



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CORREAS ARTESANALES EN LA
CIUDAD DE IBARRA.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS

AUTORA:

NAVARRETE PIEDRA GABRIELA ESTEFANÍA

DIRECTOR:

MSC. LENIN UBIDIA

Ibarra, Enero 2017

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad determinar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de correas artesanales, considerando que no existe en la ciudad una empresa dedicada a realizar este producto, por tal razón se obtiene una ventaja competitiva para alcanzar el éxito del proyecto. Para esta investigación se realizó un estudio diagnóstico acerca de los aspectos geográficos, así como también aspectos productivos relacionados con el proyecto; para determinar las condiciones a las que se debe enfrentar la empresa. El estudio de mercado determina la aceptación del producto, estableciendo la calidad de la correa artesanal que esta posee, para determinar la demanda potencial a satisfacer y el porcentaje de demanda que el proyecto va a cubrir, así como también determina la forma de comercialización que se plantea para el proyecto. Con la realización del estudio técnico se determina la localización del proyecto, la ingeniería del proyecto la cual consiste en la determinación del proceso de producción que tendrá la empresa una vez empiece a funcionar, además se establece la distribución de la planta así como los materiales que se necesitará, adicionalmente se estipula la materia prima que se va a utilizar así como los insumos y el talento humano que se utilizará en el proyecto, obteniendo como resultado un presupuesto técnico para determinar la inversión del proyecto. El estudio económico-financiero determinará si el proyecto es factible o no a través de los diferentes evaluadores financieros. Dentro de la propuesta se determinará la filosofía con la que contará la empresa y por último se analizará los impactos que inciden en la creación de la empresa productora y comercializadora de correas artesanales. Una vez establecida toda esta estructura se justifica la necesidad de emprender el presente proyecto.

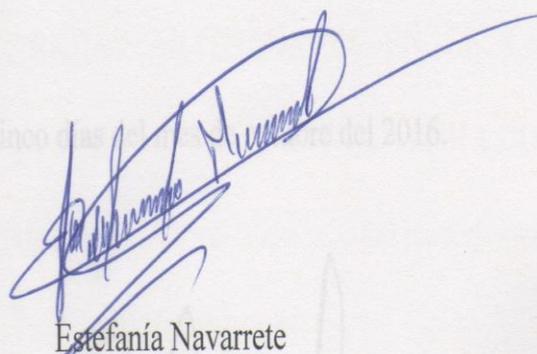
SUMMARY

This study aims to determine the feasibility of the creation of a company dedicated to the production and marketing of handcrafted belts, considering that there is no company in the city dedicated to making this product, for this reason you get a competitive advantage to reach The success of the project. For this investigation, a diagnostic study was carried out on the geographical aspects, as well as productive aspects related to the project; To determine the conditions that the company must face. The market study determines the acceptance of the product, establishing the quality of the handcrafted belt that it has, to determine the potential demand to meet and the percentage of demand that the project will cover, as well as determine the form of marketing that is For the project. With the accomplishment of the technical study the location of the project is determined, the engineering of the project which consists in the determination of the production process that will have the company once it begins to work, in addition it establishes the distribution of the plant as well as the materials that It will be necessary, additionally stipulates the raw material to be used as well as the inputs and human talent to be used in the project, resulting in a technical budget to determine the investment of the project. The economic-financial study will determine if the project is feasible or not through the different financial evaluators. Within the proposal will determine the philosophy that will count on the company and finally will analyze the impacts that have an impact on the creation of the company producing and marketing artisan belts. Once this whole structure is established, the need to undertake the present project is justified.

