser hasta de una semana”*. (p.18).

El flujo de efectivo indica las entradas y salidas económicas además contiene información importante para identificar las actividades por las cuales se obtienen los ingresos o egresos.

2.11. Indicadores de evaluación financiera

GRÁFICO N° 14 Indicadores de evaluación financiera



Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

2.11.1. Valor presente neto (VPN)

(Murcia, Piraquive, & Medellín, 2011) Dice: *“Es el equivalente en valores actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros, que constituyen el proyecto”*. (p.302).

El valor presente neto es un indicador financiero más utilizado puesto que si el valor presente neto da como resultado un número positivo muestra que la realización del proyecto es factible.

Para lo cual la fórmula para el cálculo es la siguiente;

Fórmula de cálculo:

$$VPN = \sum_{j=0}^n (f_i / (1 + Tco)^j)$$

Dónde:

VPN: Valor Presente Neto

Σ : Sumatoria desde j=0 hasta j=n

Ej.: Valor Neto del periodo correspondiente

Tco: Tasa costo de oportunidad

Tasa representativa de mercado.

2.11.2. Costo de oportunidad

(Murcia, Piraquive, & Medellín, 2011) Expresa: *“Es la totalidad de los beneficios que se dejan de percibir cuando se selecciona una, de entre dos o varias alternativas de inversión”*. (p.301).

El costo de oportunidad es una forma de medir lo que nos cuesta algo, también se puede identificar como la mejor alternativa para alcanzar los resultados positivos para la empresa.

2.11.3. Tasa interna de retorno

(Prieto Herrera, 2014) Define: *“Es la tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio”*. (p.260).

La tasa interna de retorno devuelve la inversión durante la vida útil para lo cual se debe tomar muy en cuenta el estado de flujo de efectivo proyectado o cuando el valor actual neto es igual a 0.

2.11.4. Relación beneficio-costo B/C

(Sapag, 2011) Define: “*Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión*”. (p.307).

La relación beneficio/costo relaciona los ingresos y egresos proyectados en el flujo de efectivo de forma actualizada, para lo que se suman todos los ingresos y los egresos, se los trae a valor presente y se calcula entre ellos.

La relación beneficio/costo aceptan a los proyectos con un índice mayor a 1, lo que representa que el valor actual es mayor que la inversión.

2.11.5. Período de recuperación de la inversión

(Rojas López, 2015) Explica: “*Consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de los flujos de efectivos futuros que generara el proyecto*”. (p.212).

Este indicador permite conocer el tiempo en la cual se recupera la inversión inicial tomando en cuenta los flujos de efectivo.

2.11.6. Punto de equilibrio

(Izar, 2013) Menciona: “*Es el nivel de artículos que hay que producir y vender, para que los ingresos igualen a los costos totales, por lo cual no habría perdida ni ganancia*”. (p.37).

El punto de equilibrio ayuda a evaluar las utilidades para conocer las ganancias o pérdidas obtenidas, si las ventas son iguales a los costos y gastos al aumentar las ventas se obtiene utilidad y al disminuir se produce una pérdida.

La fórmula para calcular el volumen de artículos en el punto de equilibrio es:

$$X = \frac{CF}{P - CV}$$

Dónde:

X = Volumen de artículos (unidades /mes)

CF = Costos fijos (\$/mes)

P = Precio unitario (\$/unidad)

V = Costo variable unitario (\$/unidad)

2.12. Estructura administrativa y organizacional

2.12.1. Administración

(Hernández, Rodríguez, & Anda, 2012) Señala:

“Ciencia compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, mediante los cuales se alcanzan propósitos comunes que no se logran de manera individual en los organismos sociales”.(p.11).

La administración consta de la planeación, organización, dirección y control de los recursos humanos, materiales, tecnología, maquinaria para que se lleven a cabo de forma eficiente sin el desperdicio de los recursos y que se puedan cumplir los objetivos organizacionales con éxito.

2.12.2. El proceso administrativo

(Hernández & Rodríguez, 2011) Indica: *“Es el marco conceptual para administrar y gestionar una empresa mediante la planeación, organización, integración, dirección y control para cumplir sus objetivos”.* (p.19).

GRÁFICO N° 15 Proceso administrativo



Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

2.12.3. Planeación

(Bernal & Sierra, 2013) Define: *“Proceso mediante el cual se definen los objetivos, se fijan las estrategias para alcanzarlos y se formulan programas para integrar y coordinar las actividades para desarrollar por parte de la compañía”*. (p.52).

La planeación ayuda a la organización a fijar metas, objetivos y seguir paso a paso para cumplir, se puede desarrollar procedimientos para coordinar actividades y decidir cómo se van a distribuir los recursos y así conseguir el éxito.

2.12.4. Organización

(Bernal & Sierra, 2013) Comenta:

“Proceso que consiste en determinar las tareas que se requieren realizar para lograr lo planeado, diseñar puestos y especificar tareas, crear la estructura de la organización (quien rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones), establecer procedimientos y asignar los recursos”. (p.52).

La organización es una estructura donde se coordinan los recursos humanos, financieros, materiales una adecuada organización permite especificar las responsabilidades, deberes y obligaciones de los puestos de trabajo y así se puede alcanzar los objetivos con éxito.

2.12.5. Dirección

(Bernal & Sierra, 2013) Determina:

“Proceso que tiene relación con la motivación y el liderazgo de las personas y los equipos e trabajo en la compañía, la estrategia de comunicación, la resolución de conflictos, el manejo del cambio etc., con el propósito de conducir a las personas al logro de los objetivos propuestos en la planeación”. (p.52).

La dirección compromete de gran responsabilidad se debe tomar acciones de motivar, guiar, liderar a los equipos de la organización para que cada uno de ellos entiendan la parte que representa en el logro de las objetivos, el aspecto más importantes en la dirección es el liderazgo, puesto que es fundamental que los gerentes utilicen sus destrezas de comunicación, influencia para coordinar las actividades y cumplir los objetivos institucionales.

2.12.6. Control

(Bernal & Sierra, 2013) Señala:

“Proceso que consiste en evaluar y retroalimentar, es decir, proveer la organización de información que le indique como es su desempeño y cuál es la dinámica del entorno en el que actúa, con el propósito de lograr sus objetivos de manera óptima”. (p.52).

El control ayuda a comprobar si se está ejecutando las acciones o programas planificadas, si están cumpliendo o no los objetivos propuestos y se programa medidas de mejora.

2.12.7. Estructura organizacional

(Gareth, 2013) Establece: *“Es el sistema formal de relaciones entre tarea y autoridad, que controla como la gente coordina sus acciones y utiliza los recursos para alcanzar las metas organizacionales”.* (p.8).

La estructura organizacional es fundamental para las empresas, especifica la forma en que se divide el nivel jerárquico, asignación de las funciones y principios que se debe cumplir para alcanzar los objetivos organizacionales.

2.13. Impacto

El impacto es cuando un cuerpo choca de forma fuerte contra otro cuerpo, donde el impacto constantemente causa modificación al instante del choque, dejando huella o señal el uno del otro.

2.13.1. Tipos de impactos

GRÁFICO N° 16 Tipos de impactos



Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

1. Impacto social

El impacto social se refiere al perjuicio o beneficio que se da debido a las investigaciones que se realiza, esto afecta de forma positiva o negativa al sector que lo rodea.

2. Impacto empresarial

El impacto empresarial son las obligaciones que tienen las empresas con el entorno en el lugar que se encuentre realizando las actividades, estas pueden causar impactos positivos o negativos, y son responsables de optar medidas para resolver problemas o beneficios con la comunidad que le rodea.

3. Impacto ambiental

(Austermühle, 2015) *Define: “Se entiende por impacto ambiental el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos .Técnicamente es la alteración de los procesos naturales debido a la acción antrópica (humana)”*. (p.177).

El impacto ambiental es el cambio del medio ambiente, la cual es provocada directamente o indirectamente por el ser humano, proyecto o cualquier actividad que se ejecuta en un lugar establecido.

4. Impacto económico

El impacto económico es la consecuencia de la intervención del dinero en diferentes actividades ya sea en el país, provincia, ciudad o región.

2.14. Conclusión del marco teórico

El marco teórico es uno de los pasos más fundamentales que tiene un trabajo de investigación, este se basa en desarrollar toda la teoría que va a fundamentar el proyecto, además con el desarrollo del marco teórico se puede dar planteamiento al problema que se ha mencionado.

Mediante la realización del marco teórico se puede conocer más y comprender cada uno de las definiciones existentes en el proyecto a investigar. Con la construcción de este capítulo se pudo identificar los temas y subtemas que se abordó durante la elaboración del proyecto.

Las ventajas que tiene al elaborar el marco teórico son; se puede evitar las repeticiones y plagios de los diferentes autores que se investiga. Se evita errores al realizar cada una de las investigaciones.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El estudio de mercado se fundamenta en el comportamiento de los posibles consumidores, es decir que se describe la cantidad permitida de producción señalada, como oferta y a la cantidad de clientes que demandarán el bien del proyecto.

Se estableció la cantidad del producto que va a ser demandado; para lo cual se detalla estrategias positivas de precio, características del producto e incluso afrontando los problemas de comercialización y materia prima, delineamientos que garanticen un agradable posicionamiento del producto en el mercado.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. General

Realizar un estudio de mercado para identificar la oferta y demanda de las cobijas de lana, a través de encuestas y entrevistas.

3.2.2. Específicos

- Determinar la oferta actual de las cobijas de lana, utilizando la técnica de la entrevista, para analizar la información respectiva.
- Identificar la demanda existente de las cobijas de lana, para realizar los análisis correspondientes, mediante el uso de la entrevista.
- Especificar las estrategias de comercialización más adecuadas para distribución del producto, mediante la información primaria.
- Analizar el precio adecuado para que sea accesible por los clientes, mediante la encuesta.

3.3. Variables de mercado

A continuación se detallan las variables de mercado que permitirá desarrollar el estudio de mercado serán los siguientes;

- Oferta
- Demanda
- Comercialización
- Precios

3.4. Indicadores de las variables de mercado

Los indicadores de las variables de mercado se detallan a continuación;

3.4.1. Oferta

- Tiempo en la actividad
- Producción de la cobija
- Determinación del precio
- Competencia
- Exigencia del producto
- Prioridad del producto
- Oferta de productos

3.4.2. Demanda

- Características de la cobija de lana de oveja
- Medidas de las cobijas
- Volumen de compra
- Tipo de cobija
- Lugar de compra

3.4.3. Comercialización

- Publicidad

3.4.4. Precios

- Precio asequible

3.5. Matriz de variables de mercado

TABLA N° 4 Matriz de estudio de mercado

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnicas	Población objeto
Determinar la oferta actual de las cobijas de lana, utilizando la técnica de la entrevista, para analizar la información respectiva.	Oferta.	Tiempo en la actividad	Primaria	Encuesta(1)	Productores
		Producción de la cobija	Primaria	Encuesta(4)	Productores
		Determinación del precio	Primaria	Encuesta(9)	Productores
		Competencia	Primaria	Encuesta(8)	Productores
		Exigencia del producto	Primaria	Encuesta(6)	Productores
		Prioridad del producto	Primaria	Encuesta(5)	Productores
		Oferta de productos	Primaria	Encuesta(3)	Productores
Identificar la demanda existente de las cobijas de lana, para realizar los análisis correspondientes, mediante el uso de la entrevista.	Demanda.	Características de la cobija	Primaria	Encuesta(7)	Clientes
		Medidas de las cobijas	Primaria	Encuesta(3)	Clientes
		Volumen de compra	Primaria	Encuesta(5)	Clientes
		Tipo de cobijas	Primaria	Encuesta(1)	Clientes
		Lugar de compra	Primaria	Encuesta(2)	
Especificar las estrategias de comercialización más adecuadas para el producto, mediante la encuesta.	Comercialización	Publicidad	Primaria	Encuesta(6)	Clientes
Establecer el precio adecuado para que sea accesible por los clientes, mediante la encuesta.	Precios	Precio asequible.	Primaria	Encuesta(4)	Clientes

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

3.6. Estrategias de diferenciación

La estrategia de la diferenciación está basada en la calidad del producto, a través de la utilización de las maquinas eléctricas, así ofrecer productos con diseños innovadores, además tomando en cuenta la cultura y tradiciones del sector.

3.7. Estructura del mercado

La estructura del mercado se segmentara de acuerdo a las siguientes categorías señaladas en el cuadro siguiente:

TABLA N° 5 Estructura del mercado

Criterios de segmento	Segmento de mercado
Geografía	
Región	Sierra
Provincia	Imbabura
Cantón	Otavalo
Demográfica	
Sexo	Masculino y femenino
Almacenes	Locales comerciales de artesanías
Conductuales	
Gustos y preferencias	Prefieran las cobijas de lana.
Variables Socio-Económico	
Nivel económico	Comerciantes con poder adquisición porque la cobija es un producto de consumo.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

3.8. Mecánica Operativa

3.8.1. Investigación de campo

Para obtener información real y consistente se aplicó encuestas a los propietarios de los almacenes de ventas de artesanías de la ciudad de Otavalo.

3.8.2. Identificación del segmento de mercado

Para el desarrollo de la presente investigación se ha estimado como universo a investigar a los almacenes de venta de artesanías, dato obtenido a través de la investigación propia.

TABLA N° 6 Propietarios de almacenes de la ciudad de Otavalo

NÚMERO	NOMBRES Y APELLIDOS	ACTIVIDAD
1	Yolanda del Carmen Jaramillo	Comercializador artesanías
2	Efraín Gustavo Lema Conejo	Comercializador artesanías
3	Mario William Lema Conejo	Comercializador artesanías
4	Blanca Lema Lema	Comercializador artesanías
5	Francisco Alegre Lema Lema	Comercializador artesanías
6	José Lema Lema	Comercializador artesanías
7	Lucila Lema Lema	Comercializador artesanías
8	Edwin David Lema Zambrano	Comercializador artesanías
9	María Estela Lema Lema	Comercializador artesanías
10	Elizabeth Maryuri Loor Romero	Comercializador artesanías
11	Teresa Lucila Lima Quispe	Comercializador artesanías
12	Segundo Maldonado Arias	Comercializador artesanías
13	Cesar Oswaldo Maldonado Chiza	Comercializador artesanías
14	María Yolanda Maldonado Chagna	Comercializador artesanías
15	Luis Gilberto Amaguaña Lema	Comercializador artesanías
16	Luis Enrique Amaguaña Santacruz	Comercializador artesanías
17	Janeth Erlanda Campo Otavalo	Comercializador artesanías
18	Antonio Héctor Canchan Chávez	Comercializador artesanías
19	María Margarita Chicaiza Corrales	Comercializador artesanías
20	Chiza Cando Lucila	Comercializador artesanías

NÚMERO	NOMBRES Y APELLIDOS	ACTIVIDAD
21	José Alonso De la Torre Conejo	Comercializador artesanías
22	Edwin Fabián De la Torre Montalvo	Comercializador artesanías
23	Esther Alinda Flores Ponte	Comercializador artesanías
24	Melida Elizabeth Castillo Erazo	Comercializador artesanías
25	Luz María Cachiguango Saransig	Comercializador artesanías
26	Pablo Peña Vilchez	Comercializador artesanías
27	Cesar Aníbal Pilco Pico	Comercializador artesanías
28	Edwin Fabián Remache Santillán	Comercializador artesanías
29	Luis Carlos Salazar Lema	Comercializador artesanías
30	Oscar William Saravino Conejo	Comercializador artesanías
31	Cristóbal Silva Sullon	Comercializador artesanías
32	Rosa María Vargas Andrade	Comercializador artesanías
33	Ramón Anrango Maigua	Comercializador artesanías
34	Martha Lucia Conteron Ramos	Comercializador artesanías
35	Rosa Elena Espinosa Morales	Comercializador artesanías
36	Elías Roberto Cárdenas Cucala	Comercializador artesanías
37	Segundo Muenala Chico	Comercializador artesanías
38	Luis Enrique Males Maigua	Comercializador artesanías
39	Héctor David Moran Tituaña	Comercializador artesanías
40	Luis Alberto Velásquez Velásquez	Comercializador artesanías
41	María Maruja Perugachi Rodríguez	Comercializador artesanías
42	Henry Orlando Muenala Lema	Comercializador artesanías
43	José Miguel Otavalo Vásquez	Comercializador artesanías
44	Segundo Ramos Amaguaña	Comercializador artesanías
45	Diana Verónica Saravino Flores	Comercializador artesanías
46	Luis Roberto Tontaquimba Lema	Comercializador artesanías
47	María Estefanía Menéndez Vera	Comercializador artesanías
48	Jaime Segundo Males Camuendo	Comercializador artesanías
49	José Hernán Córdoba Revelo	Comercializador artesanías
50	Adela De la Torre Maigua	Comercializador artesanías
51	Cecilia Santacruz Cachimuel	Comercializador artesanías
52	Luz Muenala Maigua	Comercializador artesanías

NÚMERO	NOMBRES Y APELLIDOS	ACTIVIDAD
53	Luis Remache Quispe	Comercializador artesanías
54	María Luzmila Morales Conejo	Comercializador artesanías
55	Manuel Eduardo Escobar Paredes	Comercializador artesanías
56	José Rafael Castañeda Maldonado	Comercializador artesanías
57	José Antonio Conteron Picuasi	Comercializador artesanías
58	Wilmer Bladimir Paillacho Martínez	Comercializador artesanías
59	Marisol Santosa Sulca Tumaylla	Comercializador artesanías
60	Silvina Flor Rivas Córdor	Comercializador artesanías
61	Elsa Adela Morales Pineda	Comercializador artesanías
62	Silvia Isaura Maldonado Morales	Comercializador artesanías
63	José Conteron Santellan	Comercializador artesanías
64	José Luis Quinche Maigua	Comercializador artesanías
65	José Rafael Perugachi Saransig	Comercializador artesanías
66	Nelson Enrique Males Camunedo	Comercializador artesanías
67	Luis Enrique Vega Cabascango	Comercializador artesanías

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Los nombres citados anteriormente son de los propietarios quienes tienen almacenes en la ciudad de Otavalo y se dedican por completo a comercializar cobijas de lana de oveja y demás artesanías.

Para realizar esta investigación también se acudió a los 11 pequeños talleres productores de cobijas existentes en la parroquia de Peguche, pues solo se tomó en cuenta aquellos productores que se dedican por completo a esta actividad, sin embargo hay productores que se dedican a diferentes actividades artesanales en la parroquia.

En la siguiente tabla se indica los números de productores existentes en la parroquia de Peguche.

TABLA N° 7 Productores que producen y comercializan.

Productores existentes en la comunidad	Cantidad
Hilda Lema Díaz (Barrio Imbaqui)	1
Cindy Pineda Lema(Barrio Atahualpa)	1
Jaime Cachiguango (Barrio Central)	2
Fredy Guaján Lema(Barrio Peguche Tío)	1
Héctor Cachiguango (Barrio Santa Lucia)	1
Luis Morales(Comunidad de Quinchuqui)	2
Celia Conejo (Barrio Central)	1
Blanca Cachiguango (Barrio Central)	1
Inés Cotacachi (Barrio Atahualpa)	1
Total	11

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

La tabla anterior indica el número de productores que tiene la comunidad. La información se obtuvo en base a la investigación. Pues los productores de estas artesanías son pocos en la comunidad.

Existen comerciantes en la ciudad de Quito quienes venden artesanías elaborados por los productores de la comunidad de Peguche.

MERCADO ARTESANAL LA MARISCAL, PLAZA GRANDE Y MIRADOR DEL VOLCÁN PULULAHUA

1. María Mullo
2. María Belén Mullo
3. Fanny Ruiz
4. Antonio Malaquiza
5. Cecilia Vayas
6. Érica Ramírez (Mirador del volcán Pululahua)
7. José Cortes (Mirador del volcán Pululahua)
8. María Vayas (Mirador del volcán Pululahua)
9. José Hurtado (Mirador del volcán Pululahua)

10. Estela Avendaño (Guayaquil)
11. Edgar Burga (Plaza Grande)
12. Fredy Alarcón (Plaza Grande)
13. Sara Amaguaña (Plaza Grande)
14. Erika Ruiz
15. Martha Lema Lema(Estados Unidos)

Los clientes antes mencionados son quienes adquieren las cobijas para comercializar en el mercado artesanal de la Mariscal, Mirador de Pululahua y la Plaza Grande al turista que llega a visitar estos lugares atractivos de Quito.

3.8.2.1. Tamaño de la población

TABLA N° 8 Tamaño de la población

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	CANTIDAD	%
Productores de cobijas de lana de la parroquia de Peguche.	11	12
Comerciantes, almacenes de la ciudad de Otavalo, y Quito.	82	88
Total	93	100%

Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

3.8.2.2. Identificación de la muestra

Para identificar la muestra se realizó las encuestas a 82 locales de ventas de artesanías, Otavalo no supera el número de almacenes de artesanías para realizar el cálculo de la muestra.

No se realizó el cálculo de la muestra porque el inverso a investigar es menor a 100.

3.9. Tabulación y análisis de información

3.9.1. Encuesta dirigida a los propietarios de los almacenes de artesanías.

1.- ¿Qué tipo de cobija se oferta en el almacén?

TABLA N° 9 Oferta de cobijas

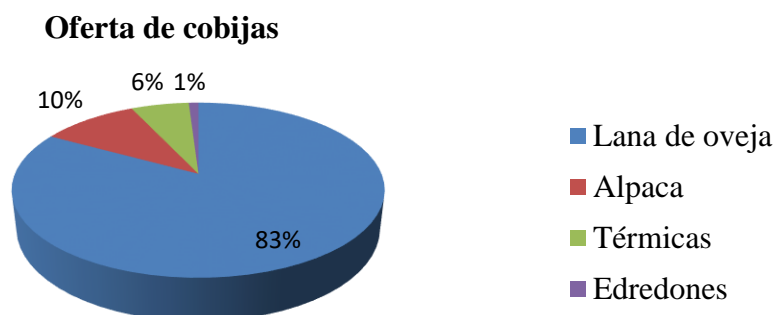
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Lana de oveja	68	83
Alpaca	8	10
Térmicas	5	6
Edredones	1	1
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 17 Oferta de cobijas



Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizadas se observa que el 83% de los locales comercializan cobijas de lana lo que indica que este tipo de producto es demandado de manera muy significativa por los turistas nacionales o extranjeros.

2.- ¿Dónde realiza la compra de las cobijas para la comercialización?

TABLA N° 10 Compra de cobija para la comercialización

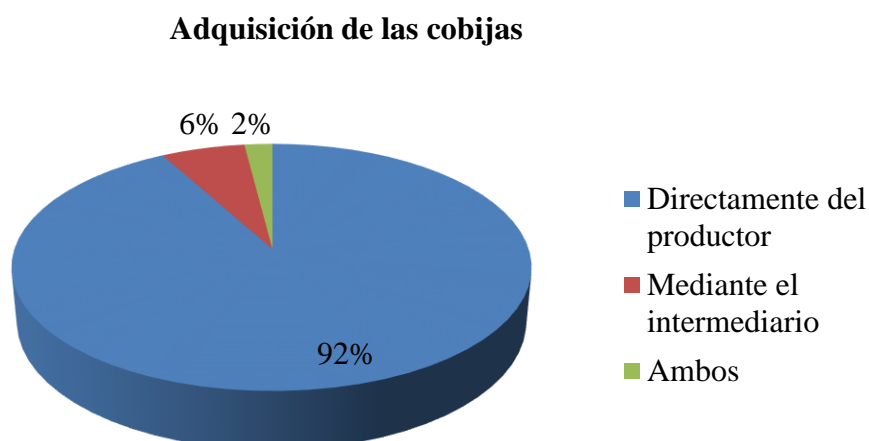
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Directamente del productor	75	92
Mediante el intermediario	5	6
Ambos	2	2
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 18 Adquisición de las cobijas



Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la tabulación realizada el 92% de los propietarios de los almacenes adquieren la cobijas directamente del productor, y el 6% de los encuestados compran las cobijas a través de los intermediarios pues mencionaron, que no conoce a los propios productores, y el 2% manifestaron que realizan la compra mediante los intermediarios y a través de los propios productores.

3.- ¿Cuáles son las dimensiones de las cobijas que más se demanda?

TABLA N° 11 Dimensiones de las cobijas

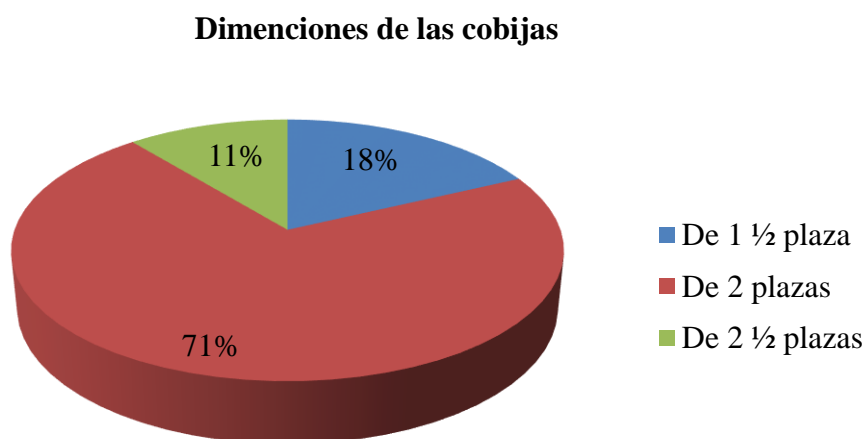
Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 1 ½ plaza	15	18
De 2 plazas	58	71
De 2 ½ plazas	9	11
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 19 Medidas de las cobijas



Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas el 71% mencionaron que las cobijas de 2 plazas tiene mayor demanda por los consumidores, y se tomará muy en cuenta en el proyecto y se trabajará solamente con la producción de cobijas de 2 plazas, y un 18% mencionaron que las cobijas de 2 ½ plaza son también muy demandados.

4.- ¿Los precios de las cobijas que comercializa son de?

TABLA N° 12 Precio de la cobija para la distribución

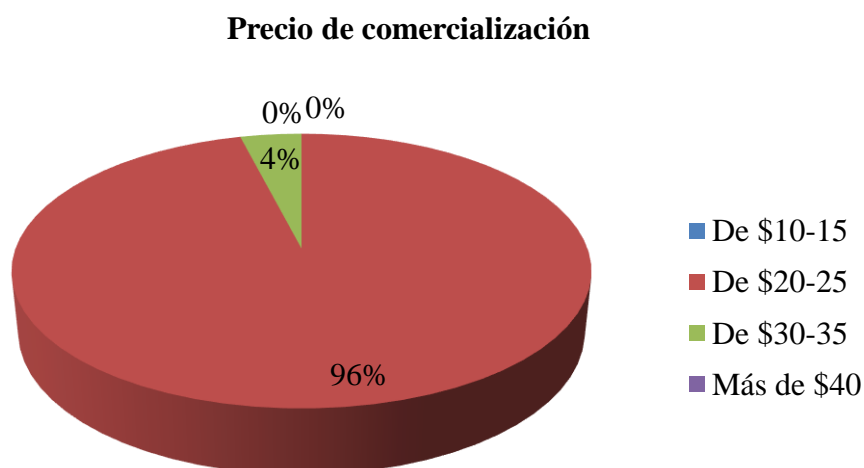
Variable	Frecuencia	Porcentaje
De \$10-15	0	0
De \$20-25	79	96
De \$30-35	3	4
Más de \$40	0	0
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 20 Precio de comercialización



Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

Mediante la encuesta se conoció los precios de la comercialización el 96% de los encuestados distribuyen las cobijas por un precio de \$20-25 pues los comerciantes obtienen utilidad significativa por cada cobija que se venda, seguido por un 4% los comerciantes distribuyen a un precio comprendido entre los \$30-35.

5.- ¿Cuántas cobijas de lana adquiere al mes?

TABLA N° 13 Compra de cobijas

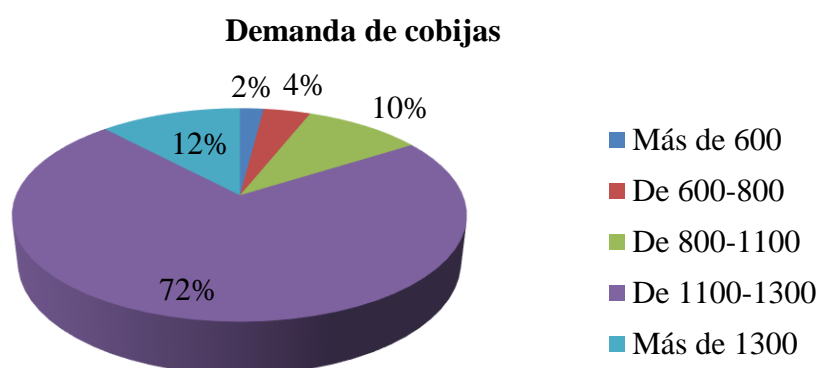
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Más de 600	2	2
De 600-800	3	4
De 800-1100	8	10
De 1100-1300	59	72
Más de 1300	10	12
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 21 Demanda de cobija



Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

Las encuestas indican las unidades de cobijas que demanda los almacenes el 72% de los encuestados mencionaron que compran de 1100 a 1300 cobijas mensuales, esto como promedio es de 1200 cobijas mensuales, se los realiza bajo pedidos o para tener en stock variedad de diseños y colores y el 12% mencionaron que compran cobijas más de 1300 cantidades al mes.

6.- ¿Cuál cree que es el medio publicitario para dar a conocer su almacén?

TABLA N° 14 Publicidad

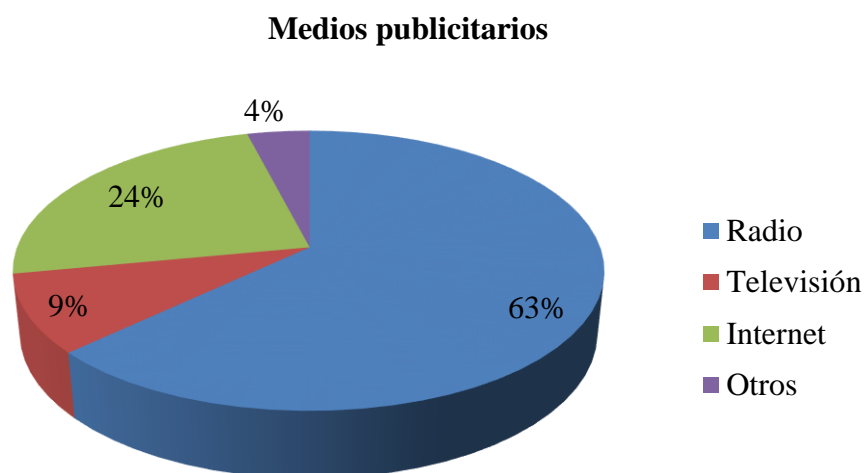
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio	52	63
Televisión	7	9
Internet	20	24
Otros	3	4
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 22 Medios publicitarios



Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

Es importante indicar que un 63% de las personas encuestadas prefieren, que se realice la publicidad por medio de la radio pues mencionaron que en los almacén escuchan las diferentes estaciones de la radio por otro lado el 24% de las personas optan por el internet.

7.- Señale cuáles son las características que usted busca en las cobijas al momento de adquirir a su proveedor.

TABLA N° 15 Características de las cobijas

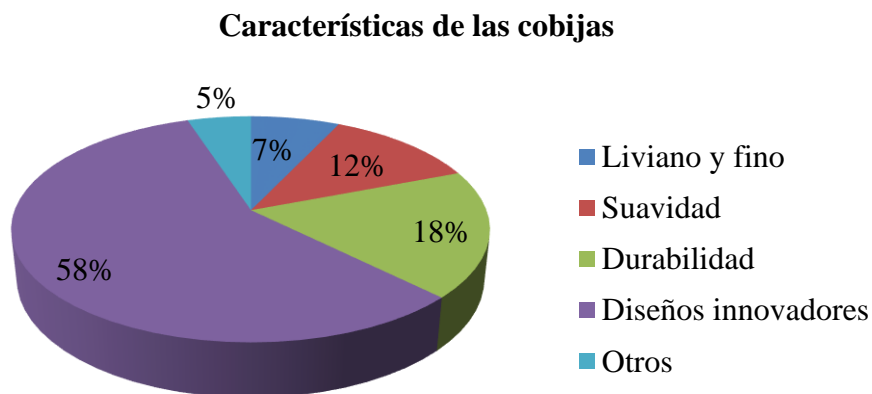
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Liviano y fino	6	7
Suavidad	10	12
Durabilidad	15	18
Diseños innovadores	47	57
Otros	4	5
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 23 Características de las cobijas



Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

Refiriendo a las encuestas que se aplicó a los propietarios de los almacenes el 458% manifestaron que buscan cobijas de diferentes diseños, pues esto ayuda a comercializar rápidamente.

8.- ¿Usted está de acuerdo en la creación de una nueva empresa que se dedique a la producción y comercialización de cobijas de lana y que le provea de cobijas?

TABLA N° 16 Creación de la empresa

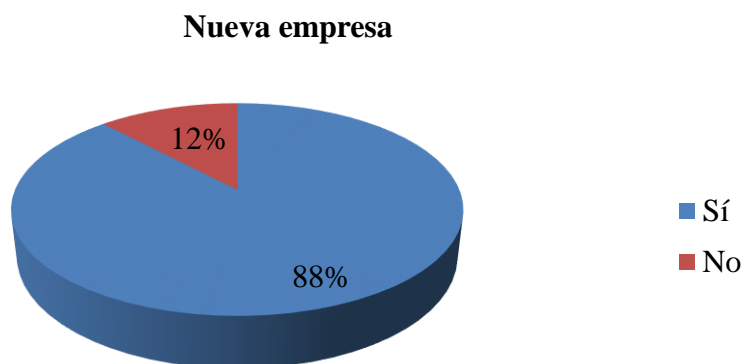
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	72	88
No	10	12
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 24 Creación de la nueva empresa



Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

El gráfico anterior indica que el 88% de las personas tomadas en cuenta para el presente estudio opinaron que es muy atractivo que se cree en la parroquia de Peguche una empresa productora y comercializadora de cobijas, porque se ofertaría permanentemente el producto y así satisfacer la demanda existente, de calidad y elaboradas con la mano de obra del sector pues poseen experiencia en el área manufacturera, y el 12% indicaron sus respuestas negativa.

9.- Datos generales

a) Género

TABLA N° 17 Género de los encuestados (as)

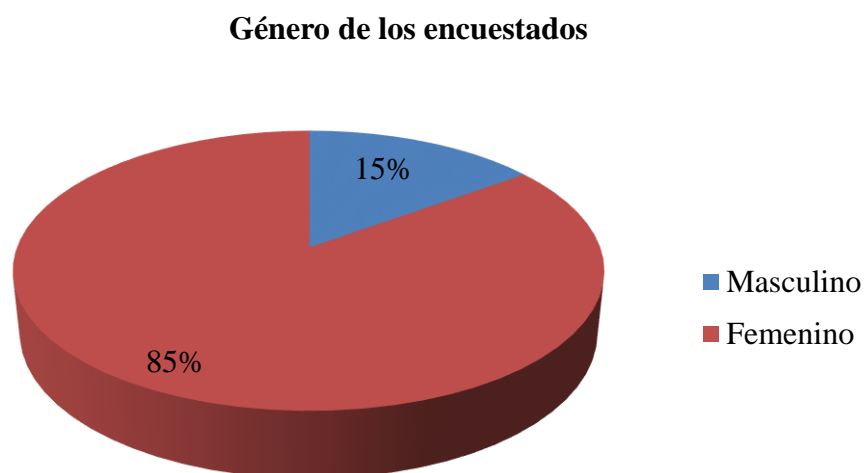
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	12	15
Femenino	70	85
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 25 Género de los encuestados



Fuente: Encuesta aplicada a los almacenes (clientes)

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

La mayor parte de los encuestados fueron las mujeres con el 85%, quienes poseen la responsabilidad de conocer y satisfacer las necesidades en cuanto a productos, en cambio el 15% de encuestados fueron hombres quienes también realizan la comercialización de las cobijas en los almacenes de la ciudad de Otavalo

3.9.2. Cuestionario de la encuesta aplicada a productores de la parroquia de Miguel Egas Cabezas.

1.- ¿Cuántos años se dedica a esta actividad como artesano?

TABLA N° 18 Años de producción

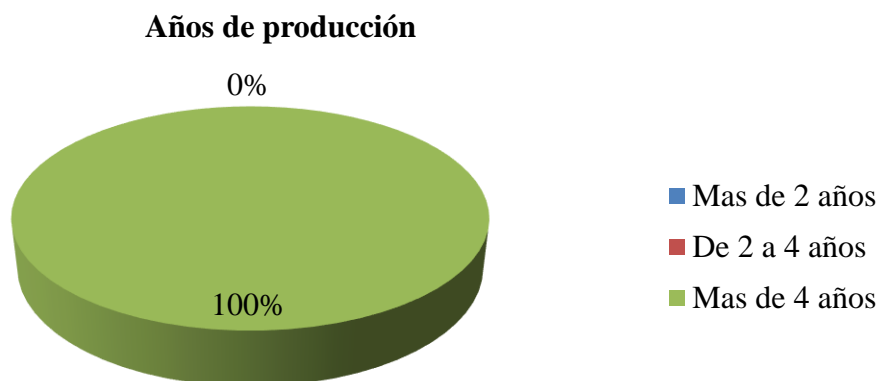
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Más de 2 años	0	0
De 2 a 4 años	0	0
Más de 4 años	11	100
Total	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 26 Años de producción



Fuente: Encuesta aplicada a los productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

A través de las encuestas ejecutadas a los productores de cobijas de lana existentes en la parroquia, se identificó que el 100% de los artesanos se dedican por más de 4 años, pues los artesanos tienen mucho conocimiento en el área, ellos no dejan este trabajo pues depende del mismo los ingresos para las familias.

2.- ¿Cuál es el precio de venta para los propietarios de los almacenes?

TABLA N° 19 Precio de venta a los almacenes

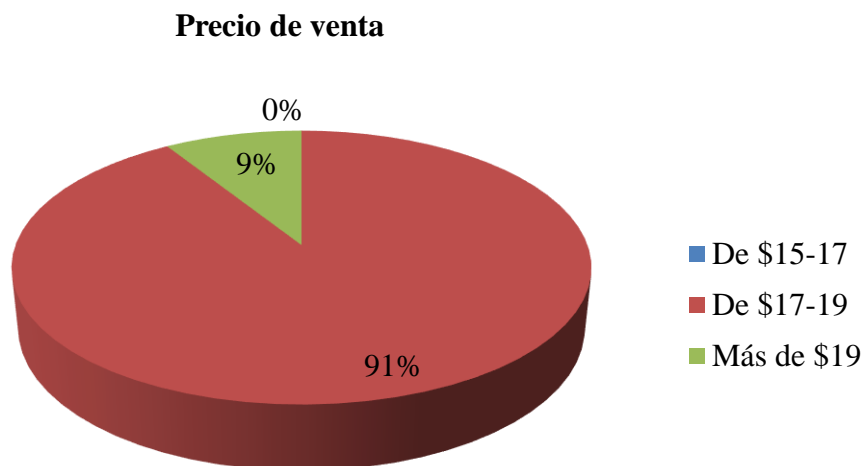
Variable	Frecuencia	Porcentaje
De \$15-17	0	0
De \$17-19	10	91
Más de \$19	1	9
Total	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 27 Precio de venta a los almacenes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

Mediante la encuesta se conoció los precios de venta, como se puede visualizar el 91% de los productores entregan sus productos a un precio comprendido de 17 a 19 USD, pues se está hablando de un promedio de 18 USD, a este precio distribuyen los productores a sus clientes.

3.- ¿Cuál es el número promedio de cobijas de lana de oveja que usted produce?

TABLA N° 20 Oferta de cobijas

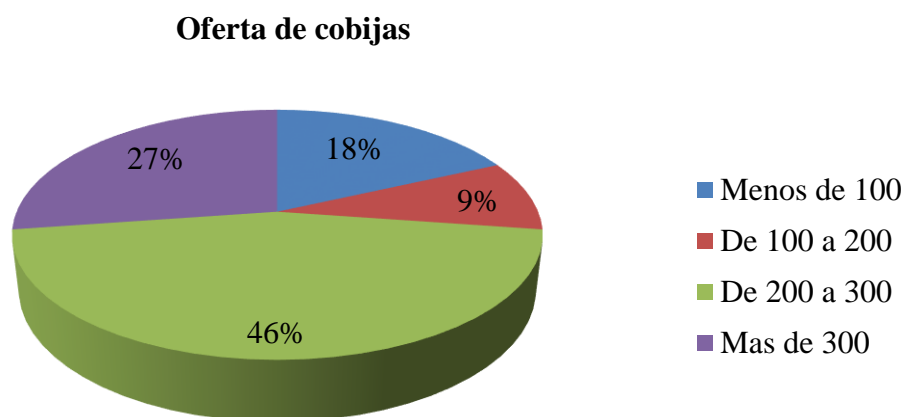
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 100	2	18
De 100 a 200	1	9
De 200 a 300	5	45
Más de 300	3	27
Total	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 28 Oferta de cobijas



Fuente: Encuesta aplicada a los productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

Las encuestas realizadas a los productores dio a conocer el volumen de producción de las cobijas de lana al mes, el 46% de los encuestados señalaron que la fabricación de las cobijas de lana mensual es aproximadamente de 200 a 300 unidades, esto quiere decir que producen un promedio de 250 unidades al mes.

4.- ¿La producción de cobijas de lana que usted realiza es?

TABLA N° 21 Producción de la cobija

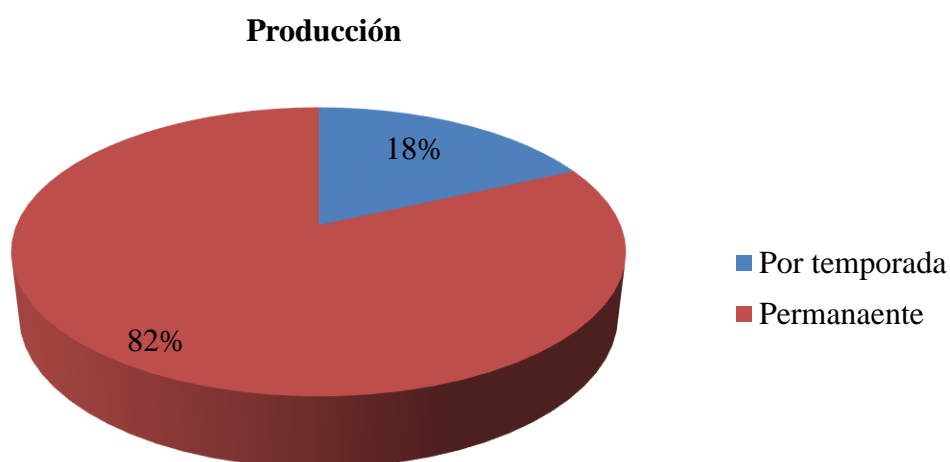
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Por temporada	2	18
Permanente	9	82
Total	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 29 Producción de la cobija



Fuente: Encuesta aplicada a los productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

La encuesta realizada permitió conocer que el 82% de los productores producen las cobijas de lana permanentemente, se dedican a este tipo de artesanías para sobresalir día a día y el 18% manifestaron que lo realizan por temporada o cuando hay algún pedido, además indicaron que no poseen maquinarias adecuadas para producir permanentemente.

5.- ¿De acuerdo a su opinión qué presentación de cobijas de lana tiene mayor prioridad ante los clientes?

TABLA N° 22 Prioridad del producto

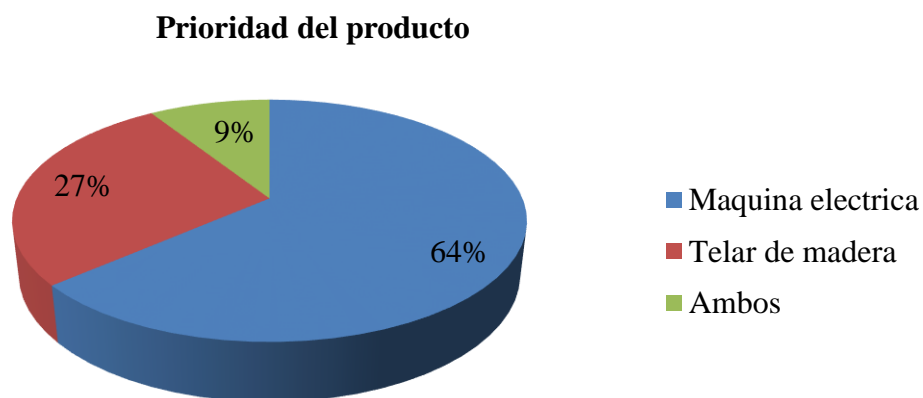
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Maquina eléctrica	7	64
Telar de madera	3	27
Ambos	1	9
Total	11	100%

Fuente: Productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 30 Prioridad del producto



Fuente: Productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

La mayoría de los productores encuestados manifestaron que los clientes prefieren sus productos, elaborados en maquina eléctrica pues tienen mejor presentación, en tanto que un 27% mencionaron que adquieren cobijas hechos en telar de madera, y un mínimo porcentaje prefieren tanto a máquina eléctrica como telar de madera. Las cobijas hechas en maquina eléctrica tiene mejor presentación, y se puede elaborar en menos tiempo.

6.- ¿Cuál es el diseño de las cobijas que los clientes prefiere comprar para su comercialización?

TABLA N° 23 Diseño de las cobijas

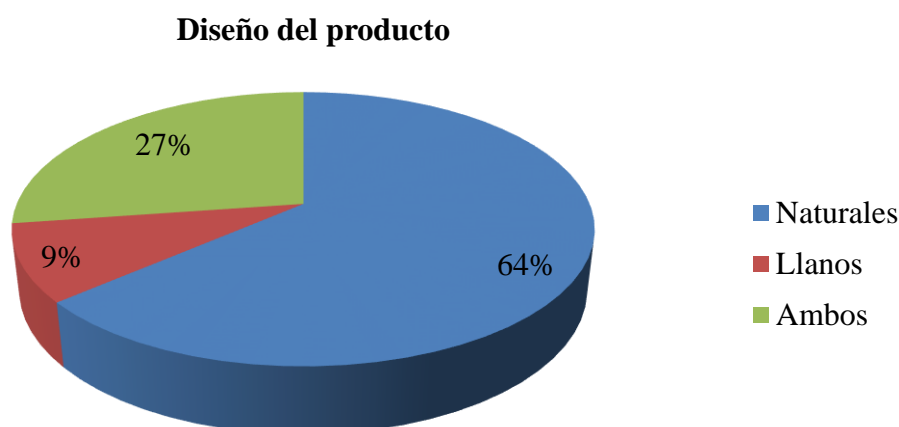
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Naturales	7	64
Llanos	1	9
Ambos	3	27
Total	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 31 Diseño de las cobijas



Fuente: Encuesta aplicada a los productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la pregunta encuestada se pudo conocer que los tipos de productos que los clientes prefieren usualmente son las cobijas naturales pues los mismos contienen diseños muy atractivos, mientras que el 27 % prefieren las cobijas ya sean llanos o naturales y un mínimo porcentaje prefieren las cobijas llanas es decir solo de un color.

7.- ¿Al realizar la compra del producto que es lo que el cliente pide?

TABLA N° 24 Preferencia de compra

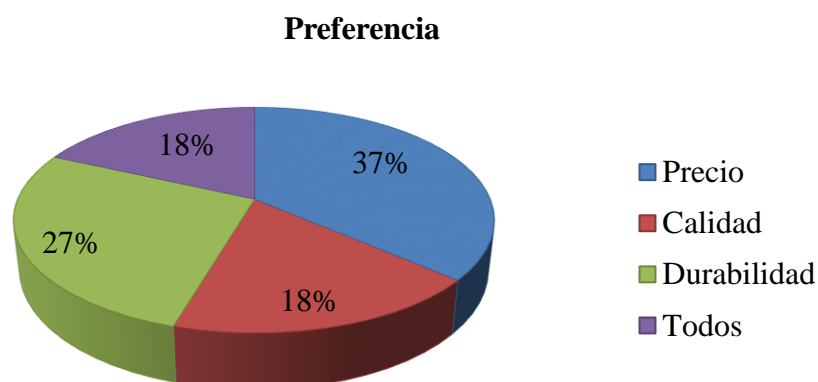
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio	4	36
Calidad	2	18
Durabilidad	3	27
Todos	2	18
Total	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 32 Preferencia de compra



Fuente: Encuesta aplicada a los productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

Las encuestas realizadas a los productores el 37% mencionan que el precio es lo más primordial al momento de la respectiva venta del producto pues los clientes buscan precios económicos en los productos, seguido por el 18% optan por la calidad es decir que el cliente lo que busca del producto es de una buena producción y pueda satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes.

8.- ¿Cuáles son los aspectos que toma en cuenta para aumentar las ventas frente a los competidores?

TABLA N° 25 Competencia

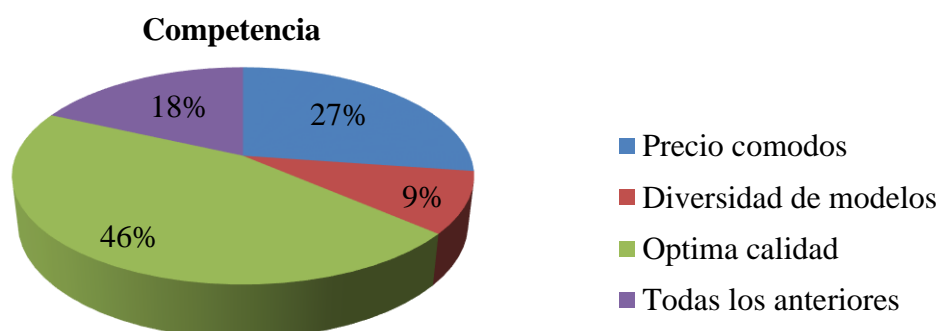
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precios asequible	3	27
Diversidad de modelos	1	9
Óptima calidad	5	45
Todas las anteriores	2	18
Total	11	100%

Fuente: Productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 33 Competencia



Fuente: Productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

El 46% de los productores encuestados señalaron que los aspectos más importantes, para aumentar las ventas ante los competidores es la óptima calidad, es decir que elaboran los productos con la materia prima adecuada para la satisfacción de los clientes, el 27% de los productores mencionaron que los precios deben ser asequibles para aumentar las ventas ante los competidores, y el 9% de los encuestados mencionaron la diversidad de modelos pues al tener en stop los productos los clientes pueden llegar a observar las cobijas y comprar.