AUTORÍA

Yo, **GABRIELA ESTEFANÍA NAVARRETE PIEDRA**, declaro bajo juramento que las idea y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de mi autoría, el mismo que no ha sido presentado previamente para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

Ibarra a ...26... los días de...Enero del 2017

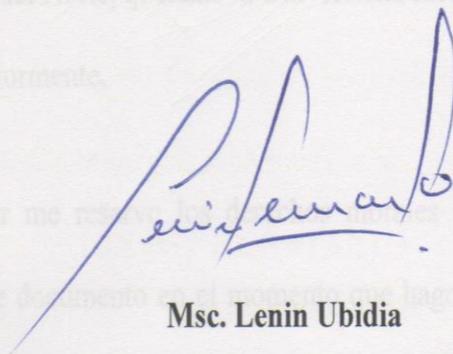


Estefanía Navarrete
C.C. 1003693353

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del trabajo de Grado, presentado por la egresada **GABRIELA ESTEFANÍA NAVARRETE PIEDRA**, para optar por el título de Ingeniería Comercial, cuyo tema: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CORREAS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE IBARRA**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los cinco días del mes de octubre del 2016.



Msc. Lenin Ubidia

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **GABRIELA ESTEFANÍA NAVARRETE PIEDRA**, con cedula de ciudadanía N° **100369335-3**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado “ **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CORREAS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE IBARRA**”, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERÍA COMERCIAL** en la Universidad Técnica del Norte, quedado la Universidad facultad para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

para lo cual pongo a disposición la siguiente información.

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

DIRECCIÓN:

Juana Atabalipa y Tobias Mena

EMAIL:

unmail.com

TELÉFONO MÓVIL:

ESTEFANÍA NAVARRETE

C.C. 1003693353

TÍTULO:

Estudio de factibilidad para creación de una empresa productora y comercializadora de correas artesanales en la ciudad de Ibarra.”

AUTOR (ES)

Navarrete Piedra Gabriela Estefanía

Ibarra a ...26... los días de...Enero del 2017

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO



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 a los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

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

DATOS DE CONTACTO	
CEDULA DE IDENTIDAD:	100369335-3
APELLIDOS Y NOMBRES:	Navarrete Piedra Gabriela Estefanía
DIRECCIÓN:	Juana Atabalipa y Tobías Mena
EMAIL:	tefyNAV@hotmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0985806185
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Estudio de factibilidad para creación de una empresa productora y comercializadora de correas artesanales en la ciudad de Ibarra,”
AUTOR (ES)	Navarrete Piedra Gabriela Estefanía
FECHA: AAMMDD	2016 – 01- 30.
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Lenin Ubidia

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **GABRIELA ESTEFANÍA NAVARRETE PIEDRA**, con cedula de ciudadanía N° 1003693353-5, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) 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.

3. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presenta autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que se asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Estefanía N.

Ibarra a ...26... los días de...Enero del 2017

LA AUTORA

ESTEFANÍA NAVARRETE

C.C. 100369335-3

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy. Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

Estefanía N.

AGRADECIMIENTO

Al culminar mi trabajo de grado agradezco de todo corazón, en primer lugar, a dios por haberme guiado por el camino de la felicidad.

A mis queridos padres y hermanos, quienes con su amor y sacrificio me apoyaron y confiaron en mi incondicionalmente durante estos años, a pesar de la distancia siempre estuvieron conmigo para darme ánimo y poder seguir adelante, logrando hoy culminar esta meta tan importante en mi vida.

A mis tías, primos y amigas, que estuvieron junto a mí en esta etapa de mi vida brindándome su cariño y ayudándome en todo cuanto pudieron para no desfallecer y poder alcanzar la meta deseada.

A la Universidad Técnica del Norte en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, que fue la institución la cual abrió las puertas a jóvenes como nosotros, para prepararnos como personas de bien.

Gracias a Todos

Estefanía N.

PRESENTACIÓN

El proyecto titulado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CORREAS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE IBARRA**”, está estructurado por siete capítulos; a continuación, se presenta de una manera breve el desarrollo del presente trabajo:

Capítulo I Diagnóstico Situacional: Este diagnóstico se lo realizo por medio de una investigación en el entorno donde se implementará la empresa, la ciudad de Ibarra, como también al sector de la parroquia de San Francisco, para establecer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influenciaran en el desarrollo del proyecto.

Capítulo II Marco Teórico: En este capítulo se detallan una serie de aspectos netamente teóricos relacionados al tema del proyecto tales como la empresa, producto, comercialización, aspectos administrativos, contables y económicos financieros, los mismos que servirán como herramientas de información para la elaboración del presente trabajo.