9.- ¿Cómo fija usted el precio de las cobijas?

TABLA N° 26 Determinación del precio

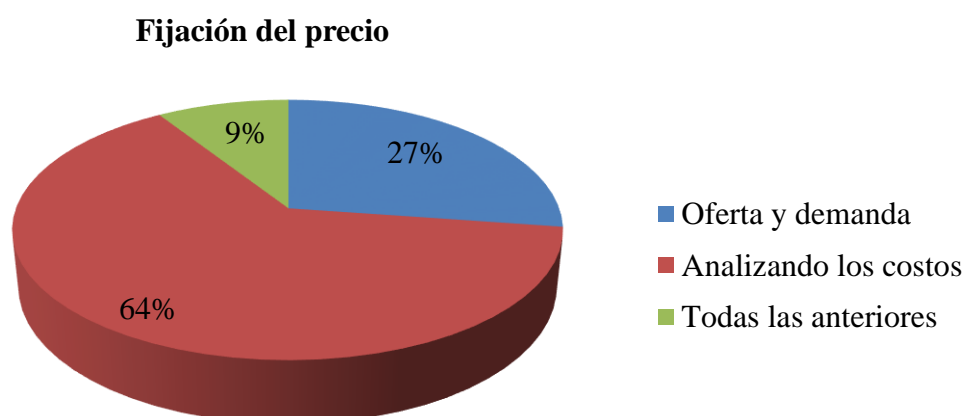
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Oferta y demanda	3	27
Analizando los costos	7	64
Todas las anteriores	1	9
Total	11	100%

Fuente: Productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

GRÁFICO N° 34 Fijación del precio



Fuente: Productores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Análisis e interpretación:

El 64% de los productores mencionaron que fijan los precios de las cobijas analizando los costos, y tomando muy en cuenta cuanto les cuesta producir un producto y mediante eso establecen el precio de cada producto, y el 27% indicaron que lo realizan a través de la oferta y demanda y el 9% lo realizan a través de la oferta y demanda pues lo realizan de forma empírica.

3.10. Análisis y proyección de la demanda

3.10.1. Demanda potencial

La investigación realizada en la ciudad de Otavalo definió que en la actualidad las cobijas de lana de oveja son productos demandados por parte de los turistas, quienes vienen a visitar la ciudad de Otavalo realizan compras y llevan a su país de destino, también hay turistas que realizan pedidos en grandes cantidades, pues estas artesanías son elaborados por los propios artesanos de la comunidad de Miguel Egas Cabezas Peguche, hoy en día han tenido una gran aceptación en el mercado otavaleño y se ha convertido en el mercado potencial para las microempresas de cobijas de lana. Además existe demanda en las ciudad de Quito.

Una vez realizado el estudio de mercado se puede apreciar la aceptación del producto por parte de los clientes, así se puede determinar que las cobijas de lana si tienen presencia en el mercado.

3.10.2. Proyección de la demanda

La proyección de la demanda de las cobijas de lana con diseños innovadores se realizó tomando en cuenta las encuestas aplicadas a los almacenes de venta de artesanías de la ciudad de Otavalo.

En la pregunta número 5 de la encuesta realizada a los clientes en la cual menciona, cuantas cobijas de lana demanda al proveedor de manera mensual y da como resultado un promedio de 1200 unidades de cobijas mensuales y al año da un total de 14.400 cobijas.

Para realizar la proyección de la demanda se utilizó la tasa de crecimiento poblacional del cantón Otavalo de 1.68% según datos del INEC y el modelo de crecimiento exponencial, cuya fórmula es:

$$Dn = Do(1 + i)^n$$

Dónde: **D_n** =Demanda Futura **D_o** =Demanda determinada en el comportamiento de la demanda (total) **i** =Tasa de crecimiento **n** =Año proyectado

Con la aplicación de la fórmula, la demanda futura para los próximos 5 años tomando como base el año 2017 es:

$$D_n = D_o(1 + i)^n$$

$$D_n = 14.400(1 + 0.0198)^1$$

$$D_n = 14.685$$

TABLA N° 27 Proyección de la demanda

Año	Demanda futura
2017	14.685
2018	15.273
2019	16.198
2020	17.519
2021	19.323

Fuente: Estudio de mercado**Elaborado por:** Soraya Lema**Año:** 2015

En el cuadro anterior se puede observar que para el primer año de proyección existe una demanda de 14.685 cantidades de cobijas y para el año 2021 de 19.323 lo que representa un aumento significativo anual, beneficiando al proyecto propuesto.

3.11. Análisis de la oferta**3.11.1. Competencia**

Para determinar la oferta se tomó como referencia la investigación de campo, en este caso a las competencias directas a los pequeños talleres que existen actualmente en la comunidad

pues los mismos se dedican a producir y comercializar cobijas de lana. En la comunidad de Quinchuqui a pocas distancias de Peguche existen pequeños talleres dedicadas a la producción y comercialización de cobijas, las cuales utilizan maquinarias de limitada tecnología y no satisfacen en su totalidad a los intereses de los clientes, de la misma manera gran parte de estos productores no cumplen con los pedidos establecidos por sus clientes, y no cuentan con los permisos adecuados para la previo funcionamientos de estas maquinarias eléctricas.

Dentro de la parroquia de Peguche y la comunidad de Quinchuqui existen como unos 11 productores dedicados completamente a la producción y comercialización de este tipo de cobijas de lana las mismas que van creciendo, por lo que es ventajoso buscar estrategias adecuadas para dar a conocer a los clientes la nueva empresa, que igualmente se dedicara a la elaboración de este producto y estos pequeños talleres vienen a ser nuestro competidores directos. Pero también se puede realizar convenios con estos pequeños talleres familiares para apoyar mutuamente y generar empleo a la comunidad, pues hoy en día hay familias de escasos recursos que prefieren migrar a otros países dejando de estudiar o dejando a sus hijos, este proyecto apoyaría a estas personas para que no puedan ir lejos de sus hogares.

Además estos artesanos supieron expresar que se vende un promedio de 250 cobijas mensuales esto nos ayuda a determinar la oferta actual y futura, así como también determinar con exactitud el posible mercado.

3.11.2. Proyección de la Oferta.

Para la proyección de la oferta se tomó los resultados obtenidos en el estudio de mercado, mediante las encuestas realizadas a los productores de cobijas de la comunidad, en la pregunta número 3 en la que menciona la cantidad de cobijas que produce al mes y manifestaron que se produce 250 cobijas mensuales.

La proyección de mercado está dirigida a satisfacer las necesidades de los consumidores finales, como a los almacenes y comerciantes minoristas del mercado otavaleño a través de ventas directas, en donde un comerciante o distribuidor obtiene directamente la mercancía para vender o para consumir para ello se tomó en cuenta la tasa de crecimiento en la actividad artesanal de la provincia de Imbabura que es del 23.4% dato obtenido de la página web del INEC.

Aplicando la siguiente fórmula:

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

Dónde:

O_n =Oferta futura

O_o =Oferta actual

i =Tasa de crecimiento

n =Año proyectado

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

$$O_n = 250(1 + 0.234)^1$$

$$O_n = 309$$

TABLA N° 28 Proyección de la oferta

Año	Consumo futuro de cobijas
2017	309
2018	471
2019	885
2020	2.052
2021	5.872

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

La tabla anterior indica la oferta de cobijas de lana para el primer año proyectado al 2017 es de 309 asimismo para el año 2021 es de 5.872

3.12. Balance entre demanda / oferta

Para establecer la demanda del producto, se debe contraponer la demanda y la oferta para determinar si existe o no mercado para el producto.

TABLA N° 29 Balance demanda / oferta

Año	Demanda futura	Oferta futura	Demanda potencial satisfacer	Demanda a cubrir
2017	14.685	309	14.376	8.620
2018	15.273	471	14.802	9.051
2019	16.198	882	15.316	9.504
2020	17.519	2.052	15.467	9.979
2021	19.323	5.872	13.451	10.478

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

La demanda a satisfacer para el año 2017 da un total de 14.367 unidades de cobijas de lana, se intenta cubrir el 60% dando un valor de 8.620 unidades, se pretende tomar en cuenta el crecimiento anual que debe tener la producción el cual es del 5% y para el año 2018 se procura cubrir con 9.051 unidades.

Según la entrevista realizada el señor Luis Conejo supo expresar que su negocio de cobijas de lana de oveja ha ido creciendo en un 5% y espera que siga aumentando, pues menciona que en la comunidad no existen competidores muy significativos, pues no todos se dedican por completo a elaborar cobijas.

3.13. Análisis del precio

Para fijar el precio de las cobijas de lana se considera el costo de venta que resulta producir las cobijas.

Se puede apreciar también que el precio se encuentra en el mismo rango en el que los clientes estarían dispuestos a pagar por las cobijas de lana misma que fue obtenido de las encuestas realizadas anteriormente.

3.13.1. Proyección del precio

Se utilizó la inflación del año en vigencia del mes de enero el cual fue de 3,19%, dato obtenido del Banco Central del Ecuador, con esta información se procede a realizar la proyección del precio.

Para la proyección del precio se tomó en cuenta la encuesta aplicada a los productores de cobija de lana en la pregunta cuatro (ver tabla N° 19 encuesta aplicada a los productores) pues la mayor parte de los encuestados prefieren pagar el precio de 17 USD a 19 USD con esta información se inicia a realizar las respectivas proyecciones.

Las cobijas sean llanos, multicolores o naturales tienen el mismo precio y no varían, pues se utiliza la misma cantidad de lana.

TABLA N° 30 Precio de las cobijas

Descripción	Precios estimados	Precio promedio
	15,00 a 17,00	
Cobijas de 2 plazas	17,00 a 19,00	18,00
	Más de 19,00	

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

3.13.2. Proyección del precio

Se utilizó la inflación del año en vigencia del mes de enero el cual fue de 3.09% dato obtenido del Banco Central del Ecuador, con esta información se procede a realizar la proyección del precio.

TABLA N° 31 Proyección del precio de las cobijas

Año	Precio estimado
2017	18,00
2018	18,56
2019	19,15
2020	19,76
2021	20,39

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

3.14. Estrategias de comercialización

La fábrica textil Lema S.A ha definido como competencia a los pequeños artesanos que se dedican a producir y comercializar las cobijas de lana, también la fábrica puede ser el proveedor para los almacenes y comerciantes minoristas que se dedican a comercializar este producto.

Las estrategias de comercialización que utilizará la empresa serán las cuatro Ps.

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

3.14.1. Producto

Los artesanos de la comunidad de Peguche utilizan la lana de oveja para elaborar diferentes productos como; ponchos de lana, gorras, sacos, guantes, calcetines y cobijas.

Es ideal para el consumidor pues la lana de oveja brinda suavidad y es ideal para abrigar en las noches ya que la temperatura suele ser muy fría. Las cobijas de lana se pueden elaborar en diferentes colores según los pedidos que se realice con diseños diferentes y dimensiones.

Las cobijas son elaboradas en máquinas eléctricas por artesanos que tienen conocimiento en el área.

La fibra natural proporciona resistencia en el tiempo, color, brillo y elasticidad para el consumidor para que satisfaga su necesidad.

Se investigará a los mejores proveedores de la materia prima que ofrezcan cantidad de lana en colores, tiempo de cancelación conforme a las posibilidades de la empresa y que cumplan con los pedidos a tiempo, así podrán ser elegidos como los mejores proveedores de la materia prima para la empresa.

GRÁFICO N° 35 Descripción de la cobija



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

- La cobija es elaborada con fibra natural compuesta por el 80% lana de lana de oveja y el 20% por poliéster.
- La muestra de la fotografía es de una cobija de 2 plazas tiene las siguientes dimensiones; de largo 2 metros con 60 centímetros y de ancho tiene 1 metro con 80 centímetros.
- El diseño de la cobija es elaborado con los siguientes colores; natural, tabaco, café y chocolate especial, con franja delgada y enconchada por los alrededores.
- El empaque para las cobijas será de material reciclable, esto permitirá la una mejor presentación, transportación y conservación del producto.

GRÁFICO N° 36 Diseño de la etiqueta



Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

3.14.2. Precio

Se reducirá los costos de producción sin reducir la calidad del producto conservando las características de durabilidad, el objetivo estará enfocado en capacitar al personal de producción para mejorar los procesos productivos a fin de disminuir costos.

- Realizar la investigación de los precios en relación a la competencia.
- Fijar los precios analizando los costos de producción y gastos.
- Ampliar las formas de pago ofreciendo créditos, y descuentos de acuerdo al volumen de compras que realicen los clientes.

3.14.3. Plaza

El producto podrá ser negociado por los compradores mediante la página web como hoy en día se realiza mediante el comercio electrónico, también se contará con tarjetas de presentación de la empresa.

La fábrica textil entregará la tarjeta de presentación a todos los clientes, también se entregara en los sitios de afluencia como la Plaza de Ponchos o los almacenes. Además la empresa dispondrá de un vehículo propio para la previa comercialización.

GRÁFICO N° 37 Medios de comercialización



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

La comercialización se intenta realizar principalmente a las familias del cantón que requieran de este producto, almacenes, mercados y comerciantes minoristas o extranjeros que requieran de este producto.

La empresa contará con la infraestructura apropiada, para realizar de manera correcta el proceso de producción y comercialización, y empleando las normas que garanticen la seguridad y salud ocupacional de los empleados.

3.14.4. Publicidad y promoción

La publicidad se ejecutará mediante los medios de comunicación como la radio Ilumán y los afiches tamaño INEN, con los cuales se puede dar a conocer el producto de esa manera llegar a todos los lugares.

TABLA N° 32 Publicidad año 2017

Descripción	Tiempo	Cantidad	V. unitario	V. total
Cuñas en radio Ilumán	Trimestral	3	150	450
Tarjetas de presentación	Semestral	100	0,50	50
TOTAL				500

Fuente: Investigación propia, radio Ilumán, Dikapsa

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

También se entregaran tarjetas de presentación a los clientes indicando los números telefónicos, razón social y productos que se ofrece para poder ingresar al mercado.

GRÁFICO N° 38 Tarjeta de presentación



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Para la promoción se tomará en cuenta los días especiales como; día de la madre, día del padre y navidad en los que se realizará las promociones de 2x1 para incrementar la cantidad de ventas, así también descuentos del 5% y 10% durante esos días.

Tomar en cuenta a los clientes que más adquieren el producto en la empresa, y comunicarles mediante el teléfono o correo electrónico las promociones, y por su cumpleaños hacerle llegar algún obsequio o poema vía internet.

3.15. Conclusiones

Mediante la investigación se determinó que en la parroquia no existe una competencia muy significativa pues la mayoría de los habitantes se dedican a las artesanías como; sacos de lana, tapices, bufandas, chales, chalinas, ponchos de lana y otros.

Se logró determinar claramente las características físicas del producto el cual se intenta colocar en el mercado, asimismo se logró conocer el mercado meta y la demanda potencial, al cual está dirigido el producto, se pudo analizar el comportamiento pasado y proyectar a futuro la demanda de las cobijas de lana de oveja .

La demanda de proyección para el primer año 2017 es de 14.685 de cobijas y para el año 2021 de 19.323 lo que representa un aumento significativo anual, beneficiando al proyecto propuesto.

Para el año 2017 la demanda potencial a satisfacer es igual a 14.376 unidades de cobijas de lana de los cuales se pretende cubrir el 60% equivalente a 8.620 unidades para esto el crecimiento anual que debe tener la producción es del 5% de esta forma al año 2018 se procura cubrir 9.051 unidades de la demanda potencial a satisfacer.

Para el año 2017 la proyección de los precios es de 18,00 USD, y al año 2018 es de 18,56 esto se lo realizo de acuerdo a la inflación del año calendario.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1.1. Tamaño del proyecto

El análisis adecuado del tamaño del proyecto trata en la valor de las inversiones, costos, utilidad y capacidad de producción que serían generadas con la ejecución del proyecto, además permite que se estimen los requerimientos técnicos para la implementación de la empresa como es; ubicación, equipos, servicios básicos, es todo relacionado con la implementación física del proyecto.

Se debe tomar en cuenta varios factores para determinar si el proyecto es o no factible razones por las cuales se analiza los siguientes factores;

4.1.2. El mercado

La fabricación de las cobijas de lana se producirá básicamente en la parroquia de Peguche, y la comercialización se hará a través de los diferentes intermediarios de contactos como; almacenes, comerciantes de artesanías a nivel provincial, para lo cual el personal de negocios y comercialización, mediante varias estrategias, buscarán acceder a la información sobre mercados. La población consumidora del producto corresponde a los almacenes del cantón Otavalo.

4.1.3. Disponibilidad de recursos financieros

Se realizó los análisis financieros correspondientes para el presente proyecto, se financiará una parte con capital propio y el resto con la entidad financiera como es el BanEcuador, pues es una institución que otorga créditos para proyectos productivos, y no es un factor limitante para la ejecución del proyecto.

4.1.4. Disponibilidad de mano de obra

Imbabura cuenta con gran oferta de mano de obra, ya que cuentan con centros de apoyo artesanal en donde se preparan y se capacitan a las personas, para que se desenvuelvan en las actividades de la manufacturera.

La cancelación por prestación de la mano de obra será mensualmente según las cantidades producidas de esta manera se brindarán fuentes de empleo fijo y de esta manera contar con un stock de productos como es la cobija de lana.

4.1.5. Disponibilidad de materia prima

Es de suma importancia que para la producción se utilicen materia prima e insumos de calidad, y que las mismas estén acorde a las necesidades de producción, además estos deben ser conseguidos a precios justos y en cantidades óptimas, que permitan cumplir con los niveles de producción fijados, de igual forma para cumplir con las necesidades de los clientes. Los principales proveedores se encuentran localizados en la ciudad de Otavalo, y cuentan con grandes almacenes que pueden abastecer de lana ya sea en colores naturales o tinturados, además esto es un beneficio para el proyecto. Entre los principales proveedores se consideran los siguientes:

- **Flor tex:** Proveedor de lana
- **Distribuidora de orlón:** Proveedor de lana y orlón
- **Casa blanca:** Proveedor de hilos chillos
- **Servimaq:** Proveedor de máquinas industriales, overlock, agujas entre otros.
- **Sr. Mario Gómez:** Intermediario de las maquinas eléctricas

4.1.6. Disponibilidad de tecnología

Para la producción de cobijas se requerirá de maquinarias básicas que facilitarán la producción como: maquina eléctrica, urdidora, canilladora o enconadora, perchadora, cortadora, overlock, maquina recta industrial, y en caso de que se pretenda ampliar el mercado, se aumentará la tecnología para mejorar los procesos de producción.

4.2. Localización del proyecto

Para establecer la localización del proyecto, es preciso realizar un análisis de la macro y micro localización, para encontrar el lugar más estratégico, la misma que permita cubrir todos los requerimientos y exigencias del proyecto, reducir los costos y gastos operacionales, adquirir mayor rentabilidad de la inversión que se intenta hacer, también cumplir adecuadamente con las actividades como; producción, comercialización y venta de los productos.

4.2.1. Macro localización

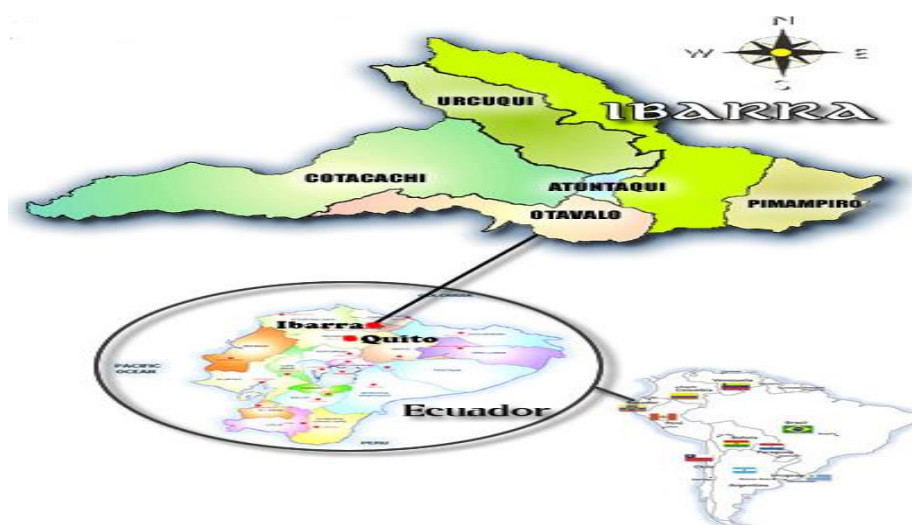
Es el sitio en donde se va ejecutar el proyecto tomando en cuenta factores como: el mercado, disponibilidad de materia prima, disponibilidad de mano de obra, infraestructura y servicios básicos, cada uno de estos factores permiten que la empresa marche debidamente.

La macro localización estará situada en;

- **País:** Ecuador
- **Región:** Sierra
- **Provincia:** Imbabura
- **Cantón:** Otavalo

Imbabura conocida como la “Provincia de los lagos”, se ubica en la sierra norte de Ecuador. Está rodeada por sus hermosos paisajes andinos, la cultura indígena que posee y su comida ancestral hacen de este lugar, uno de los más visitados por turistas nacionales e internacionales.

GRÁFICO N° 39 Mapa físico del Ecuador y de la provincia de Imbabura



Fuente: <http://imbabura.galeon.com/>
 Año: 2015

GRÁFICO N° 40 Mapa del cantón Otavalo



Fuente: Presentación otavaleñas y otavaleños
 Año: 2015

4.2.2. Micro localización

La micro localización especifica el sitio exacto donde se ubicara la empresa productora y comercializadora de cobijas de lana, tomando en cuenta que el propietario vive en la comunidad de Peguche y el lugar ofrece las condiciones solicitadas, la empresa estará situada en este sector para ello fue preciso considerar diferentes aspectos como; espacio físico, proveedores, afluencia de turistas nacionales e internacionales, acceso a servicios básicos, transporte, carreteras entre otros, también se considera que la comunidad es un lugar en el

cual los moradores son conocidos por su dedicación en productos artesanales, costumbres y tradiciones que poseen por estas razones se vio favorable la ubicación del proyecto.

- **Región:** Sierra
- **Provincia:** Imbabura
- **Cantón:** Otavalo
- **Parroquia:** Dr. Miguel Egas Cabezas Peguche
- **Comunidad:** Peguche
- **Dirección:** Calle Chasquis y línea férrea.

4.2.3. Metodología para la localización del proyecto

Se realizara el análisis de la localización del proyecto, con los respectivos factores más importantes que influyen en la ubicación del proyecto, se consideró los siguientes factores:

4.2.3.1. Identificación de los factores

- Afluencia de personas
- Seguridad policial
- Facilidad a vías de acceso
- Disponibilidad de medios de comunicación
- Abastecimiento de servicios básicos
- Disponibilidad de materia prima
- Disponibilidad de mano de obra
- Transporte

La comunidad de Peguche tiene afluencia de personas, nacionales o extranjeros que visitan el lugar.

Peguche tiene atracciones turísticas las cuales le hacen única, además cuenta con la reserva de la cascada del mismo nombre, las familias de la comunidad tienen pequeños talleres artesanales en las cuales se dedican al trabajo de las artesanías, y también cuenta con

la plaza Artesanal Facka Llackta este es un sitio cultural en donde exponen y venden los artículos artesanales

La comunidad cuenta con la UPC ubicado cerca de la cascada, para una mejor seguridad de los habitantes y de los turistas que vienen a visitar a cada uno de los sitios.

La parroquia de Peguche hoy en día cuenta con vías de acceso para llegar y salir del lugar, las vías están completamente adoquinadas en todo el sector, también está muy cerca de la panamericana norte y a unos 10 minutos se del cantón.

Peguche cuenta con diversos medios de comunicación como son; los servicios de internet, teléfono móvil, Tv cable, estación de radios etc. Los cuales ayudan a las familias a mantener comunicados fuera y dentro de la comunidad.

Se puede decir que la comunidad cuenta con abastecimiento de servicios básicos como; energía eléctrica, agua potable, teléfono, alcantarillado y esto ayuda cada vez más a que la comunidad crezca y tengan óptimas condiciones de vida.

Las materias primas para producir artesanías se pueden encontrar sin ningún problema en el sector o en la ciudad, en este caso la lana de oveja se puede adquirir en los almacenes de Otavalo en grandes cantidades y de diversos colores.

El sector cuenta con disponibilidad de mano de obra, por los propios comuneros, cuentan con conocimientos y experiencias suficientes para trabajar cualquier tipo de artesanías y esto es una oportunidad que tiene el sector.

La comunidad cuenta con 2 cooperativas de transportes públicos como;

La unidad de transportes 8 de septiembre y la Imbaburapac, quienes prestan servicios de transportes cada 10 minutos dentro y fuera de la comunidad.

4.2.3.2. Selección de lugares

Los posibles sectores a ubicar la empresa de producción y comercialización de cobijas de lana son los siguientes;

TABLA N° 33 Posibles sectores a ubicar a la empresa

Barrio Tahuantinsuyo	A
Barrio Peguche Tío	B
Barrio Obraje	C
Barrio Santa Lucia	D

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.3. Desarrollo de la matriz de evaluación de factores

Para elaborar la matriz se aplicó el método de evaluación cuantitativa por puntos, la cual se basa en dar una ponderación a cada factor y se multiplica la ponderación establecida con la calificación de cada uno de los factores.

TABLA N° 34 Matriz de evaluación

Factores	A	B	C	D
Afluencia de personas	7	6	6	8
Seguridad policial	6	8	8	7
Facilidad a vías de acceso	7	7	7	8
Disponibilidad de medios de comunicación	7	6	6	7
Abastecimiento de servicios básicos	7	7	8	8
Disponibilidad de materia prima	6	6	7	8
Disponibilidad de mano de obra	6	8	7	6
Transporte	6	6	7	9
Total factores	52	54	56	61

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

TABLA N° 35 Matriz de factores ponderada

Factores	PESO	A		B		C		D	
		Calf.	Pond	Calf	Pond	Calf	Pond	Calf	Pond
Afluencia de personas	10%	7	0,70	6	0,60	6	0,60	8	0,80
Seguridad policial	12%	6	0,72	8	0,96	8	0,96	7	0,84
Facilidad a vías de acceso	18%	7	1,26	7	1,26	7	1,26	8	1,44
Disponibilidad de medios de comunicación	10%	7	0,70	6	0,60	6	0,60	7	0,70
Abastecimiento de servicios básicos	12%	7	0,84	7	0,84	8	0,96	8	0,96
Disponibilidad de materia prima	15%	6	0,90	6	0,90	7	1,05	8	1,20
Disponibilidad de mano de obra	8%	6	0,48	8	0,64	7	0,56	6	0,48
Transporte	15%	6	0,90	6	0,90	7	1,05	9	1,35
Total	100%	52	6,50	54	6,70	56	7,04	61	7,77

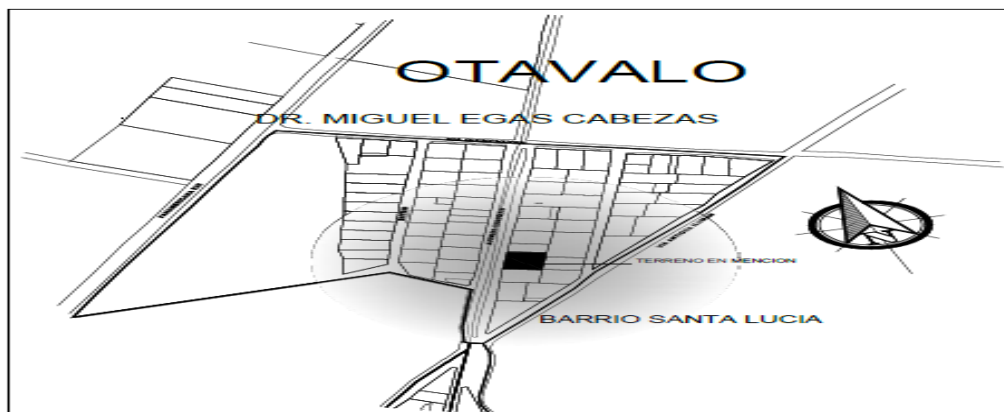
Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Según los análisis realizados se determinó que el lugar más benéfico para la ubicación de la empresa se encuentra en el barrio Santa Lucía de la comunidad de Peguche, cantón Otavalo, cuya ubicación se localiza en la calle Chasquis y línea férrea.

GRÁFICO N° 41 Micro localización



Elaborado por: Arq. Ana Morán

Año: 2015

4.4. Ingeniería del proyecto

4.4.1. Proceso productivo

El proceso productivo indica de forma secuencial las actividades que se debe realizar para obtener el producto terminado.

A continuación se presenta la siguiente tabla en la cual indica en forma secuencial las diferentes actividades, que se realiza para concluir con el proceso productivo a través de la identificación de las siguientes etapas con sus respectivos tiempos.

TABLA N° 36 Flujo grama del proceso productivo

N°	ACTIVIDAD	TIEMPO
1	Programar los pedidos de la materia prima (lana de oveja).	2 días
2	Fijar la cantidad de lana requerida para la elaboración de las cobijas.	50 minutos
3	Comprar la lana de oveja en el almacén Flor Tex de la ciudad de Otavalo.	2 días
4	Trasladar la materia prima a la fábrica Lema S.A localizada en la parroquia de Peguche.	10 minutos
5	Recibir y embodegar la lana de oveja en la fábrica.	50 minutos
6	Efectuar el control de calidad de la lana	30 minutos
7	Asignar la cantidad de lana para elaborar las cobijas con sus respectivos diseños, colores y dimensiones.	1 día
8	Enconar la lana de todos los colores con sus respectivas muestras.	1 día
9	Empezar a urdir la lana con los colores escogidos	1 día
10	Pasar la urdida a la máquina de tejer y envolver para luego pasar por la trama.	3 horas
11	Inmediatamente se empieza a tejer la lana en la máquina según las cantidades.	2 días
12	Sacar de la maquina la lana ya tejida y empezar a perchar y cortar.	3 horas
13	Llevar las cobijas ya perchada al para coser y continuar con el cepillado.	2 días

N°	ACTIVIDAD	TIEMPO
14	Seguir con el proceso del planchado y doblado	2 días
15	Asignar a cada cobija las respectivas etiquetas, indicaciones del producto.	1 día
16	Realizar el control de calidad de los productos acabados.	30 minutos
17	Empacar el producto final con material reciclable	30 minutos
18	Transportar el producto a la bodega	No tiene tiempo
19	Vender el producto a los clientes.	No tiene tiempo

Fuente: Investigación propia







Elaborado por: Soraya Lema

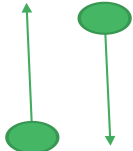
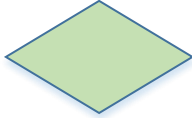



Año: 2016

4.4.2. Operación del proyecto

Los símbolos presentados a continuación serán empleados en la elaboración del flujograma del proceso productivo de las cobijas de lana. Se empleó la metodología ANSI.

GRÁFICO N° 42 Simbología de los diagramas de flujo

SIMBOLO	NOMBRE	DESCRIPCION
	Inicio/ Fin	Inicio o fin del flujo
	Operación	Cada actividad relativa a un procedimiento
	Subprocesos	Ejecución de actividades dentro del proceso o método
	Operación manual	Realización de una operación en forma manual, específicamente.
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento
	Documentos y copias	Representa un documento y sus respectivas copias manejadas dentro de un procedimiento

	Conectores	Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte del mismo.
	Decisión	Punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más operaciones
	Archivo	Representa un archivo común y corriente de oficina.
	Datos	Elementos que alimentan y se generan en el procedimiento
	Líneas de flujo	Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizarse.

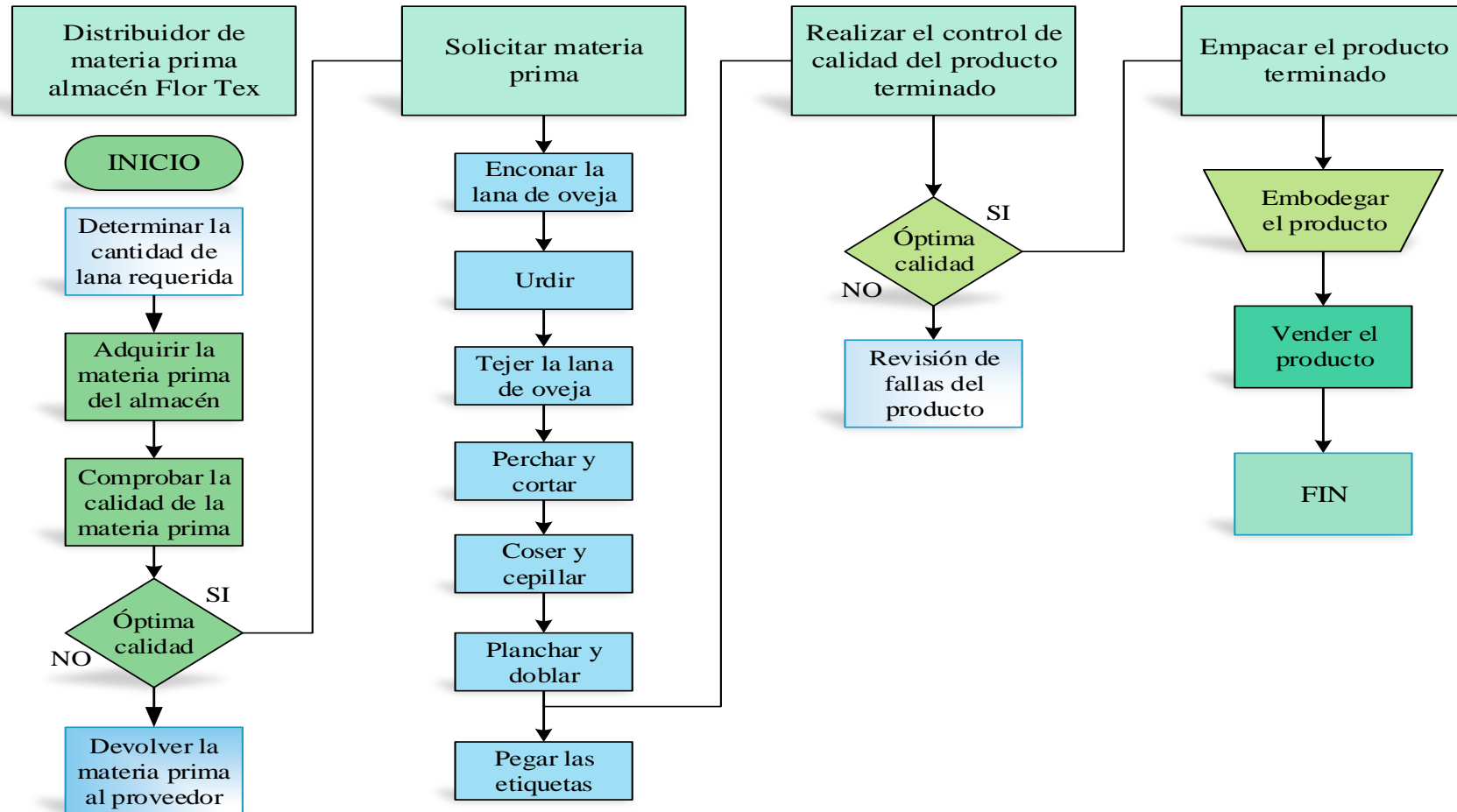
Fuente: Palafox de Anda & Hernández y Rodríguez, 2012

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.4.1. Flujo grama de procesos

GRÁFICO N° 43 Flujo grama para el proceso de producción



Elaborado por: Soraya Lema
 Año: 2015

4.4.1.1. Adquisición de la materia prima

Para la adquisición de la materia prima se realizó una investigación directa en la cual se determinó que en la ciudad de Otavalo existen proveedores de este tipo de material el cual abastecerá del material, como es la lana.

El proveedor principal de la materia prima (lana) será el almacén Flor tex, pues está constituido legalmente por algunos años.

4.4.1.2. Bobinado de la lana de oveja

Aquí el obrero con la ayuda de la bobinadora que se muestra en el gráfico, se dedica a bobinar en los conos de diferentes tamaños, hay lanas que venden en madejas pero esto es poco dificultoso para traspasar al cono se requiere de tiempo, por eso es importante comprar la lana en conos para no estar desenredar la madeja de lana. Cuando la lana está con sus respectivas asignaciones se requiere pronta la urdida.

GRÁFICO N° 44 Enconado de la lana



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

4.4.1.3. Urdida

En el siguiente proceso se utiliza la lana ya sea en colores naturales o tinturados ya pasados a diferentes conos, en la urdidora se coloca el número total de lana que se va utilizar para las cobijas, también en ese momento se especifica las dimensiones de las mismas y el número total de cobijas que se requiere elaborar.

4.4.1.4. Tejido

Después de haber hecho el proceso de la urdida y el traspaso de la misma se procede, a tejer en la maquina eléctrica con el cual se teje la lana hasta obtener el producto.

Cuando la lana este ya urdida se debe tener cuidado para que no se pueda ensuciar ni tampoco se pueda enredar, porque es muy complicado desenredar. En el gráfico se puede visualizar claramente la forma de urdido de la lana.

GRÁFICO N° 45 Tejido de la cobija



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

4.4.1.5. Perchado

Seguidamente después del tejido en la máquina, se procede al perchado en la máquina del mismo nombre la cual consiste en sacar el vellón de la lana para obtener el producto más brillante, suave y atractivo para el cliente.

GRÁFICO N° 46 Perchado de la cobija



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

4.4.1.6. Corte

Inmediatamente se procede al corte de cada una de las cobijas, según los colores y se va clasificando sean estas naturales o tinturados para una mejor distribución al momento de pasar por las máquinas rectas y overlok.

GRÁFICO N° 47 Corte de la cobija



Elaborado por: Soraya Lema

4.4.1.7. Costura y cepillado

Consiste en coser los filos de las cobijas ya sea en maquina industrial recta o overlock, para luego seguir con el cepillado de la cobija, para que este de mayor facilidad para el planchado.

4.4.1.8. Planchado

Este proceso consiste en planchar cada una de las cobijas para que dé mayor brillo y suavidad a las cobijas, también para que sea más fácil de doblar y no existan arrugas en las cobijas.

GRÁFICO N° 48 Planchado de la cobija

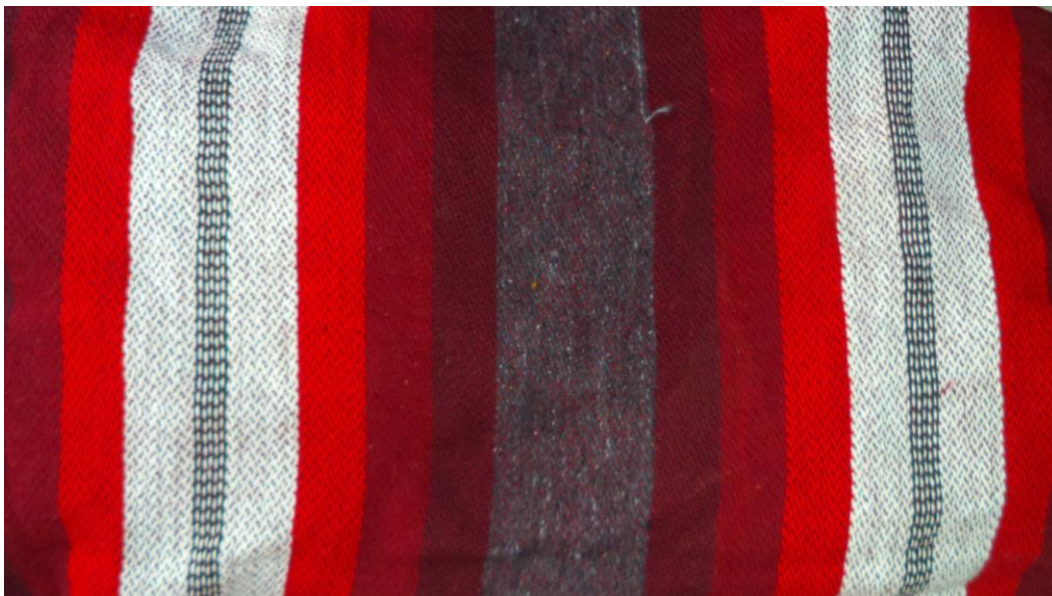


Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

4.4.1.9. Producto final

Por ultimo para obtener las cobijas, es ir colocando las respectivas etiquetas y realizar, la previa revisión de calidad, luego se va doblando uno por uno las cobijas y finalmente se obtiene el producto terminado y listo para comercializar en el mercado nacional.

GRÁFICO N° 49 Producto final



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

4.5. Tecnología

Es importante los equipos y la maquinaria a emplear, además serán seleccionados de acuerdo al producto que se espera producir, optimizando los recursos con la utilización de las siguientes maquinarias;

Máquina eléctrica, máquina industrial, perchadora, bobinadora eléctrica, entre otros ya que las mismas permitirán fabricar un producto de alta calidad.

Asimismo para la administración del negocio se dispondrá especialmente de equipo de computación que ayudara a registrar correctamente los egresos e ingresos de la empresa.

4.5.1. Maquinaria y equipo

4.5.1.1. Maquina eléctrica marca RUTI

GRÁFICO N° 50 Maquina eléctrica marca RUTI



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

Características:

Marca: Ruti

Corona de 20 cuchillas

Doble ancho 2.40 cm.

1 Lanzadera 1 Carreto para urdido.

4.5.1.2. Maquina perchadora marca GESSNER

GRÁFICO N° 51 Maquina perchadora marca GESSNER



Características:

Marca: GESSNER

24 rodillos

Caja de velocidad serie N° 23511-87

Volts 220

4.5.1.3. Plancha eléctrica pesada marca Umco

GRÁFICO N° 52 Plancha marca Umco



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Características:

Modelo: UM7601

Potencia asignada: 1000W

Tensión asignada: 120V

4.5.1.4. Máquina industrial recta electrónica marca JK

GRÁFICO N° 53 Máquina industrial recta electrónica marca JACK



Características:

Marca: JACK

Serie: 14051136Q.15.

Armada con motor, estante y tablero.

Alto rendimiento en trabajos largos y continuos.

Regulador de puntada.

Totalmente metálica.

4.5.1.5. Overlock marca Pegasus 752-13H

GRÁFICO N° 54 Overlock marca Pegasus mx5214



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Características:

Marca: Pegasus

Modelo: MX5214

Serie: 0542726

Motor: 4-12

Color: Blanco

De 4 hilos

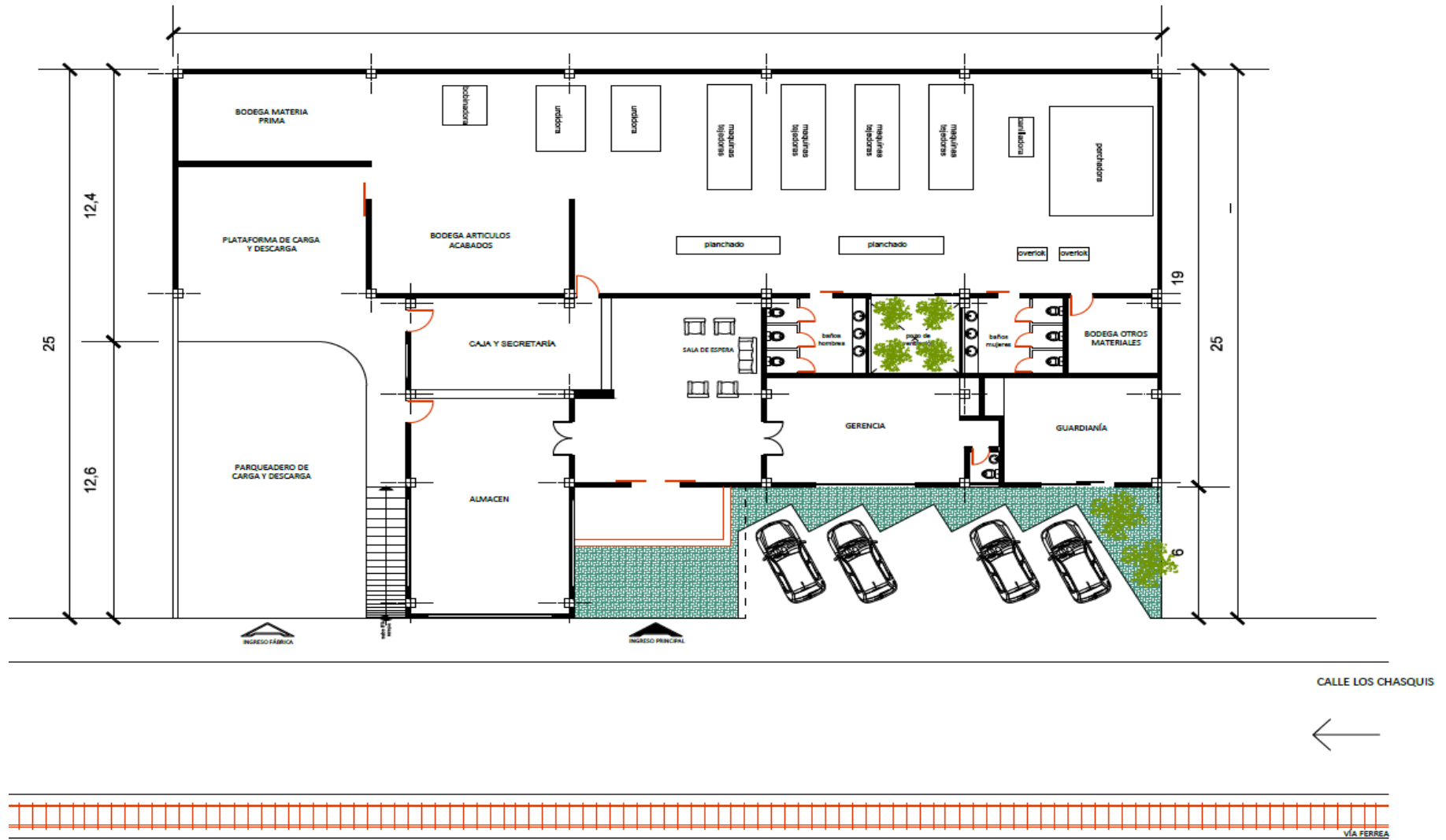
4.6. Obras civiles

Es primordial el espacio adecuado, para que se lleve a cabo el presente proyecto productivo, se ha dispuesto construir una planta propia, la cual poseerá las respectivas instalaciones.

La infraestructura física de la planta poseerá los siguientes aspectos;

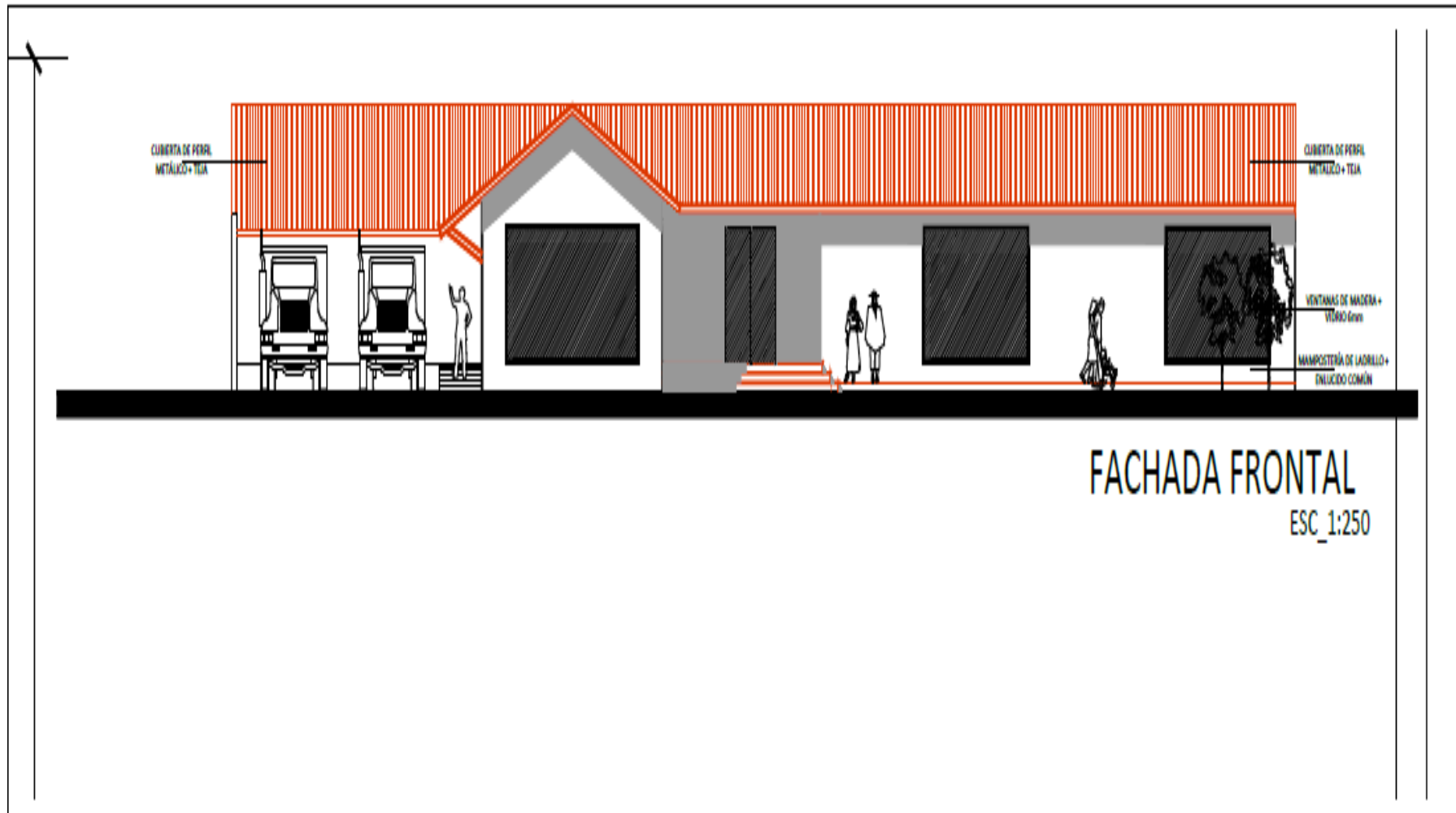
- El área financiera debe estar correctamente distribuida para un mejor desenvolvimiento, debe haber también oficinas de contabilidad, atención al cliente y recaudación.
- El área de acabados y almacenaje deberá tener suficiente ventilación e iluminación, pues en esta área habrá personal que trabajen las 8 horas diarias con las maquinas adecuadas.
- El área de bodega deberá contener espacio suficiente para el almacenaje de las materias primas e insumos necesarios para el proceso productivo, se deberá también contar con un perchero para su adecuada organización.
- El área de ventas y comercialización estará situada con dirección a la calle, pues esto permitirá a los clientes el fácil acceso a la fábrica textil Lema y también se dispondrá la cercanía para la carga de los respectivos vehículos.