Capítulo III Estudio de Mercado: En este capítulo se realizó una investigación detallada por medio de la utilización de herramientas investigativas básicas como son las encuestas dirigidas a los posibles consumidores de correa. Para poder determinar y analizar el comportamiento de este producto y establecer la demanda insatisfecha.

Capítulo IV Estudio Técnico: En el estudio técnico se definió el lugar donde se desarrollará el proyecto, los recursos tanto materiales como humanos que se necesitan para los trabajos de la empresa, además el planteamiento del proceso que se utilizará para la producción y comercialización de correa artesanales.

Capítulo V Estudio Financiero: Con este estudio se ha realizado cuidadosamente el análisis de todos sus costos de operación reales para implementar el proyecto, además se establece cuan rentables es este.

Capítulo VI Organización de la Empresa: Se determina la estructura organizativa de la empresa tomando en cuenta su razón social, conformación jurídica, misión, visión, políticas, estructura orgánica funcional, lo que determina la funcionalidad de la empresa, para poder desarrollar las actividades de manera eficiente.

Capítulo VII Impactos: En este capítulo se analizó los impactos que generará el proyecto en los ámbitos: Económico, Productivo -Empresarial, Ambiental, Socio- Cultural.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	iv
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE TABLAS	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxii
INTRODUCCIÓN	xxiii
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxiv
Objetivo general.....	xxiv
Objetivos específicos	xxiv
METODOLOGÍA UTILIZADA	xxv
JUSTIFICACIÓN	xxvi
CAPITULO I	27
DIAGNOSTICO SITUACIONAL	27
Antecedentes	27
Objetivos diagnostico.....	28
Objetivo general.....	28
Objetivos específicos	28
Variables diagnosticas	28
Indicadores.....	28
Matriz relación diagnóstica.....	30
Identificación de las variables diagnósticas	32
Área geográfica.....	32
Producción.....	33
Comercialización	34
Oferta.....	34

Demanda.....	34
Mecánica operativa.....	35
Información secundaria.....	35
Identificación de la población.....	35
Calculo de la muestra.....	36
Diseño de instrumentos de evaluación.....	36
Información primaria.....	36
Construcción de la Matriz AOOR.....	44
CAPITULO II.....	47
MARCO TEÓRICO.....	47
Estudio de factibilidad.....	47
La empresa.....	47
Importancia.....	47
Elementos básicos de la empresa.....	48
Clasificación de las empresas.....	49
Artesanías.....	51
Definición del cuero.....	52
Requisitos para el funcionamiento de una empresa.....	53
Marco Legal.....	53
Normativa.....	54
Registro Sanitario.....	54
Fundamentos de mercado.....	54
Estudio de mercado.....	54
Mercado Meta.....	55
Definición de Mercado.....	55
La Oferta.....	55
Análisis de la oferta Actual.....	56
La Demanda.....	56
Demanda insatisfecha.....	56
Proyección de la Demanda.....	56
Inflación.....	57
Producto.....	57
Precio.....	57
Comercialización.....	58
Publicidad o propaganda.....	59
Fundamentos técnicos.....	59
Estudio técnico.....	59

Macro localización.....	60
Tamaño Óptimo de la Planta del Proyecto.	60
Localización.....	61
Macro localización.....	61
Micro localización	62
Estudio Financiero	62
Inversión.....	62
Inversión variable (capital de trabajo)	63
Estados financieros	64
Estado de situación inicial	64
Estado de resultados.....	64
Estado de flujo de caja.	65
Evaluación de la inversión	65
Relación Beneficio costo	66
Periodo de recuperación de la inversión.	67
Punto de equilibrio.....	67
Riesgos.....	68
Aspectos organizacionales	68
Misión.....	68
Visión.....	68
Organigrama estructural.....	69
Impactos.....	69
CAPITULO III.....	71
ESTUDIO DE MERCADO	71
Introducción	71
Objetivos del estudio de mercado	71
Objetivo general.....	71
Objetivos específicos	71
Matriz variables de mercado	72
Identificación del producto	73
Identificación de la población.....	73
Identificación de la muestra	74
Calcula del tamaño de la muestra	74
Tabulación y análisis de la información	74
Resumen de la encuesta	88
Mercado meta.....	88
Tipo de segmentación de mercado.....	88

Análisis de la oferta	89
Identificación de la oferta actual	89
Proyección de la oferta.....	89
Identificación a de la demanda	90
Características de los consumidores	90
Análisis de la demanda	90
Proyección de la demanda	91
Demanda insatisfecha	92
Demanda a captar por el proyecto	92
Análisis del precio.....	93
Proyección del precio.....	93
Conclusiones del Estudio de Mercado	94
CAPITULO IV.....	95
ESTUDIO TÉCNICO	95
Antecedentes	95
Localización del proyecto	96
Macro localización.....	96
Matriz de Factores.....	97
Diseño de la matriz de evaluación	97
Micro Localización	98
Tamaño del Proyecto de la Empresa.....	100
Tamaño del proyecto.....	100
Actores determinantes.....	100
Ingeniería del Proyecto	102
Ubicación de la Planta	102
Diseño de las instalaciones	102
Proceso.....	103
Descripción del Proceso de Producción.....	103
Presupuesto Técnico	107
Inversiones Fijas	107
Capital de Trabajo.....	111
Materia Prima.....	111
Mano de Obra Directa.....	112
Mano de Obra Indirecta	113
Servicios Básicos	113
Gastos de Publicidad.....	113
Arriendo.....	114

Gastos de Organización	114
Resumen del Capital de Trabajo	115
Inversión total del proyecto	116
CAPÍTULO V	117
ESTUDIO FINANCIERO	117
Ingresos.....	117
Proyección de Ingresos	117
Egresos.....	118
Costos de Producción.....	118
Gastos Administrativos.....	119
Gastos de Ventas.....	122
Gastos Financieros	124
Depreciación y Amortización	126
Resumen de Egresos	127
Estados Financieros	127
Estados de Situación Financiera	127
Estado de Resultados	128
Flujo de Caja.....	129
Evaluación de la Inversión.....	130
Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio.....	130
Tasa de Rendimiento Medio	130
Valor Actual Neto.....	131
Tasa Interna de Retorno.....	131
Periodo de Recuperación de la Inversión.....	133
Costo Beneficio.....	133
Punto de Equilibrio del Proyecto	134
Resumen de la Evaluación Financiera	134
Conclusiones del Estudio Financiero.....	135
CAPÍTULO VI.....	136
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	136
Análisis interno de la empresa	136
Nombre de la Empresa.....	136
Misión.....	136
Visión.....	136
Objetivo General.....	136
Matriz de objetivos, estrategias y política.....	137
Principios y Valores.....	138

Aspecto Organizativo.....	139
Organigrama Estructural.....	139
Identificación de Puestos y Funciones	140
Aspecto Legal	144
Base Legal de Constitución	144
Permisos de Funcionamiento.	144
Control interno.....	145
Manejo de recursos humanos.....	145
Manejo de inventarios.....	146
Manejo de efectivo.....	146
Manejo de la documentación presentada	146
CAPITULO VII	147
IMPACTOS.	147
Impacto Económico	148
Impacto Productivo- Empresarial	149
Impacto Ambiental.....	150
Impacto Socio-Cultural.....	151
Impacto educativo.....	152
Impacto General.....	153
BIBLIOGRAFÍA	157

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz Relación Diagnostica	30
Tabla 2 Actividad Productiva	37
Tabla 3 Rentabilidad	38
Tabla 4 Presentación	39
Tabla 5 Precio De Venta	40
Tabla 6 Venta Semanal	41
Tabla 7 Precio De Producción	42
Tabla 8 Mercado De Comercialización	43
Tabla 9 Matriz Aoor.....	44
Tabla 10 Cruce Estratégico	45
Tabla 11 Matriz Variables De Mercado.....	72
Tabla 12 Identificación De La Población	73
Tabla 13 Identificación De Género Masculino En La Familia	75
Tabla 14 Edad	76
Tabla 15 Utiliza Correa De Cuero	77
Tabla 16 Creación De La Empresa	78
Tabla 17 Frecuencia De Consumo	79
Tabla 18 Diseño Del Producto	80
Tabla 19 Expectativa Del Producto	81
Tabla 20 Inversión En La Adquisición De Correas	82
Tabla 21 Diferencias	83
Tabla 22 Conocimiento De Una Empresa Similar.....	84
Tabla 23 Características De La Correa A Hora De Comprar	85
Tabla 24 Precio A Pagar	86
Tabla 25 Tipo De Medio De Comunicación.....	87
Tabla 26 Oferta Actual.....	89
Tabla 27 Calculo De La Proyección De La Oferta	89
Tabla 28 Crecimiento Poblacional.....	90
Tabla 29 Posibles Consumidores	91
Tabla 30 Proyección De La Demanda	91
Tabla 31 Demanda De Correas	92
Tabla 32 Demanda Insatisfecha	92