GRÁFICO N° 55 Plano de instalaciones y diseño de la planta.



Elaborado por: Arq. Ana Morán
Año: 2015

GRÁFICO N° 56 Fachada frontal



Elaborado por: Arq. Ana Morán

Año: 2015

4.7. Presupuesto técnico

4.7.1. Inversiones fijas

Se entiende por inversión fija a los aspectos relacionados con los bienes tangibles necesarios, para que se inicie el proyecto y serán utilizados en el proceso de transformación de los mismos, o será de apoyo en las actividades de operación del proyecto, como: terreno, infraestructura, maquinaria y equipos, muebles y enseres, equipo de computación.

4.7.1.1. Terreno

Para la construcción de la infraestructura del proyecto, que incluye el área administrativa, área de parqueaderos de carga y descarga y la planta de producción, es necesario contar con un terreno de 1000 m² que está avaluado en \$ 12, 15 cada m².

TABLA N° 37 Terreno

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Terreno	m ²	1000	12,15	12.150,00

Fuente: Gobierno Municipal de Otavalo.


Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.7.1.2. Infraestructura

Según la profesional Arq. Ana del Carmen Morán Hinojosa, la construcción de las instalaciones de la empresa, tendrá el costo total de \$68.471,75 (sesenta y ocho mil cuatrocientos setenta y un dólares con setenta y cinco centavos + IVA), deduciendo que el costo de la construcción, por cada m² es de \$ 94,57 (noventa y cuatro dólares con cincuenta y siete centavos), construyendo un área de 724 m². Por toda la instalación nueva incluyendo todos los costos necesarios de infraestructura a continuación se detalla el presupuesto de obra.

TABLA N° 38 Costo infraestructura

PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN					
Obra: “FÁBRICA TEXTIL LEMA S.A” Ubicación: Provincia Imbabura, Cantón Otavalo Parroquia: Miguel Egas Cabezas Peguche					
Ítems	Descripción	Unidad	Cantidad	P. unitario	Total
1.	Replanteo y nivelación	m2	1092,00	0,75	819,00
2.	Excavación de plintos y cimientos en suelo normal	m3	94,00	1,20	112,80
					931,80
3.	Hormigón ciclópeo en plintos y cimientos	m3	12,65	0,68	8,60
4.	Encofrado y apuntalamiento de columnas	unidad	40,00	0,60	24,00
					32,60
5.	Relleno compactado	m3	62,50	2,80	175,00
6.	Acero de Refuerzo	qq	50,25	43,00	2.160,75
					2.335,75
7.	Alambre de amarre	rollo	3,00	41,00	123,00
8.	Plintos columnas y cadenas de hormigón f'c= 210 kg/cm2	m3	25,60	138,50	3.545,60
					3.668,60
9.	Fundición de contra piso	m2	276,00	15,00	4.140,00
10.	Mampostería de ladrillo visto	m2	320,00	17,50	5.600,00
					9.740,00
11.	Mampostería divisoria de bloque e=15cm, enlucido de caras	m2	182,00	17,50	3.185,00

Ítems	Descripción	Unidad	Cantidad	P. unitario	Total
12.	Instalaciones sanitarias	pto	22,00	12,00	264,00
13.	Caja de Revisión (65x65)cm	unidad	5,00	17,50	87,50
14.	Instalaciones de Agua	pto	15,00	14,00	210,00
					297,50
15.	Instalaciones de iluminación	pto	45,00	16,00	720,00
16.	Instalaciones de tomas	pto	32,00	18,00	576,00
					1.296,00
17.	Puerta principal	unidad	3,00	120,00	360,00
18.	Puertas internas	unidad	10,00	45,00	450,00
					810,00
19.	Ventanas prefabricadas	m2	35,00	32,00	1.120,00
20.	Cerámica económica en pisos	m2	145,00	10,00	1.450,00
					2.570,00
21.	Cerámica en paredes de baño	m2	28,00	9,50	266,00
22.	Cubierta ecológica de madera con techo de eternit	m2	770,00	55,25	42.542,50
					42808,50
23.	Inodoro y lavamanos	unidad	7,00	60,00	420,00
24.	Desalojo de escombros	m3	28,00	4,00	112,00
TOTAL:					\$ 68.471,75

Fuente: Arq. Ana Moran.

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.7.1.3. Maquinaria y equipo

Es indispensable las maquinarias y equipos para la producción y acabados de las cobijas, serán conseguidos directamente en la ciudad de Otavalo, a diferentes proveedores como es; Mainco, Servimaq las cuales tiene a disposición toda clase de repuestos y accesorios para los diferentes modelos y marcas de máquinas de confección ya sean maquinas industriales rectas y overlock.

Además los equipos como; bobinadora, telar eléctrico, perchadora y urdidora se las conseguirá por medio del sr. Mario Gómez quien conoce afondo sobre estas máquinas, y también porque tiene contactos con las empresas constituidos durante algunos años y se puede conseguir directamente, desde la ciudad de Quito a continuación se detalla cada uno de los activos:

TABLA N° 39 Maquinaria y equipos

Detalle	Cantidad	V. unitario	V.total
Telar eléctrico RUTI	1	2.000,00	2.000,00
Maquina perchadora GESSNER	1	5.000,00	5.000,00
Plancha a vapor Weiji wj520	2	75,00	150,00
Maquina industrial recta electrónica JK SHIRLEYIEC	1	940,00	940,00
OverlockPegasus 752-13H	1	1.498,00	1.498,00
Total			9.588,00

Fuente: Mainco, Servimaq, Sr. Mario Gómez

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.7.1.4. Muebles y enseres

Son muy necesarios los muebles y enseres pues estas serán distribuidas en las diferentes áreas de la empresa según su requerimiento, a continuación se detalla de la siguiente manera;

TABLA N° 40 Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	V. unitario	V.total
Escritorio oficina	1	165,00	165,00
Escritorio Ejecutivo	2	160,00	320,00
Silla giratoria apoya brazos	1	87,98	87,98
Silla giratoria	2	109,00	218,00
Silla estándar	2	20,00	40,00
Perchero de metal	2	60,00	120,00
Archivador	1	285,51	285,51
Papelera de metal	7	24,45	171,15
Mesas (corte, planchado)	2	100,00	200,00
Total			1.607,64

Fuente: Varios proveedores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.7.1.5. Equipo de computación

Es necesario para el manejo y control del negocio la adquisición del equipo de computación, ya que estos implementos ayudarán a mantener una excelente administración, a continuación se detalla;

TABLA N° 41 Equipo de computación

Detalle	Cantidad	V. unitario	V.total
Computador Core I3	1	550,00	550,00
Impresora Epson	1	145,00	145,00
Total			695,00

Fuente: Varios proveedores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.7.1.6. Equipos de oficina

Los equipos de oficina solicitados para las funciones administrativas se especifica a continuación:

TABLA N° 42 Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	V. unitario	V.total
Teléfonos	2	28,50	57,00
Cajas fuertes	1	125,00	125,00
Total			182,00

Fuente: Varios proveedores

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.7.1.7. Herramientas

Estas herramientas son indispensables para el proceso de producción se detalla en el siguiente cuadro:

TABLA N° 43 Herramientas

Detalle	Cantidad	V. unitario	V.total
Tijeras	3	20,00	60,00
Caja de agujas	2	7,00	14,00
Mascarillas	4	1,50	6,00
Delantales	4	10,00	40,00
Total			120,00

Fuente: Casa blanca–Otavalo

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.7.1.8. Vehículo

El vehículo es importante para realizar las respectivas cargas de materia prima, o de los productos terminados para lo cual se decidió adquirir, el siguiente modelo de vehículo Flamante Chevrolet color dorado y modelo 2007.

TABLA N° 44 Vehículo

Detalle	Cantidad	V. unitario	V.total
Vehículo	1	12.900,00	12.900,00
Total			12.900,00

Fuente: Mercado libre

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.7.1.9. Resumen de inversión fija

TABLA N° 45 Resumen de inversión fija

Detalle	Valor total
Terreno	12.150,00
Infraestructura	68.471,75
Maquinaria y equipo	9.588,00
Herramientas	120,00
Equipo de oficina	182,00
Equipo de computación	695,00
Muebles y enseres	1.607,64
Vehículo	12.900,00
Total	105.714,39

Fuente: Tabla N°:37, 38, 39,40, 41, 42, 43, 44

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.7.2. Inversión diferida

La inversión diferida del proyecto está conformada por los gastos de constitución de la empresa, son todos los trámites legales que se debe realizar para el previo funcionamiento.

4.7.2.1. Gasto de constitución

TABLA N° 46 Gasto de constitución

Detalle	Valor total
Escritura publica	300,00
Patente municipal	50,00
Permiso funcionamiento	40,00
Plan de contingencia	610,00
Total	1.000,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.7.3. Capital de trabajo

Para fijar el capital de trabajo se toma en cuenta los costos y gastos que tiene la empresa, en el transcurso de la operación.

El cálculo del capital de trabajo se realizó para dos meses, este tiempo será para que la empresa comience a generar ingresos y así cubrir los gastos.

A continuación se detalla los cálculos correspondientes;

4.7.3.1. Materiales

TABLA N° 47 Materiales

Descripción	Unidades	Medida	Total	P.Venta	Total	T. 2meses
Lana oveja	500	Lb	1.000	3,25	3.250,00	6.500,00
Total					3.250,00	6.500,00
Materiales						
Hilo	2	Unidad	2	2,50	2,50	5,00
Etiquetas	500	Unidad	500	0,002	1,00	2,00
Fundas	100	Unidad	100	0,25	25,00	50,00
Cinta embalaje	8	Unidad	8	2,50	20,00	40,00
Total					48,50	97,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.7.3.2. Mano de obra

TABLA N° 48 Mano de obra

Cargo	Numero	Sueldo	Total 2 meses
Área administrativa			
Gerente	1	710,00	1.420,00
Contador	1	596,00	1.192,00
Área de producción(obreros)			
Tejedor	1	366,00	732,00
Perchador	1	366,00	732,00
Bodeguero	1	366,00	732,00
Área de ventas			
Vendedor	1	366,00	732,00
Total			5.540,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

4.7.3.3. Costos indirectos de fabricación

TABLA N° 49 Servicios básicos

Descripción	Cantidad	P.U	V. total dos meses
Agua potable	1	7,00	14,00
Energía eléctrica	1	36,21	72,42
Internet	1	20,00	40,00
Teléfono	1	5,00	10,00
Total			136,42

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

TABLA N° 50 Mantenimiento y reparación

Descripción	Cantidad	P.U	Total 2 meses
Mantenimiento maquinaria	1	50,00	100,00
Herramientas	1	20,00	40,00
Reparación	1	25,00	50,00
Total			190,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.7.4. Resumen de inversión variable

TABLA N° 51 Resumen de inversión variable

Detalle	Valor total
Gasto de constitución	1.000
Capital de trabajo	12.463,42
Total inversión variable	13.463,42

Fuente: Tabla: 46, 47, 48,49, 50

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.7.5. Estructura de la inversión

TABLA N° 52 Estructura de la inversión

Inversión	valor	%
Fija	105.714,39	89
Variable	13.463,42	11
Total inversión	119.177,81	100

Fuente: Tabla N°: 45, 51

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

4.8. Conclusiones

Con la realización del estudio técnico se identificó el tamaño del proyecto, esto abarca la cantidad a invertir, costos, utilidad y el volumen de producción que estaría dispuesta a generar el proyecto previo a la ejecución del mismo.

Además se identificó el mercado, disponibilidad de los recursos financieros, mano de obra, materia prima y la tecnología que se requiere para la producción de las cobijas de lana de oveja. Los proveedores principales de cada uno de los artículos mencionados anteriormente se encuentran en la ciudad de Otavalo los cuales cuentan con almacenes o locales comerciales para la previa adquisición de los artículos más primordiales.

Se determinó la macro y micro localización del proyecto a ejecutar, se estableció el lugar más adecuado para la creación de una empresa productora y comercializadora de

cobijas de lana, la cual será en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo, parroquia de Peguche. Del mismo modo se realizó la matriz de evaluación para analizar los posibles sectores a ubicar la empresa, y dio como resultado con unos 7,77 puntos, la ubicación de la empresa será en el barrio Santa Lucía en la calle Los Chasquis y Línea Férrea.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Objetivo del estudio

Efectuar un estudio financiero por medio del uso de las proyecciones de ingreso, egreso, costo, gastos y estados financieros, para los 5 años que es la durabilidad del proyecto e indicadores financieros como el valor actual neto, tasa interna de retorno, costo-beneficio y tiempo de recuperación de la inversión con la propósito de establecer la rentabilidad dela presenta investigación.

5.2. Determinación de ingresos proyectados

Para la determinación de los ingresos se tomó en cuenta, las ventas de las cobijas con una cantidad de 500 unidades mensuales para el primer año y los siguientes años se tomará en cuenta un aumento de venta del 5% anual.

Para la proyección de los precios se tomó muy en cuenta la información obtenida del Banco Central del Ecuador. La tasa de inflación año vigencia del mes de octubre fue de 3,19%, con este dato se prosiguió a realizar los cálculos necesarios.

TABLA N° 53 Ingresos proyectados

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COBIJAS					
Cantidad	8.620	9.051	9.504	9.979	10.478
Precio	18,00	18,56	19,15	19,76	20,39
TOTAL	155.160,00	167.986,56	182.001,60	197.185,04	213.646,42

Fuente: Tabla N°: 29, 31

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

5.3. Determinación de egresos proyectados

Se establece la inversión variable que tendrá el presente proyecto pues la misma es indispensable, para determinar el capital de trabajo y además es importante para la toma de decisiones.

La proyección de los precios de las cobijas se realizó de acuerdo a la tasa de inflación del año en vigencia del mes de octubre que fue de 3,19% dato obtenido del Banco Central del Ecuador.

5.3.1. Costos de producción

5.3.2. Materia prima directa

Los costos de operación son aquellos egresos incurridos en la elaboración del producto como: la materia prima, mano de obra, costos de fabricación pues este valor se aumenta según la inflación del 3,19% del mes de octubre.

TABLA N° 54 Proyección de materia prima directa

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LANA DE OVEJA					
Cantidad	12.000	12.600	13.230	13.892	14.587
Precio	3,25	3,35	3,46	3,57	3,61
TOTAL	39.000,00	42.210,00	45.775,80	49.594,44	52.659,07

Fuente: Tabla N°: 47

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

5.3.3. Materia prima indirecta

TABLA N° 55 Proyección de materia prima indirecta

DESCRIPCIÓN		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Hilo coser	Cantidad	24	25	26	27	28
	Precio	2,50	2,58	2,66	2,74	2,83
	Total	60	64,50	69,16	73,98	79,24
Etiqueta	Cantidad	6.000	6.300	6.615	6.946	7.293
	Precio	0,024	0,025	0,026	0,027	0,028
	Total	144	157,50	171,99	187,54	204,20
Fundas plásticas	Cantidad	1.200	1.260	1.323	1.389	1.458
	Precio	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
	Total	300	327,60	357,21	388,92	422,82
Cinta para embalaje	Cantidad	96	101	106	111	117
	Precio	2,50	2,58	2,66	2,74	2,83
	Total	240	260,58	281,96	304,14	331,11
Total general		744	810,18	880,32	954,58	1.037,37

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

5.3.4. Materia prima directa

Para proyectar el valor de la mano de obra directa (obreros) es importante establecer el crecimiento que ha tenido el salario básico unificado, durante los últimos años con esta información se procede a proyectar el sueldo para los siguientes años.

TABLA N° 56 Historial del sueldo básico unificado

AÑO	SUELDO BÁSICO UNIFICADO
2011	264,00
2012	292,00
2013	318,00
2014	340,00
2015	354,00
2016	366,00

Fuente: Instituto Ecuatoriana de Seguridad Social

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

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

$$i = \sqrt[5]{(366/264)} - 1$$

$$i = 0.0675 * 10$$

$$i = 6.75\%$$

La tasa de crecimiento de los sueldos a través del tiempo es del 6.75% este dato se tomará para aplicar en la proyección de los siguientes salarios.

TABLA N° 57 Proyección del sueldo básico unificado

AÑO	SUELDO BÁSICO UNIFICADO
2016	366,00
2017	390,71
2018	417,09
2019	445,25
2020	475,32

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

Se considera que la empresa tendrá 3 obreros que trabajarán a tiempo completo en la elaboración de las cobijas de lana.

TABLA N° 58 Proyección de mano de obra directa (obrerros)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obreros	366,00	390,71	417,09	445,25	475,32
Total Mensual	1.098,00	1.172,13	1.251,27	1.335,75	1.425,96
Total Anual	13.176,00	14.065,56	15.015,24	16.029,00	17.111,52

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

Los siguientes rubros comprenden la totalidad de los sueldos de los obreros y sus respectivos beneficios sociales.

TABLA N° 59 Proyección del costo total de la mano de obra directa (obreros)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
S. B. Unificado	13.176,00	14.065,56	15.015,24	16.029,00	17.111,52
A.Patronal	1.600,88	1.708,98	1.824,35	1.947,52	2.079,05
12.15%					
13mo sueldo	91,50	97,68	104,27	111,31	118,83
14vo sueldo	91,50	91,50	91,50	91,50	91,50
Fondo reserva	0,00	97,64	104,23	111,27	118,78
8.33%					
Total	14.959,88	16.061,36	17.139,59	18.290,60	19.519,68

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2016

5.3.5. Costos generales de fabricación

TABLA N° 60 Proyección de los costos generales de fabricación

SERVICIOS BÁSICOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	84,00	86,68	89,45	92,30	95,24
Luz	434,52	448,38	462,68	477,44	492,67
Internet	240,00	247,66	255,56	263,71	272,12
Teléfono	60,00	61,91	63,88	65,92	68,02
Subtotal	818,52	844,63	871,57	899,37	928,05
Obra civil	378,28	390,35	402,80	415,65	428,91
Mantenimiento	600,00	619,14	638,89	659,27	680,30
Herramientas	240,00	247,66	255,56	263,71	272,12
Reparación	300,00	309,57	319,46	329,65	340,17
Subtotal	1.518,28	1566,72	1616,71	1668,28	1721,5
Total general	2.336,80	2.411,35	2.488,28	2.567,65	2.649,55

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2016

5.3.6. Resumen costos de producción

TABLA N° 61 Resumen costos de producción

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MPD	39.000,00	42.210,00	45.775,80	49.594,44	52.659,07
MPI	744	810,18	880,32	954,58	1.037,37
MOD	14.959,88	16.061,36	17.139,59	18.290,60	19.519,68
CIF	2.336,80	2.411,35	2.488,28	2.567,65	2.649,55
Total	59.419,68	61.492,89	66.283,99	71.407,27	75.865,67

Fuente: Tabla N°: 54, 55, 59, 60

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

5.4. Gastos administrativos

5.4.1. Sueldo personal administrativo

Para efectuar la proyección de los sueldos del personal administrativo se utilizó la tasa de crecimiento del sueldo básico unificado que fue del 6,75%. La empresa está comprendida por el área administrativa que conforman 2 personas el gerente y contador.

TABLA N° 62 Proyección de gastos administrativos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	710,00	757,93	809,09	863,70	922,00
Contador	596,00	636,23	679,18	725,02	773,96
Total mensual	1.306,00	1.394,16	1.488,27	1.588,72	1.695,96
Total anual	15.672,00	16.729,92	17.859,24	19.064,64	20.351,52

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

El gasto total del personal administrativo está incluido por el sueldo anual y los beneficios sociales correspondientes.

TABLA N° 63 Proyección del gasto total personal administrativos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo	15.672,00	16.729,92	17.859,24	19.064,64	20.351,52
Aporte patronal 12.15%	1.904,15	2.032,69	2.170,00	2.316,35	2.472,71
Fondo de reserva 8.33%	0,00	116,13	123,97	132,34	141,27
13mo sueldo	108,83	116,18	124,02	132,39	141,33
14vo sueldo	108,83	108,83	108,83	108,83	108,83
Total anual	17.793,81	19.103,75	20.386,06	21.754,55	23.215,66

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2016

5.5. Gastos de ventas

Los gastos de venta comprenden todos los sueldos del personal de venta para su cálculo se tomó en cuenta la tasa de crecimiento del sueldo básico unificado del 6,75%.

5.5.1. Sueldo al personal de ventas

TABLA N° 64 Sueldo personal de ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedor	366,00	390,71	417,08	445,23	475,28
Total mensual	366,00	390,71	417,08	445,23	475,28
Total anual	4.392,00	4.688,52	5.004,96	5.342,76	5.703,36

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2016

Los gastos del personal de ventas es la sumatoria del sueldo anual más los beneficios de ley generados.

TABLA N° 65 Proyección del gasto total del personal de ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo	4.392,00	4.688,52	5.004,96	5.342,76	5.703,36
Aporte patronal 12.15%	533,63	569,66	608,10	649,16	728,03
Fondo de reserva 8.33%	0,00	390,71	417,08	445,23	475,28
13mo sueldo	366,00	390,71	417,08	445,23	476,28
14vo sueldo	366,00	366,00	366,00	366,00	366,00
Total anual	5.657,63	6.405,60	6.813,22	7.248,38	7.748,95

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

5.5.2. Materia prima directa

Publicidad

El gasto de publicidad comprende valores de aspectos necesarios para dar a conocer la empresa están proyectados con la inflación del 3,19% continuación se presenta los rubros

En el estudio de mercado se establecieron estrategias de publicidad y promoción, las cuales son detalladas a continuación ver anexo N°9.

TABLA N° 66 Gasto publicidad

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cuñas en radio	450,00	464,36	479,17	494,46	510,23
Tarjetas de presentación	50,00	52,00	53,66	55,37	57,14
Total	500,00	516,36	532,83	549,83	567,37

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

5.5.3. Resumen gastos de venta

TABLA N° 67 Resumen gastos de venta

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos personal de ventas	6.023,63	6.821,02	7.281,38	7.772,84	8.334,51
Publicidad	500,00	506,66	513,29	520,01	526,82
Total	6.523,63	7.327,68	7.794,67	8.292,85	8.861,33

Fuente: Tabla N°: 64,66

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

5.6. Depreciación

Depreciación es el desgaste de los activos de la empresa por causa del uso, el paso del tiempo y la obsolescencia, por lo que es necesario compensar esta pérdida contablemente a través de la aplicación de un método de depreciación, en este caso se aplicara el método de línea recta de acuerdo a los porcentajes establecidos en el Art. 28 del Reglamento para Aplicación Ley de Régimen Tributario Interno, LORT.

La depreciación de la propiedad planta y equipo de la empresa se determinara de acuerdo a la naturaleza, de los bienes a la duración de su vida útil y la técnica contable que se aplique.

Los gastos deducibles no podrán superar a los siguientes porcentajes establecidos; naves, aeronaves, barcas, (excepto terrenos) 5% anual.

Maquinarias, instalaciones, equipos y muebles el 10% anual. Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual. Equipos de cómputo y software 33% anual.

El deterioro o pérdida del valor se reconocerá inmediatamente en el resultado del período, a menos que el activo se contabilice por su valor revaluado NIC 16 propiedad planta y equipo.

Cualquier pérdida por deterioro del valor en los activos revaluados se tratará como un decremento.

A continuación se presenta los rubros por depreciación correspondientes a los 5 años.