Tabla 33 Demanda A Captar.....	93
Tabla 34 Proyección Del Precio	93
Tabla 35 Objetivos De Crecimiento	101
Tabla 36 Maquinaria Y Herramienta	108
Tabla 37 Muebles Y Enceres	109
Tabla 38 Equipo De Computación.....	109
Tabla 39 Equipo De Oficina	109
Tabla 40 Equipo De Seguridad.....	110
Tabla 41 Resumen De Inversión Fija.....	110
Tabla 42 Materia Prima	112
Tabla 43 Mano De Obra Directa.....	112
Tabla 44 Mano De Obra Indirecta	113
Tabla 45 Servicios Básicos	113
Tabla 46 Publicidad	114
Tabla 47 Arriendo	114
Tabla 48 Gastos De Organización	115
Tabla 49 Resumen Capital De Trabajo.....	115
Tabla 50 Proyección De Ingresos	117
Tabla 51 Resumen De Costo De Producción.....	118
Tabla 52 Sueldo Administrativos.....	119
Tabla 53 Proyección Sueldo Administrativo	119
Tabla 54 Suministros De Oficina.....	120
Tabla 55 Servicios Básicos	121
Tabla 56 Material De Aseo	121
Tabla 57 Gastos De Constitución	122
Tabla 58 Resumen Gastos Administrativos.....	122
Tabla 59 Sueldo En Ventas.....	122
Tabla 60 Proyección De Sueldo En Ventas	123
Tabla 61 Publicidad	123
Tabla 62 Resumen Gasto En Ventas.....	124
Tabla 63 Gastos Financieros.....	124
Tabla 64 Interés De La Deuda	126
Tabla 65 Depreciación Y Amortización	126
Tabla 66 Resumen De Egresos	127

Tabla 67 Estado De Situación Financiera	128
Tabla 68 Estado De Resultados	128
Tabla 69 Flujo De Caja	129
Tabla 70 Costo De Oportunidad Y Tasa De Rendimiento Medio	130
Tabla 71 Valor Actual Neto	131
Tabla 72 Tasa Interna De Retorno	132
Tabla 73 Periodo De Recuperación	133
Tabla 74 Costo Beneficio.....	133
Tabla 75 Punto De Equilibrio	134
Tabla 76 Punto De Equilibrio En Unidades.....	134
Tabla 77 Resumen De La Evaluación Financiera.....	134
Tabla 78 Funciones Administrador.....	140
Tabla 79 Funciones Contador	141
Tabla 80 Funciones Operario.....	142
Tabla 81 Funciones Vendedor	143
Tabla 82 Valoración Impactos	147
Tabla 83 Impacto Económico	148
Tabla 84 Impacto Productivo-Empresarial	149
Tabla 85 Impacto Ambiental	150
Tabla 86 Impacto Socio-Cultural.....	151
Tabla 87 Impacto General.....	153

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1 Actividad Productiva.....	37
GRAFICO 2 Rentabilidad.....	38
GRAFICO 3 Presentación.....	39
GRAFICO 4 Precio de Venta	40
GRAFICO 5 Venta Semanal.....	41
GRAFICO 6 Precio de Producción.....	42
GRAFICO 7 Mercado de Comercialización.....	43
GRAFICO 8 Identificación de Género Masculino en la Familia	75
GRAFICO 9 Edad.....	76
GRAFICO 10 Utiliza Correa de Cuero.....	77
GRAFICO 11 Creación de la Empresa	78
GRAFICO 12 Frecuencia de consumo	79
GRAFICO 13 Diseño del Producto	80
GRAFICO 14 Expectativa del producto	81
GRAFICO 15 Inversión en la Adquisición de Correas	82
GRAFICO 16 Diferencias.....	83
GRAFICO 17 Conocimiento de una empresa similar	84
GRAFICO 18 Características de la correa a hora de comprar.....	85
GRAFICO 19 Precio a Pagar.....	86
GRAFICO 20 Tipo de Medio de Comunicación	87
GRAFICO 21 Macro localización	96
GRAFICO 22 Mapa Topográfico de la Ubicación del Proyecto.....	99
GRAFICO 23 Mapa Satelital de la Ubicación del Proyecto.....	100
GRAFICO 24 Diseño de las Instalaciones.....	103
GRAFICO 25 Flujograma de Procesos.....	107
GRAFICO 26 Organigrama.....	139

INTRODUCCIÓN

La presente investigación científica llamada Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de correas artesanales en la ciudad de Ibarra ha sido desarrollada bajo la modalidad de proyecto.

Ibarra, ciudad blanca a la que siempre se vuelve, capital de la provincia de Imbabura. Está ubicada a 115 Km. al noroeste de Quito a 125 Km, al sur de la ciudad de Tulcán, con una elevación de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y una temperatura promedio de 18°C.

Ibarra es una ciudad con más de cuatrocientos años de historia, también conocida como la capital de la provincia de los lagos, en la que conviven variedad de culturas que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura

Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita.

Quién llegue a Ibarra disfrutará de un ambiente plácido y paisajes en los que podrá, recrear la mente y la vista en sus parques, plazas, iglesias, museos, lugares tradicionales, lagunas, cascadas y cerros.

El estudio tiene como finalidad aprovechar la producción de correa artesanal de excelente calidad de un sector cercano al proyecto, como: La Esperanza, aportando con el fortalecimiento del ciclo productivo, donde la comercialización se dinamizará y se cubrirá la demanda que existe en la ciudad de Ibarra.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de correas artesanales en la ciudad de Ibarra.

Objetivos específicos

1. Realizar un diagnóstico situacional mediante la matriz AOOR que permita el análisis de las diferentes variables e indicadores con la creación de dicha empresa.
2. Estructurar un marco teórico que fundamente las bases y conceptos necesarios relacionados con los principales temas del proyecto de investigación.
3. Realizar un estudio de mercado para determinar las diferentes variables e indicadores en cuanto a la demanda, oferta, análisis de precios, entre otros aspectos.
4. Efectuar un estudio técnico que permitirá establecer la macro y micro localización, el tamaño óptimo de la planta, los recursos humanos, tecnológicos, procesos, la magnitud de los costos y las inversiones que deberán efectuarse a la hora de implementar la empresa.
5. Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad del presente proyecto con el fin de conocer y proyectar un presupuesto de inversión, a través del análisis financiero que permita determinar la rentabilidad del proyecto.
6. Elaborar la estructura organizativa para obtener una administración eficiente en la empresa y una jerarquización adecuada para una mejor funcionalidad.
7. Determinar los principales impactos del proyecto de investigación en el ámbito económico, productivo-empresarial, ambiental y socio-cultural, que provoca la producción y comercialización de correas artesanales.

METODOLOGÍA UTILIZADA

La metodología utilizada en el presente proyecto es de representación cualitativa y cuantitativa debido a que se realizó una recopilación de datos tanto para el estudio de mercado como para el estudio técnico, para determinar la demanda y la inversión del proyecto respectivamente.

Adicionalmente se aplicaron los métodos inductivo y deductivo en cada uno de los capítulos porque se buscó información experimental y de observación, así como información documental para sustentar la investigación.

Dentro del proyecto se utilizó las técnicas e instrumentos para la recopilación de datos a través de fuentes primarias, obtenidas de encuestas a los consumidores y entrevistas a los productores; además de fuentes secundarias obtenidas a través de libros, páginas web, cotizaciones que ayudaron al sustento de la investigación.