TABLA N° 68 Proyección de depreciaciones

ACTIVOS	VALOR	AÑOS	%	V.R	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura	6.8471,75	20	5	3.423,59	3.252,41	3.252,41	3.252,41	3.252,41	3.252,41
Maquinarias y equipos	9.588	10	10	958,80	862,92	862,92	862,92	862,92	862,92
Muebles y enseres	1.607,64	10	10	160,76	144,69	144,69	144,69	144,69	144,69
Equipos de oficina	182	10	10	18,20	16,38	16,38	16,38	16,38	16,38
Equipo de computación	695	3	33	231,67	155,22	155,22	155,22	0	0
Vehículo	12.900	5	20	2.580	2.064	2.064	2.064	2.064	2.064
Total	93.444,39			7.373,02	6.495,62	6.495,62	6.495,62	6.340,40	6.340,40

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2016

Análisis:

Para la depreciación de los activos se empleó el método de depreciación por consecuencia del uso por el paso del tiempo, desgaste por la disminución de su capacidad productiva o utilidad económica.

5.7. Financiamiento

La estructura del financiamiento será compuesta por recursos propios cuyo monto es de 47.671,12 dólares, es decir el 40% de la inversión total, y el resto se lo financiará a través de un préstamo obtenido del BanEcuador, con la línea de créditos productivos cuyo monto es de 71.506,69 dólares que equivale al 60% del total de la inversión requerida.

TABLA N° 69 Estructura del financiamiento

DESCRIPCIÓN	%	VALOR
Propio	40	47.671,12
Financiado	60	71.506,69
TOTAL	100	119.177,81

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2016

5.8. Amortización

La amortización será a través de cuotas mensuales ver anexo N° 10, además las garantías serán negociadas entre la institución financiera y la empresa. El valor estimado de la deuda es de 71.506,69 dólares. La tasa de interés fijada por el Ban Ecuador de Fomento es de 10% para proyectos productivos, y se amortiza de la siguiente manera:

Monto: 71.506,69 **Plazo:** 5 años **Taza:** 10%

TABLA N° 70 Tabla de amortización

AÑO	SALDO	INTERÉS	CAPITAL	VALOR PAGAR
0	71.506,69	-	-	-
1	57.205,35	486,64	1.191,78	1.678,42
2	42.904,01	367,46	1.191,78	1.559,24
3	28.602,68	248,29	1.191,78	1.440,07
4	14.301,34	129,11	1.191,78	1.320,89
5	0,00	9,93	1.191,78	1.201,71

Fuente: BanEcuador
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2016



TABLA N° 71 Resumen de obligaciones crediticias

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Interés	6.495,19	5.065,06	3.634,92	2.204,79	774,65	18.174,61
Pago de capital	14.301,34	14.301,34	14.301,34	14.301,34	14.301,34	71.506,69

Fuente: BanEcuador
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2016

5.9. Estado de situación financiera

TABLA N° 72 Estado de situación financiera proforma

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
“Fábrica Textil Lema S.A”			
Al 31 de Diciembre del año 2016			
Expresado en dólares americanos			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS NO CORRIENTES	
Efectivo y equivalentes al efectivo		Préstamo por pagar	71.506,69
Activos de libre disponibilidad		TOTAL PAS .NO CORRI.	71.506,69
Capital de trabajo	13.463,42		
TOTAL ACT.CORRIENTE	13.463,42		
ACTIVOS NO CORRIENTES		PATRIMONIO	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		Inversión propia	47.671,12
Terreno	12.150,00	TOTAL PATRIMONIO	47.671,12
Infraestructura	68.471,75		
Maquinarias y equipos	9.588,00		
Muebles y enseres	1.607,64		
Equipos de oficina	182,00		
Equipo de computación	695,00		
Vehículo	12.900,00		
Herramientas	120,00		
TOTAL ACT. NO CORRIENTE	105.714,39		
	<hr/>		<hr/>
TOTAL ACTIVOS	119.177,81	TOTAL PASIVO Y PATR.	119.177,81
			
Gerente		Contador/a	

Fuente: BanEcuador

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

5.10. Estado de resultados integral proyectado

El Estado de Resultado Integral es una herramienta contable que tiene el propósito de calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, el cual se obtiene restando a los ingresos de todos los egresos.

El art. 97 del código de trabajo habla sobre la participación de trabajadores en utilidades de la empresa.

En la cual indica que el empleador o la empresa deben reconocer a sus trabajadores con el (15%) de las utilidades.

El 15% de las utilidad es liquidas se dividirán de las siguiente forma;

El 10% se dividen entre todos los trabajadores de la empresa y el 5% le entrega de acuerdo a las cargas familiares que tenga el empleado.

La base imponible del impuesto a la renta de la sociedad en el ejercicio fiscal al que corresponda, los dividendos o utilidades que distribuye se aplica una tarifa proporcional por haber tenido una composición societaria correspondiente, a paraísos fiscales o jurisdiccionales de menor imposición inferior al 50%, el impuesto atribuible a los dividendos que corresponda será del 25%, mientras que el impuesto atribuible al resto de dividendo será del 22%.

TABLA N° 73 Estado de resultados integral proyectada

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	155.160,00	167.986,56	182.001,60	197.185,04	213.646,42
EGRESOS					
(-) Costos directos de operación					
Materia prima directa	39.000,00	42.210,00	45.775,80	49.594,44	52.659,07
Mano de obra directa	14.959,88	16.061,36	17.139,59	18.290,60	19.519,68
Costos generales de fabricación.	2.336,80	2.411,35	2.488,28	2.567,65	2.649,55
Subtotal	56.296,68	60.682,71	65.403,67	70.452,69	74.828,30
(=)UTILIDAD BRUTA	98.863,32	107.303,85	116.597,93	126.732,35	138.818,12
(-) OTROS GASTOS					
Gastos administrativos	17.793,81	19.103,75	20.386,06	21.754,55	23.215,66
Gastos de venta	6.523,63	7.327,68	7.794,67	8.292,85	8.861,33
Gastos financieros	6.495,19	5.065,06	3.634,92	2.204,79	774,65
Gasto depreciación	6.495,62	6.495,62	6.495,62	6.340,40	6.340,40
TOTAL EGRESOS	37.308,25	37.992,11	38.311,27	38.592,59	39.192,04
(=)UTILIDAD OPRERACIONAL	61.555,07	69.311,74	78.286,66	88.139,76	99.626,08
(-) 15 % Part. Trabajadores	9.233,26	10.396,76	11.743,00	13.220,96	14.943,91
UTILIDAD ANTES DEL IR	52.321,81	58.914,98	66.543,66	74.918,80	84.682,17
(-) 22% Impuesto IR	11.511,00	12.961,00	14.639,61	16.482,14	18.630,08
UTILIDAD NETA PROYECTADA	40.810,81	45.953,98	51.904,05	58.436,66	66.052,09

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2016

5.11. Flujo de caja

El Estado de Flujo de Efectivo indica los cambios de efectivo y equivalentes de efectivo en un período definido, utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento. Se debe presentar separadamente lo siguiente;

TABLA N° 74 Flujo de caja

DESCRIPCIÓN		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN	119.177,81					
Utilidad neta		40.810,81	45.953,98	51.904,05	58.436,66	66.052,09
(+) Depreciación		6.495,62	6.495,62	6.495,62	6.340,40	6.340,40
(-) Reinversión						
(-) Pago de capital		14.301,34	14.301,34	14.301,34	14.301,34	14.301,34
(+) Valor de salvamento						61.276,73
(+) Recuperación de capital						13.463,42
Flujo neto	119.177,81	33.005,09	38.148,26	44.098,33	50.475,72	132.831,30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

Los valores del flujo neto son positivos puesto que con el transcurso del año se ira recuperando la inversión.

5.12. Evaluación financiera

La evaluación financiera permite definir si la inversión que se va a ejecutar para la puesta en marcha del proyecto de producción y comercialización de cobijas de lana es rentable, mediante el estudio de los siguientes evaluadores financieros:

5.12.1. Cálculo del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio

La tasa de rendimiento medio (TRM) o tasa de descuento, permite conocer el rendimiento mínimo que el proyecto debe alcanzar para ser aceptado.

Esta tasa se estableció de la siguiente manera: conociendo el capital propio y el financiado se obtuvo la tasa pasiva y activa para cada uno, realizando cálculos matemáticos se obtuvo el costo de oportunidad para luego aplicar la fórmula y determinar la tasa de rendimiento medio. El 40% será la inversión interna de los accionistas que significa el 5.14% que representa la tasa pasiva establecida por el Banco Central del Ecuador y la inversión financiada será del 60% misma que posee una tasa de interés del 10%.

TABLA N° 75 Costo de oportunidad

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión propia	47.671,12	40	5,14	205,60
Inversión financiada	71.506,69	60	10,00	600
Inversión total	119.177,81	100%		805,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

$$CK=805,60/100=8,056$$

5.12.2. Tasa de rendimiento medio

CK=Costo de Capital 8,056 %

IF= Tasa de Inflación 3,19%

TRM= $(1+CK)*(1+IF)-1$

TRM= $(1+0,0806)*(1+0,0319)-1$

TRM= **0,1151=11,51%**

La rentabilidad del proyecto debe sobrepasar la TRM del 11,51%

5.12.3. Valor actual neto

Este indicador financiero demuestra la rentabilidad del proyecto en términos monetarios a tiempo real. La tasa de rendimiento mínimo utilizada es 11,51% y la fórmula de cálculo se detalla a continuación:

$$VAN = (II) + \frac{\sum FCN}{(1 + TRM)^n}$$

Dónde:

VAN=Valor actual neto

II=Inversión inicial

$\sum FCN$ =Sumatorio de flujos de caja netos

TRM=Tasa de rendimiento mínimo

n =Tiempo de vida útil del proyecto

TABLA N° 76 Valor actual neto

AÑO	FLUJOS DE CAJA NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	119.177,81		
1	33.005,09	$(1 + 0,1151)^1 = 1,12$	29.598,32
2	38.148,26	$(1 + 0,1151)^2 = 1,24$	30.679,42
3	44.098,33	$(1 + 0,1151)^3 = 1,39$	31.803,92
4	50.475,72	$(1 + 0,1151)^4 = 1,55$	32.646,00
5	132.831,30	$(1 + 0,1151)^5 = 1,72$	77.042,67
			201.770,33

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

$$VAN = 201.770,33 - 119.177,81 = \mathbf{82.592,52}$$

Análisis

Después de haber realizado los cálculos se ha obtenido el VAN por un monto de \$201.770,33 siendo este positivo, lo que significa que el proyecto es viable. Esto en dinero de hoy es aceptable teniendo en cuenta una tasa de descuento del 11.51%, se puede concluir que en base a este indicador financiero el proyecto es aceptado.

$VAN > 0$; VIABLE

$VAN = 0$; INDIFERENTE

$VAN < 0$; NO VIABLE

5.12.4. Tasa interna de retorno

Se realizan los respectivos análisis de la TIR y a si se determina la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales. El mismo que debe ser mayor a la tasa de rendimiento medio para que el proyecto sea aceptable.

TABLA N° 77 Tasa interna de retorno

AÑO	FLUJOS NETOS DE CAJA	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS (11.51%)	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS (35%)
0	(119.177,81)	(119.177,81)	(119.177,81)
1	33.005,09	29.598,32	24.448,21
2	38.148,26	30.679,42	20.931,83
3	44.098,33	31.803,92	17.923,42
4	50.475,72	32.646,00	15.196,64
5	132.831,30	77.042,67	29.623,17
			(11.054,54)

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Soraya Lema
 Año: 2016

$$\text{TIR} = Ti + (Ts - Ti)(VAN Ti)/(VAN Ts - VAN Ti)$$

$$\text{TIR} = 0,1151 + (0,35 - 0,1151)(119.177,81)/(119.177,81 - 11.054,54)$$

$$\text{TIR} = 37\%$$

Análisis

La tasa interna de retorno indica que se obtiene una utilidad en el proyecto con una tasa del 37% positiva en los años de vigencia del proyecto, dicho valor supera a la Tasa de Rendimiento, por lo tanto la inversión se acepta.

5.12.5. Período de recuperación

Es un evaluador financiero que permite conocer el lapso de tiempo que será necesario para recuperar la inversión inicial, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados.

TABLA N° 78 Período de recuperación

AÑO	FLUJOS NETOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
0	(119.177,81)		
1	33.005,09	29.598,32	29.598,32
2	38.148,26	30.679,42	60.277,74
3	44.098,33	31.803,92	92.081,66
4	50.475,72	32.646,00	124.727,66
5	132.831,30	77.042,67	201.770,33

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

TABLA N° 79 Cálculo periodo de recuperación

Inversión inicial	119.177,81	
3 años	92.081,66	
Diferencia	27.096,15	=119.177,81– 92.081,66
Meses	6.420,22	=77.042,67/12
4 mes	4,22	=27.096,15/6.420,22
127 días	126.60	=4,22*30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2016

La inversión se recupera en 3 años, 4 meses y 127 días aproximadamente.

5.12.6. Relación beneficio costo

Se debe tomar en cuenta el siguiente análisis para el cálculo del beneficio – costo:

C/B > 1 Se acepta

C/B =1 Es indiferente

C/B < 1 Se rechaza

TABLA N° 80 Costo beneficio

AÑO	INGRESOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	INVERSIÓN INICIAL
1	33.005,09	29.598,32	119.177,81
2	38.148,26	30.679,42	
3	44.098,33	31.803,92	
4	50.475,72	32.646,00	
5	132.831,30	77.042,67	
Total		201.770,33	

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Soraya Lema
 Año: 2016

La relación costo – beneficio se obtiene dividiendo el flujo neto sobre el valor de la inversión inicial.

$$B/C = \frac{\text{Flujo neto actualizado}}{\text{Inversión inicial}}$$

$$B/C = \frac{201.770,33}{119.177,81}$$

$$B/C = 1,69$$

La relación costo- beneficio muestra el valor que tiene el proyecto, en relación a los costos y beneficios. El resultado es de 1,69 lo cual indica que el proyecto es factible porque supera a 1; lo que representa que por cada dólar invertido la empresa va a recuperar 0,69 ctvs.

5.12.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio refleja el momento en que comienza a recuperarse la inversión fija en unidades.

TABLA N° 81 Punto de equilibrio

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	2017	2018	2019	2020
COSTOS VARIABLES					
Materia prima directa	39.000,00	42.210,00	45.775,80	49.594,44	52.659,07
Materia prima indirecta	744	810,18	880,32	954,58	1.037,37
Servicios básicos	818,52	844,63	871,57	899,37	928,05
Mantenimiento y repuestos	1.518,28	1566,72	1616,71	1668,28	1721,50
Intereses	6.495,19	5.065,06	3.634,92	2.204,79	774,65
TOTAL	48.575,99	50.496,59	52.779,32	55.321,46	57.120,64
COSTOS FIJOS					
Mano de obra directa	14.959,88	16.061,36	17.139,59	18.290,60	19.519,68
Gasto administrativo	17.793,81	19.103,75	20.386,06	21.754,55	23.215,66
Depreciación	6.495,62	6.495,62	6.495,62	6.340,40	6.340,40
Gasto de venta	6.523,63	7.327,68	7.794,67	8.292,85	8.861,33
TOTAL	45.772,94	48.988,41	51.815,94	54.678,40	57.937,07
VENTAS	155.160,00	167.986,56	182.001,60	197.185,04	213.646,42
P.E %	43%	42%	40%	39%	37%
P.E \$	66.634,09	70.042,99	72.979,55	76.000,92	79.079,93
P.Q	8.620	9.051	9.504	9.979	10.478
COSTO TOTAL	94.348,93	99.485,00	104.595,26	109.999,86	115.057,71

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2016

Para el cálculo del Punto de equilibrio se debe utilizar la siguiente formula:

$$PE (\$) = (\text{Costos fijos}) / (1 - (\text{Costos variables} / \text{Ventas}))$$

$$PE (\$) = (45.772,94) / (1 - (48.575,99 / 155.160))$$

$$PE (\$) = 66.634,09$$

El punto de equilibrio (PE) para el primer año en dólares americanos es de \$ 66.634,00 con un porcentaje de 43% para cubrir todos los costos fijos establecidos por la empresa.

5.13. Conclusiones

Una vez finalizado el estudio financiero se puede mencionar que los evaluadores financieros aplicados en este proyecto señalan que es financieramente rentable, esto teniendo muy en cuenta los cálculos de los principales evaluadores financieros.

Mediante el cálculo de la TIR aplicado en este proyecto, se ha determinado la rentabilidad del proyecto con el 37%, siendo este superior al costo de capital de esto indica que el proyecto es realmente factible en los años de vigencia del proyecto.

La relación beneficio- costo indica el resultado que es de 1,69 lo cual señala que el proyecto es factible porque supera a 1; esto representa que por cada \$ 1 invertido la empresa recupera 0,69 centavos.

El punto de equilibrio (PE) resulto ser para el primer año de \$ 66.634,00 dólares americanos, con un porcentaje de 43% para cubrir todo los costos.

Finalmente se estableció el plan de contingencia para solucionar los posibles riesgos.

Análisis anterior versus la situación actual

TABLA N° 82 Análisis

Inflación 2015	3.38%	Inflación proyectada	3.19%
TRM	11,71%		11,51%
VAN	81.338,92		82.592,53
TIR	37%		37%
COSTO BENEFICIO	1,68		1,69

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

Se realizó los cálculos necesarios para comparar la inflación del año 2015 versus la inflación del año 2016, se observa cambios en la tasa de rendimiento medio disminuye de 11.71% a 11.51%.

En el valor actual neto con respecto a la inflación del 2015 disminuye. La tasa interna de retorno refleja una igualdad pues no varían los porcentajes.

En el costo beneficio en el 2015 se ganará 1,68 centavos por cada dólar invertido, mientras que en la proyección 1,69 centavos.

Plan de contingencia

Introducción

El presente plan de contingencia ha sido elaborado en concordancia a los riesgos hallados en la empresa textil “Lema S.A”, para prevenir, controlar, recolectar y mitigar cada uno de los riesgos.

Objetivo general

Evaluar los riesgos hallados que perjudiquen a la empresa textil “Lema S.A”, para mitigar mediante el análisis de cada uno de los mismos.

Objetivos específicos

- Retraso o incumplimiento de los proveedores de materia prima solicitados en el proceso productivo.
- Precios altos en la adquisición de la materia prima e insumos.
- Favoritismo de productos sustitutos como; cobijas térmicas, edredones, cobijas de alpaca entre otros.
- Aumento de competidores.

Descripción de las operaciones

La empresa textil “Lema S.A” es una entidad cuyo objetivo principal es la producción y comercialización de cobijas de lana elaboradas en máquinas eléctricas, el representante legal es la señorita Soraya Lema.

La ubicación de la empresa será en la parroquia de Peguche, cantón Otavalo, provincia de Imbabura, en las calle Chasquis y línea férrea.

Estudio de riesgos

El riesgo en el retraso o incumplimiento de los proveedores de materia prima, solicitados en el proceso productivo consiste en la verificación, correcta para adquirir los bienes en las mejores condiciones, buscando la calidad de la compra y del proveedor.

En el presente proyecto se pretende que los proveedores ofrezcan materias primas de calidad para así ofrecer un producto que satisfaga las necesidades de los clientes que requieran las cobijas de lana.

Además se puede realizar seguimiento a los proveedores para que así no se puede interrumpir los pedidos, se puede realizar inventarios de compras, tener una ficha exacta de proveedores, esto ayudará a la empresa a optar por una mejor respuesta.

Precios altos en la adquisición de la materia prima e insumos consiste en la variación imprevista de los precios de las materias primas e insumos de negociación, además es la capacidad empresarial y de gestión pues esto ayudará a la empresa a mantenerse de pie y conservar la imagen y la confianza de los clientes.

Favoritismo de productos sustitutos como; cobijas térmicas, edredones, cobijas de alpaca; para mitigar este riesgo se tiene que incrementar las ventas de los productos empleando canales de comercialización, para establecer alianzas estratégicas.

Aumento de competidores para mitigar este riesgo se debe utilizar estrategias de publicidad de manera frecuente para atraer a los clientes a la empresa.

En la siguiente tabla se detalla las estrategias que se debe tomar en cuenta para mitigar los riesgos presentados en la empresa.

Estrategias para mitigar los riesgos

TABLA N° 83 Estrategias para mitigar los riesgos

Riesgo	Estrategias
Retraso o incumplimiento de los proveedores de materia prima solicitados en el proceso productivo.	Negociación, contratación, emisión y seguimiento de pedidos. Inventario de compra. Ficha de proveedores. Características técnicas de las materias primas.
Precios altos en la adquisición de la materia prima e insumos	Avance tecnológico
Favoritismo de productos sustitutos como; cobijas térmicas, edredones, cobijas de alpaca entre otros.	Buscar la aceptación del producto Penetrar en el mercado por medio de productos de calidad. Satisfacer el constante cambio de las necesidades de los clientes.
Aumento de competidores.	Implementar estrategias direccionadas a los clientes nacionales. Contrarrestar las ofertas de la competencia.

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

El riesgo en compras se tomará diferentes acciones para la previa adquisición de los materiales, con el fin de salvaguardar los intereses de la empresa.

Riesgo de precios de materia prima e insumos, con el avance tecnológico se podrá tener mayor producción sin afectar los precios de los productos.

El riesgo de mercado se mitigara mediante la introducción en el mercado por medio de productos de calidad, satisfacción constante en el cambio de las necesidades del consumidos y lograr la aceptación del producto por los clientes.

El riesgo de la competencia será contrarrestar las ofertas de la competencia e implementar estrategias direccionadas a los turistas nacionales o extranjeros que visiten la comunidad de Peguche, cantó Otavalo.

Plan de acción para reducir los riesgos identificados

TABLA N° 84 Plan de acción para reducir los riesgos identificados

Riesgo	Actividad	Responsable
Retraso o incumplimiento de los proveedores de materia prima solicitados en el proceso productivo.	Elaborar ficha de proveedores a las cuales se adquieren las materias primas.	Jefe de producción
Precios altos en la adquisición de la materia prima e insumos.	Analizar el incremento de precios, la inflación.	Gerente
Favoritismo de productos sustitutos como; cobijas térmicas, edredones, cobijas de alpaca entre otros.	Establecer los gustos y preferencias de los clientes, siendo estos los comerciantes de los almacenes y comerciantes minoristas de la ciudad de Otavalo.	Vendedor
Aumento de competidores.	Ofrecer los productos de buena calidad acorde a los gustos y preferencias.	Recurso humano

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

Con el enfoque claro sobre el segmento de mercado se ofrecerá productos de muy buena calidad para afrontar a la competencia, además con las estrategias de publicidad, precio y promoción.

Para mitigar cada uno de los riesgos antes, mencionados se ha tomado estrategias, actividades y responsables para cada uno de los riesgos encontrados.

Presupuesto de plan de contingencia

TABLA N° 85 Presupuesto de plan de contingencia

Actividad	Detalle	Tiempo	Presupuesto
Analizar la inflación	Personal calificado	No tiene tiempo	
Investigar el segmento del mercado a la cual se pretende llegar	Viáticos personal	30 días	\$150,00
Ofrecer productos de buena calidad	Capacitación artesano	10 días	\$250,00
Establecer los gustos y preferencias de los clientes siendo estos los comerciantes del cantón Otavalo.	Encuestas	30 días	\$90,00
Total		70 días	\$610,00

Fuente: Documento bibliográfico

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1. Establecimiento de la empresa

La empresa productora y comercializadora de cobijas de lana se denominara con el nombre de “FÁBRICA TEXTIL LEMA”. La empresa se constituirá bajo la forma jurídica de Sociedad Anónima, de igual forma será regulada por la Superintendencia de Compañías, la constitución constará con la aportación del capital por parte de los socios y financiamiento por parte del Banco Nacional de Fomento (BNF).

6.2. Identificación de la empresa

La empresa será representada con el siguiente logotipo:

GRÁFICO N° 57 Logotipo



Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

La “Fábrica Textil Lema S.A” será una organización dedicada exclusivamente a las actividades, de producción y comercialización de cobijas elaboradas principalmente con la

materia prima, que es la lana de oveja, además estará encaminada a satisfacer las necesidades de los consumidores finales.

6.3. Misión

La fábrica textil Lema, es una empresa dedicada a la producción y comercialización de cobijas de lana de oveja con tonalidad natural y tinturada, demostrando la calidad de nuestros productos, siendo respetuoso con el medio ambiente, fortaleciendo nuestra presencia en el mercado con tecnología de avanzada y ofreciendo a los empleados la posibilidad de desarrollar sus competencias profesionales.

6.4. Visión

La fábrica textil Lema S.A, en el 2020 será una empresa líder a nivel nacional e internacional, en continuo crecimiento, que se distinga por proporcionar cobijas de lana de la más alta calidad y con valor agregado a todos nuestros consumidores.

6.5. Objetivos organizacionales

- Lograr entrar a nuevos mercados nacionales e internacionales.
- Impulsar a la innovación del producto.
- Aportar con el desarrollo de la comunidad generando fuentes de trabajo.
- Cumplir con todas las leyes y normas legales que permitan el desarrollo normal de las actividades de la empresa.