JUSTIFICACIÓN

El estudio a realizar se fundamenta en la creación de la empresa productora y comercializadora de correas artesanales en la ciudad de Ibarra, favorecerá al desarrollo del país con la generación de fuentes de empleo, brindando estabilidad económica y desarrollo económico, ya que genera ingresos contribuyendo con la matriz productiva. En cuanto a la sociedad brinda una mejor calidad de vida a los trabajadores de la empresa y le incentiva a la creación de nuevos proyectos. Además, se considera que la empresa las necesidades que existe en el sector, como es la insatisfacción del cliente por la calidad del producto, modelos y colores repetitivos. Este proyecto permitirá que esta actividad sea eficiente, de mayor calidad y por ende sea rentable, así también permitirá trabajar o tener convenios con clientes de otras provincias.

El presente estudio contribuirá con el desarrollo académico al ser un marco de referencia en cuanto a consultas e investigaciones, proponiendo una guía en cuanto a investigación de proyectos.

Finalmente se ha elegido a Ibarra como sede de producción y comercialización porque es una ciudad netamente comercial que día a día atrae a comerciantes provinciales. También se puede satisfacer la demanda insatisfecha de otras provincias, como las ciudades de Ambato, Latacunga, Quito ya que los comerciantes de este tipo de producto se concentran en la ciudad de Ibarra para adquirir dicho producto y este a su vez ser comercializado en las ciudades anteriormente mencionadas.

CAPITULO I

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Ibarra la Ciudad Blanca del Ecuador, es la capital de la provincia de Imbabura, está ubicada al norte del país con una superficie 1093.3 Km², una altura de 2.225 msnm y un clima templado seco una temperatura promedio de 18°C. De acuerdo a los últimos datos procedentes de la proyección al año 2015 la población del cantón alcanza 204.568 habitantes.

A nivel de la ciudad de Ibarra, no existen empresas que se dediquen a la producción de correas artesanales los mismos que por efecto de precio y desconocimiento de los habitantes de la ciudad vuelve necesario crear una empresa que produzca y comercialice correas artesanales. Lo que hace que este producto sea apreciado por propios y extranjeros ya que son de calidad.

La producción de correas artesanales no ha tenido trascendencia en el lugar a pesar de tener gran aceptación en el mercado, siendo esto fundamental para que la empresa tome camino hacia el objetivo de cubrir el mercado local, así como también cubrir la demanda insatisfecha garantizando calidad y confiabilidad de las correas artesanales, manteniendo los componentes del cuero sin utilizar maquinaria ya que esta daña la textura, el color, y demás componentes de este artículo.

La confección de artículos de cuero depende de varios insumos el principal que es el cuero, el cual proviene del mercado de Ambato. Los demás insumos tales como acabados, hebillas entre otros, son industria nacional, así como importada.

El establecimiento de una empresa productora y comercializadora de correas artesanales permitirá generar puestos de trabajo, así como también el desarrollo del sector del cuero para proveer de materia prima en la producción de correas, potencializando su comercialización.

1.2. Objetivos diagnóstico

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional que permita determinar las diferentes variables e indicadores para la creación de dicha empresa.

1.2.2. Objetivos específicos

- Establecer el área donde se va a realizar la investigación.
- Conocer las características del producto.
- Determinar los canales de distribución en la ciudad de Ibarra.
- Analizar la oferta actual.
- Identificar la demanda insatisfecha de este tipo de producto.
- Investigar la rentabilidad mediante procesos contables para identificar si el proyecto es factible.

1.3. Variables diagnósticas

- Área geográfica
- Producción
- Comercialización
- Oferta y demanda
- Contable- financiero

1.4. Indicadores

Área geográfica

- Ubicación
- Superficie
- Vialidad
- Servicios básicos

Producción

- Control de la materia prima
- Calidad de los productos
- Control de herramientas a utilizar
- Control de mano de obra

Comercialización

- Canales de distribución
- Control de calidad
- Tipo de mercado

Oferta

- Calidad del producto
- Constancia de oferta del producto

Demanda

- Gustos y preferencias
- Disponibilidad económica para el consumo
- Fidelidad del cliente
- Frecuencia del consumo