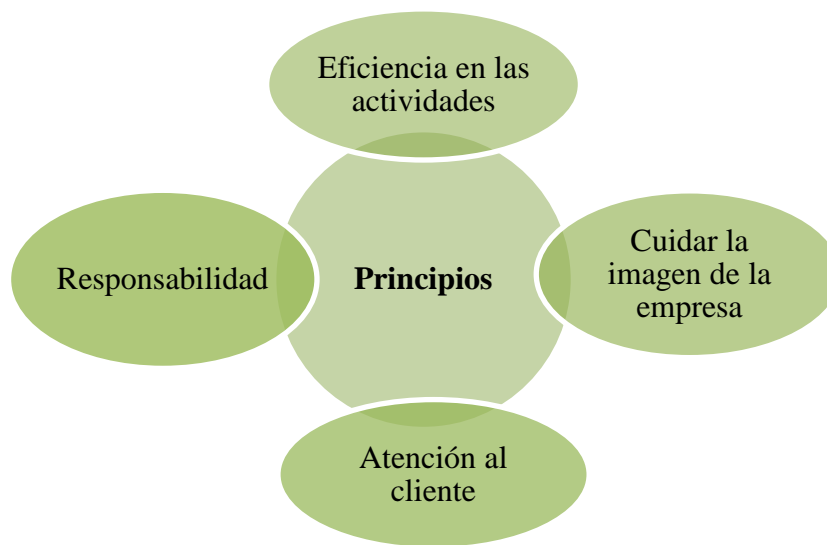
6.6. Políticas de la empresa

- Servicio de atención al cliente adecuada; pues son la razón de ser de la empresa.
- La empresa debe tener un trato equitativo al personal de trabajo y tener en cuenta que el recurso humano es el elemento principal de la organización.
- Alcanzar las metas propuestas por la organización ya sean a corto y largo plazo.
- La empresa deberá mantener al personal capacitado para que pueda cumplir con las metas.

- Uso de materia prima de calidad.
- Monitoreo permanente de las actividades que se ejecutan dentro de la empresa.
- La empresa deberá ubicar material publicitario para captar a los clientes para ampliar las ventas del producto.

6.7. Principios y valores corporativos

GRÁFICO N° 58 Principios de la empresa



Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

6.7.1. Principios

a) Responsabilidad:

La responsabilidad es uno de los principios más importantes de la empresa, ya que está comprometido con la sociedad y el medio ambiente.

b) Eficiencia en las actividades:

Este principio ayudara a lograr un mejor trabajo en equipo, mayor comunicación e interrelación del personal con el fin de alcanzar un trabajo de calidad y competitivo dentro del mercado.

c) Cuidar la imagen de la empresa:

Se llevara a cabo mediante un buen desempeño de las actividades, cumpliendo a cabalidad con cada una de las obligaciones de la empresa tanto internas como externas.

d) Buena atención al cliente:

Ofrecer una buena atención es prioridad para la empresa, ya que ayudará a fidelizarlos con nuestra empresa, ayudando así al crecimiento de la misma.

6.7.2. Valores corporativos

Los valores corporativos definidos para la fábrica textil Lema S.A, son muy importantes, porque ayuda a determinar virtudes como; justicia, sabiduría y la fortaleza.

GRÁFICO N° 59 Valores de la empresa



Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

- Honestidad

Son el pilar fundamental para la relación de proveedores y clientes para tener una mejor integridad como empresa hacia los demás.

- Ética

La ética es un valor muy importante para expresar opiniones o decisiones dentro de una organización.

- Respeto

El respeto es un valor que está basado con la ética y la moral, dentro de una organización cada empleado debe ser respetuoso y aceptar las maneras de pensar, actuar.

- Solidaridad

La solidaridad es uno de los valores muy importantes y esenciales, es la colaboración que alguien puede brindar para que el objetivo planteado se cumpla.

- Puntualidad

La puntualidad es la disciplina de estar a tiempo ya sea en el trabajo, reuniones para cumplir las obligaciones y no dejar pasar por lo alto.

- Liderazgo

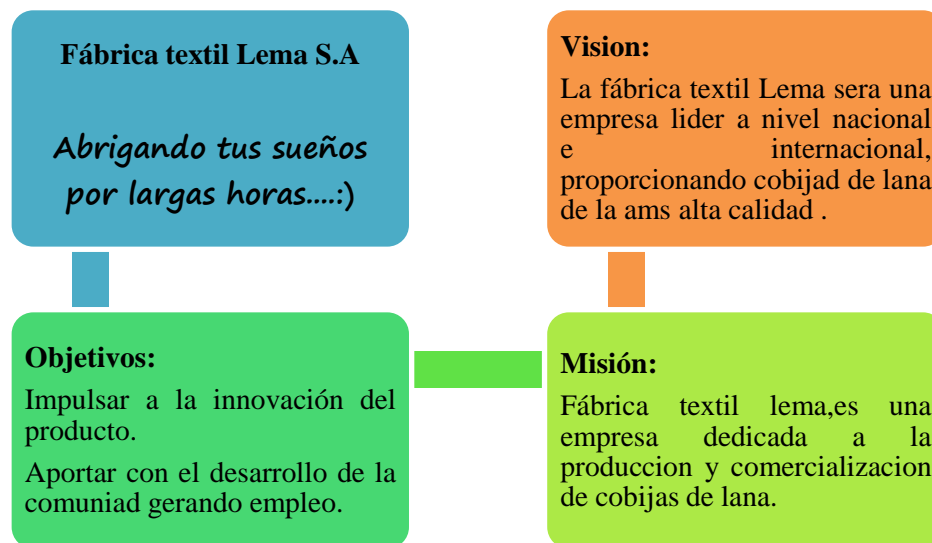
La organización debe estar comprometida para dar una buena imagen hacia los terceros, para así producir buenos resultados.

- Lealtad

Los empleados trabajan en equipo y definen obligación y respeto a los valores de la organización.

6.7.3. Marco filosófico

GRÁFICO N° 60 Marco filosófico



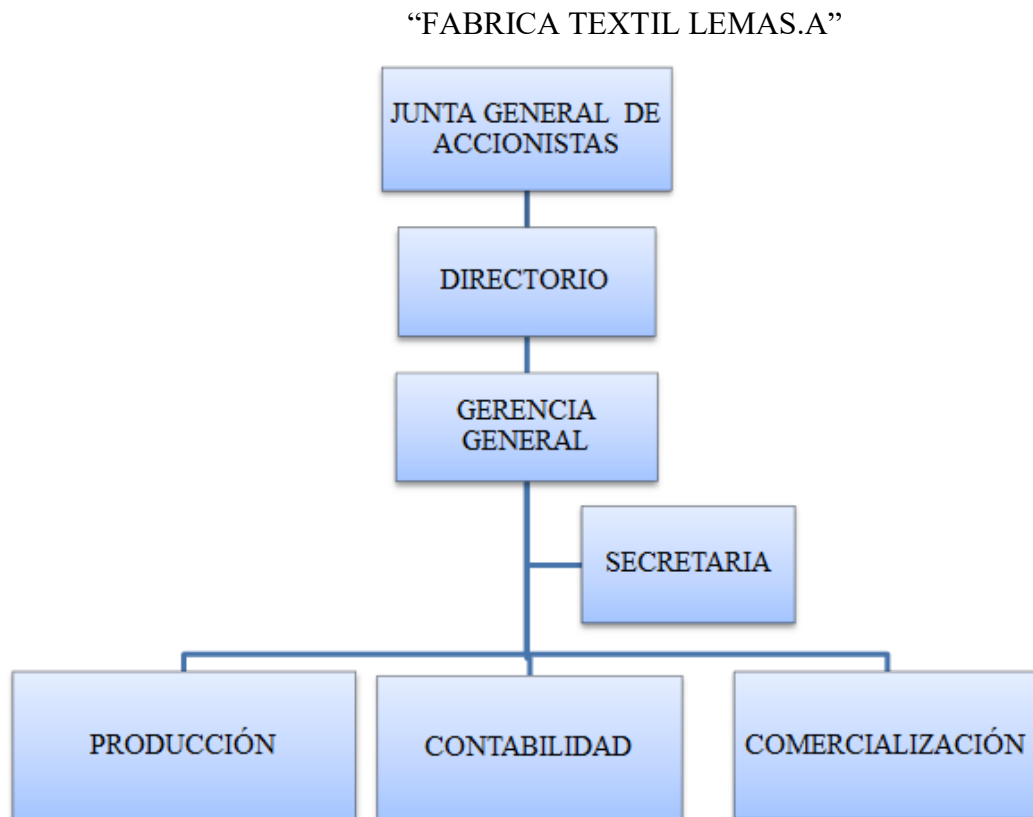
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

6.8. Estructura organizativa

Una estructura organizativa posibilita a la empresa coordinar y supervisar las funciones de la empresa, para que sean realizadas de forma eficaz y eficiente, de esta manera conseguir la optimización de los recursos de la empresa.

También la estructura organizativa facilita la comunicación, en toda la empresa y ofrece una estructura adecuada para la toma de decisiones y jerarquizar, los diferentes procesos de producción y administración de la empresa.

GRÁFICO N° 61 Organigrama estructural



Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

6.8.1. Orgánico funcional

Este organigrama funcional resalta las principales funciones que tienen a cargo los diferentes departamentos que forman parte de la organización.

Las líneas que se usa en el organigrama anterior son líneas llenas sin interrupciones, esto indican autoridad formal, relación de línea o mando también es comunicación y nivel jerárquico.

Las líneas llenas verticales muestra autoridad sobre las inferiores y las líneas llenas horizontales indican especialización.

Cuando la línea llena cae sobre la parte media y encima del cuadro muestra mando.


Y finalmente cuando la línea llena se ubica a los lados de la figura muestra relación de apoyo.

A continuación se presenta el manual de funciones de todos los integrantes de la fábrica textil Lema S.A, para su buen desenvolvimiento y así puedan cumplir los objetivos institucionales.

6.8.2. Perfiles y funciones del personal

6.8.2.1. Junta general de accionistas

TABLA N° 86 Manual de funciones junta general de accionistas

Fábrica textil Lema S.A. Manual de funciones	
---	---

Objetivo:

Velar por el cumplimiento de los objetivos de rentabilidad y eficacia, siempre que no se oponga a las políticas de la empresa.

Identificación del cargo: Junta general de accionistas

I. Funciones:

Aprobar las cuentas de cada ejercicio económico, presupuesto de cada periodo.

Designar y destituir al presidente, consejo de la administración.

Aprobar los incrementos o disminuciones del capital así como las reparticiones de las utilidades.

Modificar los reglamentos por los que se va a regir la empresa.

Detallar los objetivos fundamentales.

II. Requisitos


Edad:30 a 50

Experiencia: Mínimo cuatro años en cargos similares.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

6.8.2.2. Directorio

TABLA N° 87 Manual de funciones directorio

Fábrica textil Lema S.A. Manual de funciones	
---	---

Objetivo:

Orientar a los miembros de la empresa para alcanzar los objetivos propuestos.

Identificación del cargo: Directorio

I. Competencias técnicas:

Manejo adecuado de la tecnología

Capacidad para comprender y resolver problemas

Tiene conjunto de conocimientos

II. Funciones:

Liderar

Guía para alcanzar los objetivos empresariales

Administra los bienes y los recursos de la empresa

Representa legalmente

II. Requisitos

Edad: 30 a 50

Experiencia: Mínimo cuatro años en cargos similares.

Formación: Ingeniería en administración de empresas, finanzas, economía o afines.


Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

6.8.2.3. Gerencia general

TABLA N° 88 Manual de funciones gerencia general

Fábrica textil Lema S.A. Manual de funciones	
---	---

Objetivo:

Representar legal y judicial a la empresa, velar por el cumplimiento de los objetivos de rentabilidad y eficiencia de la misma.

Identificación del cargo: Gerente general

I. Competencias técnicas:

Capacidad de liderazgo y negociación

Responsabilidad

Visión estratégica

Trabajo en equipo

Relaciones humanas

II. Funciones:

Representar legalmente a la empresa.

Cumplir y hacer cumplir las disposiciones establecidas por la asamblea de socios.

Revisar los estados financieros y presupuestos.

Asegurarse de que el personal cuente con las condiciones y herramientas de trabajo idóneas para garantizar el rendimiento laboral y la seguridad de todo el personal.

Fijar metas de crecimiento y supervisar su cumplimiento.

Elaborar reglamentos internos enfocados al fortalecimiento de la empresa.

III. Requisitos:

Edad: 35 a 45


Experiencia: Mínimo tres años en cargos similares.

Formación: Ingeniería en administración de empresas, finanzas o economía.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

6.8.2.4. Operario

TABLA N° 89 Manual de funciones operario

Fábrica textil Lema S.A. Manual de funciones	
---	---

Objetivo:

Evitar y reducir los desperdicios de materia prima en la producción.

Identificación del cargo: Operario

I. Competencias técnicas:

Responsable.

Trabajo en equipo.

Conocimiento y manejo de maquinarias eléctricas, materia prima y corte confección.

II. Funciones:

Recepción de la materia prima.

Establecer volúmenes de producción.

Controlar la calidad de los productos terminados.

Realizar inspecciones mensuales a todas las maquinarias eléctricas.

Tener limpias y lubricadas todas las maquinas.

Diseño del producto.

III. Requisitos:

Edad: De 20 años en adelante

Experiencia: En la fabricación de productos textiles.

Conocimiento: De maquinarias textiles.

Formación: Profesional en diseño textil.


Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

6.8.2.5. Vendedor (a)

TABLA N° 90 Manual de funciones vendedor (a)

Fábrica textil Lema S.A. Manual de funciones	
---	---

Objetivo:

Ofrecer un buen servicio para captar y retener a los clientes actuales.

Identificación del cargo: Vendedor(a)

I. Competencias técnicas:

Facilidad de palabra.

Iniciativa

Responsabilidad

Buenas relaciones interpersonales.

II. Funciones:

Captar el mayor número de ventas.

Llevar registro de las ventas.

Atención al cliente.

Cumplir con las entregas de pedido.

Ubicar el material publicitario de forma visible y asegurando que no interfieran con la visibilidad del producto.

III. Requisitos:

Edad: De 20 años en adelante.

Experiencia: Experiencia en cargos similares.

Conocimiento: En atención al cliente, estrategias de marketing.

Formación: Bachiller y estudios superiores.


Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

6.8.2.6. Contador (a)

TABLA N° 91 Manual de funciones contador (a)

Fábrica textil Lema S.A. Manual de funciones	
---	---

Objetivo:

Establecer un control permanente del cumplimiento de las disposiciones legales y normas dictadas por los entes de control y asegurar un proceso contable eficiente.

Identificación del cargo: Contador (a)

I. Competencias técnicas:

Capacidad de análisis.
 Honestidad y ética profesional
 Cooperación y creatividad.
 Trabajo bajo presión.

II. Funciones:

Mantener los registros contables actualizados.
 Realizar los roles de pago mensual de los empleados de la empresa y proceder a su respectivo pago.
 Cumplir con las obligaciones tributarias que la ley establezca.
 Estar al día con los inventarios de materia prima.
 Facilitar la información contable y estados financieros a las entidades de control así como también a la asamblea de socios.
 Asesorar al gerente en aspectos contables.

III. Requisitos:

Edad: De preferencia de 27 años en adelante.
Experiencia: Mínima de 3 años en el área contable y financiero.
Conocimiento: De tributarios, contables.
Formación: C.P.A de preferencia egresada de Ingeniería comercial, auditoría afines.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

6.9. Aspectos legales

6.9.1. Marco legal

Cualquier persona nacional o extranjera que desarrolla actividad económica, dentro del país por mandato de la constitución política del estado, deberá cumplir los respectivos trámites para, legalizar y establecer su adecuado funcionamiento dentro de los ámbitos permitidos, debe seguir los siguientes pasos legales requeridos para la incorporación de la misma:

6.9.2. Razón social y forma jurídica

La empresa de producción y comercialización de cobijas de lana de oveja se denominará “**FÁBRICA TEXTIL LEMA S.A.**”, se escogió este nombre porque la mayoría de los habitantes de la comunidad de Peguche posee este apellido y además un buen porcentaje realizan actividades textiles en máquinas eléctricas ya que a la comunidad se la conoce por sus costumbres y tradiciones artesanales.

La empresa se constituirá bajo la forma jurídica de sociedad anónima, pues es controlada por la Superintendencia de Compañías y su constitución constara con la aportación de 2 socios y financiado por el Ban Ecuador.

6.9.3. Representante legal

TABLA N° 92 Propietaria

Nombre	Apellidos	Estado civil	Nacionalidad	Edad	Domicilio
Soraya	Lema Ruiz	Soltera	Ecuatoriana	25 años	Peguche

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

La propietaria de la empresa no posee ningún impedimento legal o judicial para poder cumplir las actividades productivas y comerciales que tiene como objeto la creación de esta empresa.

Domicilio: Se encuentra ubicado en la República del Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Otavalo, parroquia de Peguche, barrio Santa Lucia calle Los Chasquis y línea férrea.

6.9.3.1. Requisitos legales para el funcionamiento de la empresa

Cualquier empresa antes de iniciar con las actividades productivas y comerciales, es obligatorio que realice sus respectivos trámites en diferentes entidades para impedir problemas futuros legales o tributarios.

La empresa deberá realizarlos siguientes trámites que a continuación se especifica.

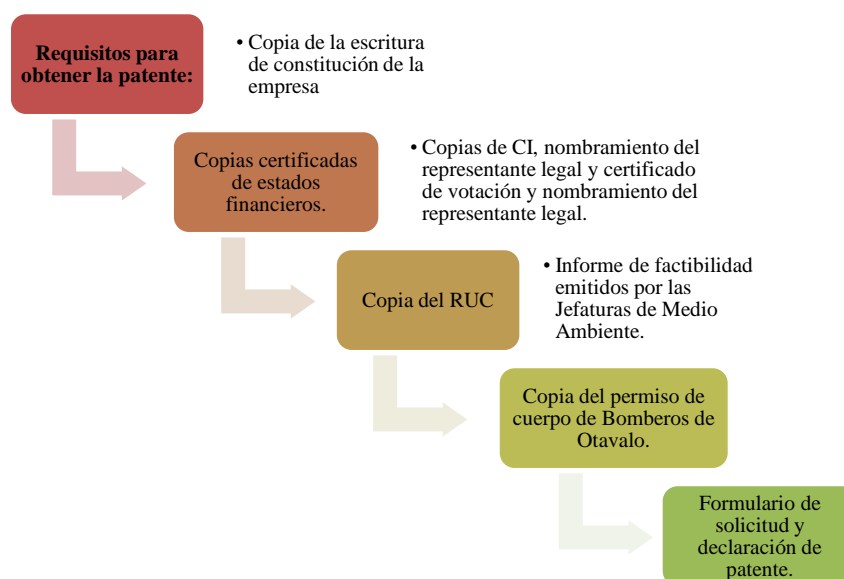
6.9.3.2. Obtención del registro único de contribuyente (RUC)

Requisitos:

- Presentación del original y copia de la cedula de identidad.
- Original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en el Reglamento a la Ley de Elecciones.
- Original y copia de un comprobante de servicios básicos de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.

6.9.3.3. Obtención de la patente municipal

GRÁFICO N° 62 Obtención de la patente municipal

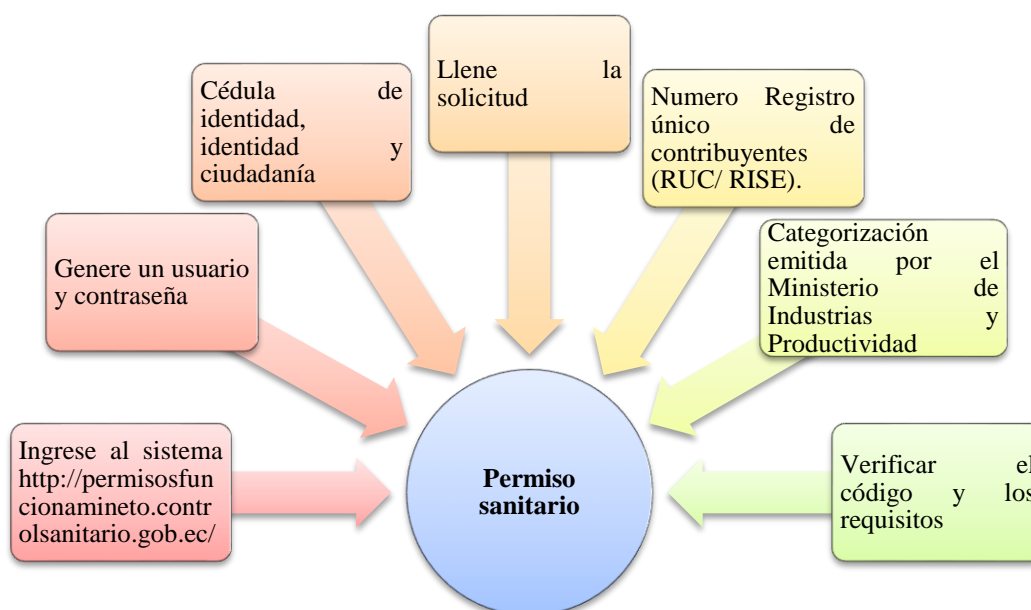


Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

6.9.3.4. Obtención de permiso de funcionamiento sanitario

GRÁFICO N° 63 Permiso de funcionamiento sanitario



Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

6.10. Conclusiones

Con la realización del capítulo 6 se estableció el nombre de la empresa la cual se fijó como, fábrica textil “Lema S.A” misma que será constituida bajo la forma jurídica de Sociedad Anónima, además se diseñó el logotipo de la empresa con la cual se identificará, se elaboró la misión, visión, objetivos organizacionales, políticas, principios y valores corporativos.

Se elaboró un organigrama estructural de la empresa para su correcto funcionamiento, y se describió cada uno de las funciones que deben cumplir los empleados que formen parte de la empresa.

El representante legal de la fábrica textil “Lema S.A” será la señorita Soraya Lema quien no posee ningún impedimento legal o judicial, para poder ejercer las actividades productivas y comerciales que tiene objeto este proyecto.

Además se investigó los requisitos legales para el previo funcionamiento de la empresa como son; obtención del registro único de contribuyente (RUC), requisitos de la patente municipal y del funcionamiento sanitario todos estos requisitos se detallaron en el capítulo 6.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Análisis de impactos

Los impactos establecen los posibles efectos que podría ocasionar con la ejecución del proyecto en un determinado tiempo, es por eso que en este capítulo se realiza un análisis de los posibles impactos a generarse, mediante el uso de una matriz la misma que indica una calificación a los diferentes elementos, para lo cual se utiliza los siguientes criterios:

TABLA N° 93 Niveles de impacto

Número	Valoración
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-1	Impacto bajo negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto alto negativo

Fuete: Bibliográfica

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

La fórmula para el cálculo de la valoración de los impactos es la siguiente:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de impactos}}{\text{N. de indicadores}}$$

7.2. Impacto social

TABLA N° 94 Impacto social

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Bienestar comunitario						X		2
Mejoramiento de la calidad de vida							X	3
Fuentes de empleo						X		2
Total						4	3	7

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

$$\text{Impacto social} = \frac{\sum \text{Nivel de impactos}}{\text{N. de indicadores}}$$

$$\text{Impacto social} = \frac{7}{3} = 2,33$$

Bienestar comunitario

La comunidad se beneficiara a través de alianzas estratégicas que se realizará con pequeños artesanos y de esta manera se ayudara con la estabilidad laboral y con sueldos adecuados para que cada uno de los habitantes pueda satisfacer sus necesidades.

Mejoramiento de la calidad de vida

La matriz indica el nivel de impacto social que genera el proyecto es 2, es decir impacto medio positivo es viable la propuesta de esta manera se mejorará la calidad de vida de los habitantes y se crearán fuentes de empleo, capacitación y contribuir al desarrollo y mejoramiento continuo del producto y del buen servicio al a ciudadanía en general.

Fuentes de empleo

Al crear esta empresa los habitantes en si serán los beneficiados pues de esta manera se brindara un adecuado trato al personal de la empresa y además serán afiliados al seguro social y contarán con un sueldo acorde a su desenvolvimiento.

7.3. Impacto empresarial

TABLA N° 95 Impacto empresarial

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Liderazgo							X	3
Localización de la empresa						X		2
Cobertura de nuevos mercados							X	3
Cooperación del personal						X		2
Total						4	6	10

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

$$\text{Impacto empresarial} = \frac{10}{4} = 2.50$$

Liderazgo

El nivel de impacto empresarial da como resultado 3, es decir impacto alto positivo, pues el liderazgo es significativo para las empresas e influyente sobre las personas y permite motivar, para que trabajen en forma entusiasta y cumplan los objetivos en común, además ayuda a fortalecer tanto interna como externamente el negocio, a asimismo los clientes estarán satisfechos con una empresa que busca liderar y salir adelante por el bien de la sociedad.

Localización de la empresa

La localización de la empresa es muy fundamental, el sitio debe ser estratégico de esta manera las personas ya sean turistas nacionales o extranjeros.

Cobertura de nuevos mercados

Es primordial que la empresa tenga la visión saber a dónde quiere llegar, con la cobertura de nuevos mercados y con el transcurso del tiempo la empresa podrá expandirse a nivel nacional, tener sucursales y ser prestigiosa en el mercado.

Cooperación del personal

En el funcionamiento de la empresa se tomara en cuenta la participación de los empleados y obreros para la toma de decisiones, la cual permitirá que exista una mayor integración y bienestar en las actividades que realicen cada uno de ellos.

7.4. Impacto ambiental

TABLA N° 96 Impacto ambiental

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Contaminación del aire						X		2
Contaminación del ruido						X		2
Manejo de residuos							X	3
Total						4	3	7

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Soraya Lema
Año: 2015

$$\text{Impacto ambiental} = \frac{7}{3} = 2.33$$

Contaminación del aire

La matriz indica que el proyecto no causa ninguna influencia negativa en el medio ambiente da como resultado 2 lo que quiere decir impacto medio positivo, al trabajar con materiales naturales o amigables con el medio ambiente no ocasiona peligro ni tampoco afecta al entorno.

Contaminación del ruido

La contaminación del ruido que causa las maquinas como; la maquina eléctrica, perchadora, canilladora y las maquinas industriales no tiene mayor importancia pues el lugar en donde está situada la empresa es una zona rural en la cual no existe mucha afluencia de personas y además está lejana a la ciudad.

Manejo de residuos

Para los residuos que produce la empresa en la producción de estos productos, existirá un adecuado manejo del material sobrante esto lo puede convertir en haype, para la limpieza de las maquinarias eléctricas o también el pelón que sale al momento de perchar las cobijas, se lo puede vender para convertir en otra materia prima.

7.5. Impacto económico

TABLA N° 97 Impacto económico

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Nivel de ingresos						X		2
Competitividad						X		2
Impulso nuevos proyectos							X	3
Total						4	3	7

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

$$\text{Impacto económico} = \frac{7}{3} = 2.33$$

Nivel de ingresos

Este proyecto según la matriz muestra que se tiene un impacto económico medio positivo esto quiere decir 2, para la previa creación del proyecto se requiere de una inversión un poco alta, debido a que las maquinarias que utilizan hoy en día son de tecnología la misma lo retribuye gracias a los beneficios que se percibirán de las ventas que se realicen.

Competitividad

Es la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores estableciendo el precio adecuado, ofreciendo productos de calidad para así mantenerse en el mercado y cumplir con los objetivos propuestos como empresa.

Fomento de proyectos

Con la creación de nuevos requerimientos para los productos se puede dar origen a la creación de nuevos proyectos para que mejoren la economía del país y de la sociedad, además se pueden emprender y ofrece mejores productos a los clientes.

7.6. Impactos generales

TABLA N° 98 Impactos generales

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Impacto social						X		2
Impacto empresarial							X	3
Impacto ambiental						X		2
Impacto económico						X		2
Total						6	3	9

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

$$\text{Impactos generales} = \frac{9}{4} = 2.25$$

De acuerdo al análisis de impactos generales realizados, da como resultado 2 puntos promedio en la matriz general, el estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de cobijas de lana de oveja, tendrá un impacto medio positivo; por lo que se plantea establecer la propuesta, misma que beneficiará directamente a la sociedad productora y consumidora, a los artesanos de la localidad y a la población en general. Este resultado es muy favorable se fomentará nuevas fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida de las personas que se involucran en la misma.

7.7. Conclusiones

Se realizó los análisis de los posibles impactos a generarse con la creación de esta empresa, se elaboró una matriz para indicar las respectivas calificaciones con la fórmula aplicada para el cálculo.

Se analizó el impacto social como; el bienestar comunitario, mejoramiento de la calidad de vida y fuentes de empleo, dando como resultado el total de 2,33 puntos lo cual quiere decir que es un impacto medio positivo, pues esto beneficia a la comunidad generado fuentes de empleo y contribuyendo al desarrollo y mejoramiento continuo del producto y del servicio a ofrecer.

Se determinó el impacto empresarial como; el liderazgo, localización de la empresa, cobertura de nuevos mercados y la cooperación del personal y dio como resultado un total de 2,50 puntos lo que significa un impacto alto positivo que genera al crear esta empresa.

Se analizó el impacto ambiental como; la contaminación del aire, contaminación del ruido y manejo de los residuos, y dio un total de 2,33 puntos lo que significa un impacto medio positivo, el proyecto no causa ninguna influencia negativa al medio ambiente.

Finalmente se determinó el impacto económico como; nivel de ingresos, competitividad y fomento de proyectos dando como resultado un total de 2,33 puntos, lo que significa un impacto medio positivo.

CONCLUSIONES

Con el diagnóstico realizado se identificó la realidad social y económica de la ciudad de Otavalo, es un factor importante el servicio al turismo y la actividad artesanal que brindan los otavaleños, pues se generan fuentes de empleo, permitiendo así ejecutar el presente estudio hacia la creación de una empresa productora y comercializadora de cobijas de lana en la parroquia de Peguche, de este modo lograr competitividad en el mercado.

Las bases teóricas - científicas permitió establecer un análisis mucho más amplio de la investigación, y por ende tener mayor conocimiento sobre los principales conceptos más importantes que implica la creación de la empresa productora y comercializadora de cobijas de lana.

Dentro del estudio de mercado se pudo determinar que los comerciantes de las artesanías del cantón serán el principal mercado, el 88% de los encuestados aceptan la puesta en marcha del proyecto, y están dispuestos a comprar el producto en la empresa para comercializar a turistas nacionales y extranjeros, los clientes cada vez buscan productos más atractivos.

El estudio técnico permitió determinar la inversión fija de \$ 105.714,39 y la inversión variable de \$ 13.463,42 se estableció la ubicación estratégica para la creación de la empresa, la cual será en la parroquia de Peguche en el barrio Santa Lucía en las calles Línea Férrea y Chasquis; de igual manera se realizó la ingeniería del proyecto para establecer los procesos de producción, obra civil y maquinarias necesarias para la ejecución del proyecto y también se calculó el capital de trabajo con el que va arrancar la misma.

El estudio económico – financiero del proyecto, indica que es factible financiarlo, debido a que señala un VAN positivo de \$ 201.770,33 la TIR se ubica en el 37% mayor que el TRM, el índice de costo- beneficio se ubica en 1,69 la cual respalda que el proyecto está en capacidad de generar utilidad, con un tiempo de recuperación de la inversión de 3 años, 4 meses y 127 días aproximadamente, todo esto muestra condiciones reales de factibilidad del presente proyecto.

Para definir la estructura organizacional, se estableció la misión, visión, principios, políticas y valores, además permitió establecer las funciones y requisitos del personal que requerirá la empresa, mismos que permitirán conseguir los objetivos esperados del proyecto.

El estudio de impactos ha permitido determinar que la puesta en marcha del proyecto genera impactos altos positivos, y se fomentara nuevas fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida de las personas que se involucran en la misma, además se tendrá control para no afectar al medioambiente.

RECOMENDACIONES

Por las situaciones favorables de la ciudad de Otavalo en el ámbito turístico y artesanal, se recomienda buscar alternativas para el financiamiento que impulsen dichas actividades, esto permitirá generar fuentes de empleo y lograr competitividad al resto de ciudades, al mismo tiempo mejorar la calidad de vida de los habitantes de Peguche y sus alrededores.

Es recomendable tomar en cuenta todas las informaciones del capítulo 2 respecto a los fundamentos teóricos, la cual facilita a la empresa de cómo empezar a funcionar, también respetar la propiedad intelectual de los diferentes autores antes señalados, usando las normas APA actuales para que no existan plagios ni confusiones.

La empresa deberá utilizar al máximo las condiciones competitivas de la empresa; es decir utilizar diversas estrategias en el área de diseño, ventas, comercialización y precios, esto ayudará a ofrecer al cliente un producto de calidad y a precios asequibles.

Es recomendable antes de poner en marcha, el proyecto se verifiquen los análisis de la obra civil, las instalaciones que tendrá este proyecto, asignación de los recursos, procesos productivos para que todo concuerde con el presupuesto establecido, y se pueda conseguir una eficacia en el desarrollo de las actividades.

Es primordial que el sector empresarial reciba apoyo económico, que permita tener los suficientes recursos para la adquisición de los diferentes activos fijos, y se logrará ser más competitivos en el mercado, al mismo tiempo se contribuirá con la disminución del desempleo, además se pide que se verifique y se cumpla con todos los aspectos del estudio económico - financiero, y así se podrá ver reflejado el buen funcionamiento de la empresa, es decir no deberá existir una variación drástica en los indicadores como son; el TIR, VAN y el Costo – Beneficio, y esto ayudara a alcanzar el éxito.

Se recomienda entregar el manual de funciones al personal de la empresa, con el objetivo de que cada uno tenga conocimiento de las actividades a desempeñar, de este modo se conseguirá eficiencia operacional y al mismo tiempo evitar problemas entre el personal de la empresa.

El proyecto indica impacto positivo alto, esto permite ejecutar el proyecto, además apoya en el desarrollo socio - económico de la parroquia, se debe actuar debidamente sin contaminar o afectar el medio ambiente de una u otra manera, asimismo se podrá fomentar la conservación de la cultura y de la actividad artesanal que hoy en día se está perdiendo.

Por todas las recomendaciones anteriormente mencionadas se debe ejecutar el proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Araujo, D. (2012). *Proyectos de Inversión. Análisis, formulación y evaluación práctica*. (Primera ed.). México: Trillas, S.A. de C.V.
- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2011). *Introducción al marketing*. España: Person Educación S.A.
- Austermühle, S. (2015). *Sostenibilidad y ecoeficiencia en la empresa moderna*. Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Baca, G. (2006). *Evaluación de proyectos*. México: McGrawHill DF.
- Bernal, C., & Sierra, H. (2013). *Proceso Administrativo para las organizaciones del siglo* (Segunda ed.). Colombia: Pearson.
- Calleja, F. (2013). *Costos* (Segunda ed.). México: Pearson.
- Camino, J. R., & Garcillán, M. d. (2012). *Dirección de Marketing : Fundamentos y Aplicaciones* (Segunda ed.). México: Alfaomega.
- Camino, J. R., & Garcillán, M. d. (2012). *Dirección de marketing fundamentos y aplicaciones* (Segunda ed.). México: Alfaomega.
- Celaya, R. (2013). *Contabilidad Básica. Un enfoque basado en competencias*. México.
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (Segunda ed.). Bogotá: Eco.
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Segunda ed.). Bogotá: Del complemento virtual en el Sistema de Información en Línea.
- Eduardo, G. R. (2012). *Contabilidad y presentación de estados financieros*. Colombia: Nueva Legislación Ltda.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia* (cuarta ed.). McGraw - Hill.
- Gareth, J. (2013). *Teoría Organizacional diseño y cambio en las organizaciones* (Séptima ed.). México: Pearson Educación .
- Hernández, S., & Rodríguez. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial* (Primera ed.). México: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.
- Hernández, S., Rodríguez, G., & Anda, P. d. (2012). *Administración. Teoría ,proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad*. (Tercera ed.). México: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Mexicana.
- Herrera, J. E. (2013). *Investigación de Mercados* (Segunda ed.). Colombia: Ecoe.
- Horngren, C., Datar, S., & Rajan, M. (2012). *Contabilidad de Costos. Un enfoque gerencial* (Decimocuarta ed.). México: Talleres de Litográfica Ingramex, S.A. de C.V.
- Izar, J. M. (2013). *Ingeniería económica y financiera* (Primera ed.). México: Trillas, S.A. de C.V.

- Lexus. (2013). *Manual de Contabilidad de Costos*. Barcelona- España: Departamento de Creación Editorial de Lexus Editores.
- Manuel, I. J. (2013). *Ingeniería Económica y Financiera* (Primera ed.). México: Trillas S.A. de C.V.
- Materiales, T. (2015). *tecnologia-materiales.wikispaces.com*. Recuperado el 02 de 07 de 2016
- Meza Orozco, J. d. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos* (Tercera ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Moreno Fernández, J. A. (2014). *Contabilidad superior* (Primera ed.). México: Larousse - Grupo Editorial Patria.
- Moyano, J., Bruque, S., Maqueira, J., & Fidalgo, F. (2011). *Administración de Empresas*. España: Pearson Educación ,S.A.
- Murcia, J. D., Piraquive, F. D., & Medellín, V. (2011). *Proyectos, formulación y criterios de evaluación* (Segunda ed.). Bogotá: Alfaomega Colombiana S.A.
- Pastrana, P. J. (2012). *Contabilidad de Costos*. El Cid Editor apuntes.
- Pérez, J. (2013). *Control de Gestión Empresarial* (Octava ed.). Madrid: Alfaomega Grupo ,S.A. de C.V.
- Prieto Herrera, J. E. (2014). *Proyectos : enfoque gerencial* (Cuarta ed.). Bogotá: Eco Ediciones.
- Prieto, J. E. (2013). *Investigación de Mercados* (Segunda ed.). Colombia: Ecoe.
- Ramírez, D. N. (2013). *Contabilidad Administrativa* (Novena ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.
- Rincón, C. (2011). *Guía de Costos para micro y pequeños empresarios* (Primera ed.). Bogotá: Ecoe.
- Rojas López, M. D. (2015). *Evaluación de proyectos para ingenieros* (Segunda ed.). Bogotá: Eco Ediciones.
- Santillán, M. d., Torres, V. L., & González, H. M. (2011). *Introducción a las Finanzas* (Cuarta ed.). México: Progreso, S.A.de C.V.
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación* (Segunda ed.). Chile: Progreso ,S.A. de C.V.
- Tirado, L. T. (2011). *Marketing manual formativo* (Primera ed.). Bogotá: MAD, S.L.
- Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de proyectos* (Sétima ed.). México: Miembro de la Cámara de la Industria Mexicana.
- Valdivieso, M. B. (2013). *Contabilidad General* (Décima Primera ed.). Quito.
- Valencia, G. S. (2011). *Contabilidad de costos*. Bogotá: Eco Ediciones.
- Villarreal, J. (2013). *Ingeniería Económica* (Primera ed.). Colombia: Delfín Ltda.

Zacarías, T. H., & Heli, M. T. (2014). *Administración de proyectos* (Primera ed.). México: Larousse - Grupo Editorial Patria.

Zambrano, P. P. (2013). *Microeconomía Teoría Económica*. Quito: Killari.

LINKOGRAFÍA

www.otavalo.gob.ec/webanterior/wp-content/uploads/2012/04/PLANDEVIDA.pdf. (04 de 2012). Recuperado el 02 de 07 de 2016

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Miguel Egas. (2012).

Artesanos manos a la obra. (2015). Recuperado el 01 de 07 de 2016

Agencia Nacional de Regulacion, C. y. (s.f.). *http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/*. Recuperado el 02 de 07 de 2016

Censos, I. N. (s.f.). *http://www.inec.gob.ec/cpv/*.

Descentralizado, E. G. (s.f.). *http://www.otavalo.gob.ec/webanterior/wp-content/uploads/2014/02/C-ORDENANZA-PATENTES-R.O..pdf*. Recuperado el 02 de 07 de 2016

EcuRed. (2013). *www.ecured.cu/index.php/Fibra*. Recuperado el 01 de 02 de 2016

http://textilescachicadan.blogspot.com/2012/04/la-lana-y-sus-caracteristicas.html. (s.f.). Recuperado el 02 de 07 de 2016

http://www.sri.gob.ec/web/guest/ruc1. (s.f.). Recuperado el 02 de 07 de 2016

lana, P. o. (2009). *http://www.produccion-animal.com.ar/*. Recuperado el 13 de 06 de 2015

Otavalo, M. d. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo*. *http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/CODIGO-DEL-TRABAJO-1.pdf*. Recuperado el 02 de 07 de 2016

Vikidia. (23 de 06 de 2015). *https://es.vikidia.org/wiki/Oveja*. Recuperado el 02 de 07 de 2016

www.definicionabc.com/general/impacto.php. (s.f.). Recuperado el 24 de 06 de 2016

ANEXOS

**ANEXO 1: Entrevista dirigida al productor de cobijas de la comunidad de Peguche
cantón Otavalo**



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA
ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRODUCTOR DE COBIJAS DE LA COMUNIDAD
DE PEGUCHE CANTON OTAVALO**

OBJETIVO: Analizar cómo se encuentra actualmente la producción de cobijas de lana.

Entrevistado:

Lugar:

Puesto:

Fecha:

Hora:

Instrucción:

Edad:

Cuestionario:

- 1. ¿Cuánto tiempo se dedicada a esta actividad?**
- 2. ¿Para elaborar las cobijas que tipo de material utiliza?**
- 3. ¿Cuántas unidades de cobijas de lana de oveja produce al mes?**
- 4. ¿Dónde adquirió las maquinas eléctricas para la elaboración de las cobijas de lana?**
- 5. ¿Cómo contrata la mano de obra para la producción de las cobijas?**
- 6. ¿Qué tipos de cobijas lo realiza en su taller?**
- 7. ¿Cómo fija los precios en las cobijas de lana?**

8. ¿Usted conoce a los proveedores de materia prima para la elaboración de las cobijas de lana?

9. ¿Dónde realiza la distribución de las cobijas?

10.- ¿Piensa usted que la comercialización de las cobijas es rentable?

11.- ¿Los diseños en la producción de las cobijas quien los realiza?

12.- ¿Usted pregunta a sus clientes si los productos que ofrece satisface las necesidades?

ANEXO 2: Encuesta dirigida a los almacenes de la ciudad de Otavalo

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DEL CANTON OTVALO.

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como finalidad analizar la demanda de cobijas, estudiando el comportamiento en el mercado.

INDICACIONES:

Lea detenidamente las preguntas.

Señale con una X la respuesta que usted considere conveniente.

DATOS TÉCNICOS:

GENERO:	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
Profesión/Ocupación:	Comerciante	<input type="checkbox"/>	Empleado publico	<input type="checkbox"/>
	Ama de casa	<input type="checkbox"/>	Empleado privado	<input type="checkbox"/>
	Estudiante	<input type="checkbox"/>	Otros.....	

CUESTIONARIO:**1.- ¿Qué tipo de cobija se oferta en el almacén?**

Lana de oveja	<input type="checkbox"/>
Alpaca	<input type="checkbox"/>
Térmicas	<input type="checkbox"/>
Edredones	<input type="checkbox"/>

2.- ¿Dónde realiza la compra de las cobijas para la comercialización?

- Directamente del productor
- Mediante el intermediario
- Ambos

3.- ¿Cuáles son las dimensiones de las cobijas que más se demanda?

- De 1 ½ plaza
- De 2 plazas
- De 2 ½ plazas

4.- ¿Los precios de las cobijas que comercializan están en el rango de?

- De \$10-15
- De \$2-25
- De \$30-35
- Más de \$40

5.- ¿Cuántas cobijas de lana adquiere al mes?

- Más de 600
- De 600-800
- De 800-1100
- De 1100-1300
- Más de 1300

6.- ¿Cuál cree que es el medio publicitario para dar a conocer su almacén?

- Radio
- Televisión
- Internet

7.- Señale cuáles son las características que usted busca en las cobijas al momento de adquirir a su proveedor

Liviano y fino

Suavidad

Durabilidad

Diseños innovadores

Otros

8.- ¿Usted está de acuerdo en la creación de una nueva empresa que se dedique a la producción y comercialización de cobijas de lana y que le provea de cobijas?

Si

No

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 3: Encuestas realizadas a los productores.**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE LA COMUNIDAD DE
PEGUCHE**

OBJETIVO: Analizar cómo se encuentra actualmente la producción de cobijas de lana.

INDICACIONES:

Lea detenidamente las preguntas.

Señale con una X la respuesta que usted considere conveniente.

1.- ¿Alrededor de cuantos años se dedica a la producción de cobijas de lana?

Más de 2 años

De 2 a 4 años

Más de 4 años

2.- ¿Cuál es el precio de venta para los propietarios de los almacenes?

De \$12-14

De \$ 14-16

Más de \$ 16

3.- ¿Cuál es el número promedio de cobijas de lana que usted produce al mes?

Menos de 100

De 100 a 200

De 200 a 300

Más de 300

4.- ¿La producción de cobijas de lana que usted realiza es?

- Por temporada
- Permanente

5.- ¿De acuerdo a su opinión qué presentación de cobijas de lana tiene mayor prioridad ante los clientes?

- Maquina eléctrica
- Telar de madera
- Ambos

6.- ¿Cuál es el tipo de cobijas de lana que los clientes prefieren usualmente?

- Naturales
- Llanos
- Ambos

7.- ¿Al realizar la compra del producto que es lo que el cliente exige?

- Precio
- Calidad
- Durabilidad
- Todos

8.- ¿Qué aspectos toma en cuenta para aumentar las ventas ante los competidores?

- Precios cómodos
- Diversidad de modelos
- Óptima calidad
- Todos los anteriores

9.- ¿Cómo fija usted el precio de las cobijas?

Oferta y demanda

Analizando los costos

Todas las anteriores

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 4: Diseño de cobijas naturales

ANEXO 5: Diseño de cobijas llanos

ANEXO 6: Diseño de la cobijas de 2 plazas



ANEXO 7: Bobinadora de lana**ANEXO 8: Publicidad año 2015**

DESCRIPCIÓN	Tiempo	Cantidad	V. unitario	V. total
Cuñas en radio	Trimestral	3	150	450
Tarjetas de presentación	Semestral	500	0,10	50
TOTAL				500

Fuente: Investigación propia, Radio Ilumán, Dikapsa

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015

ANEXO 9: Maquinas eléctricas

ANEXO 10: Tabla de amortización**Monto del préstamo:** \$71.506,69**Interés anual:** 10% proyectos productivos**Periodo de préstamo:** 5 años**Forma de pago:** Mensual**Entidad financiera:** Ban Ecuador

PERIOD O	SALDO CAPITAL	INTERES	CAPITAL	VALOR A PAGAR
0	71.506,69	-	-	-
1	70.314,91	595,89	1.191,78	1.787,67
2	69.123,13	585,96	1.191,78	1.777,74
3	67.931,36	576,03	1.191,78	1.767,81
4	66.739,58	566,09	1.191,78	1.757,87
5	65.547,80	556,16	1.191,78	1.747,94
6	64.356,02	546,23	1.191,78	1.738,01
7	63.164,24	536,30	1.191,78	1.728,08
8	61.972,46	526,37	1.191,78	1.718,15
9	60.780,69	516,44	1.191,78	1.708,22
10	59.588,91	506,51	1.191,78	1.698,29
11	58.397,13	496,57	1.191,78	1.688,35
12	57.205,35	486,64	1.191,78	1.678,42
13	56.013,57	476,71	1.191,78	1.668,49
14	54.821,80	466,78	1.191,78	1.658,56
15	53.630,02	456,85	1.191,78	1.648,63
16	52.438,24	446,92	1.191,78	1.638,70
17	51.246,46	436,99	1.191,78	1.628,77
18	50.054,68	427,05	1.191,78	1.618,83
19	48.862,90	417,12	1.191,78	1.608,90
20	47.671,13	407,19	1.191,78	1.598,97
21	46.479,35	397,26	1.191,78	1.589,04
22	45.287,57	387,33	1.191,78	1.579,11
23	44.095,79	377,40	1.191,78	1.569,18
24	42.904,01	367,46	1.191,78	1.559,24
25	41.712,24	357,53	1.191,78	1.549,31
26	40.520,46	347,60	1.191,78	1.539,38
27	39.328,68	337,67	1.191,78	1.529,45
28	38.136,90	327,74	1.191,78	1.519,52
29	36.945,12	317,81	1.191,78	1.509,59
30	35.753,35	307,88	1.191,78	1.499,66

31	34.561,57	297,94	1.191.78	1.489,72
32	33.369,79	288,01	1.191.78	1.479,79
33	32.178,01	278,08	1.191.78	1.469,86
34	30.986,23	268,15	1.191.78	1.459,93
35	29.794,45	258,22	1.191.78	1.450,00
36	28.602,68	248,29	1.191.78	1.440,07
37	27.410,90	238,36	1.191.78	1.430,14
38	26.219,12	228,42	1.191.78	1.420,20
39	25.027,34	218,49	1.191.78	1.410,27
40	23.835,56	208,56	1.191.78	1.400,34
41	22.643,79	198,63	1.191.78	1.390,41
42	21.452,01	188,70	1.191.78	1.380,48
43	20.260,23	178,77	1.191.78	1.370,55
44	19.068,45	168,84	1.191.78	1.360,62
45	17.876,67	158,90	1.191.78	1.350,68
46	16.684,89	148,97	1.191.78	1.340,75
47	15.493,12	139,04	1.191.78	1.330,82
48	14.301,34	129,11	1.191.78	1.320,89
49	13.109,56	119,18	1.191.78	1.310,96
50	11.917,78	109,25	1.191.78	1.301,03
51	10.726,00	99,31	1.191.78	1.291,09
52	9.534,23	89,38	1.191.78	1.281,16
53	8.342,45	79,45	1.191.78	1.271,23
54	7.150,67	69,52	1.191.78	1.261,30
55	5.958,89	59,59	1.191.78	1.251,37
56	4.767,11	49,66	1.191.78	1.241,44
57	3.575,33	39,73	1.191.78	1.231,51
58	2.383,56	29,79	1.191.78	1.221,57
59	1.191,78	19,86	1.191.78	1.211,64
60	0,00	9,93	1.191.78	1.201,71

Fuente: BanEcuador

Elaborado por: Soraya Lema

Año: 2015