Contable- financiero

- Financiamiento
- Rentabilidad
- Costos
- Venta

1.5. Matriz relación diagnóstica

Tabla 1 Matriz relación diagnóstica

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN	SUJETO O FUENTES DE CONSULTA
Establecer aspectos área donde se va a realizar la investigación.	Área geográfica	Ubicación	Secundaria	Documental	Mapas del Ecuador
		Superficie	Secundaria	Documental	
		Vialidad	Secundaria	Documental	
		Servicios básicos	Secundaria	Documental	
Conocer las características productivas de la ciudad en relación al proyecto	Producción	Control de materia prima	Primaria	Observación	Localidad de la ciudad de Ibarra
		Calidad de los productos	Primaria	Observación	Localidad de la ciudad de Ibarra
		Control de herramientas a utilizar	Primaria	Observación	Localidad de la ciudad de Ibarra productores directos
		Control de mano de obra	Primaria	Observación	Localidad de la ciudad de Ibarra
Determinar los canales de distribución en la ciudad de Ibarra.	Comercialización	Canales de distribución	Primaria	Encuesta	Productores y comercializadores de correas
		Control de calidad	Primaria	Observación	
		Tipo de mercado	Primaria	Encuesta	Productores y comercializadores independientes

Analizar la oferta actual.	Oferta	Calidad del producto	Primaria	Entrevista	Productores directos
		Constancia de oferta del producto	Primaria	Entrevista	Productores directos
		Gustos y preferencias		Entrevista	Productores directos
Identificar la demanda insatisfecha de este tipo de producto.	Demanda	Disponibilidad económica para el consumo	Primaria	Observación	Habitantes de la ciudad
		Fidelidad del cliente	Primaria	Entrevista	Productores directos
		Frecuencia del consumo	Primaria	Entrevista	Productores directos
Investigar la rentabilidad mediante procesos contables para identificar si el proyecto es factible.	Contable-financiero	Financiamiento	Primaria	Entrevista	Productores directos
		Rentabilidad	Primaria	Entrevista	Productores directos
		Costos	Secundaria	Documental	Libros
		Venta	Secundaria	Documental	Libros

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

1.6. Identificación de las variables diagnósticas

1.6.1. Área geográfica

a) Ubicación

En una amplia y verde planicie a los pies del Volcán Imbabura, se encuentra Ibarra, ciudad de tradición española que goza de un clima privilegiado y en la que conviven variedad de culturas y razas que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura. Ibarra está ubicada en la zona norte de Ecuador a 115 Km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. La ubicación de la ciudad de Ibarra está casi a mitad de distancia entre Tulcán y Quito.

b) Superficie

Ibarra es una ciudad con más de cuatrocientos años de historia, también conocida como la capital de la provincia de los lagos, en la que cohabitan variedad de culturas que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura la cual cuenta con una superficie total de 242K².

c) Viabilidad

La ciudad cuenta con varias vías de acceso ya sea por la parte norte del país o por la parte sur ya que cuenta con una buena infraestructura vial de primer orden lo cual permite el acceso y la movilidad hacia cualquier parte del país lo que es más fácil de acceder a los lugares donde se va a realizar la recaudación de la materia prima.

d) Servicios básicos

El sector donde se va a realizar el estudio cuenta con los servicios básicos necesarios ya que es de mucha importancia que haya los servicios básicos como de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, teléfono entre otros.

1.6.2. Producción**a) Control de materia prima**

Para realizar el control de materia prima se debe tomar en cuenta que, para obtener un producto de calidad, la materia prima sea también de calidad para que el producto final sea muy apetecido por los propios y extranjeros.

b) Calidad de los productos

La calidad de los productos tendrá mayor trascendencia ya que son artesanales este tipo de producto debe ser conocido por la población Ibarreña ya que será un producto diferente a los que ya existen en el mercado.

c) Control de herramientas a utilizar

Las herramientas a utilizar deben ser netamente manuales no sean tecnificadas por los procesos que conlleva elaborar dichos productos de tal manera que estos sean bien elaborados.

d) Control de mano de obra

La mano de obra de este tipo de productos debe ser calificada y tener conocimiento en la elaboración y también aprovechar el conocimiento que posee el talento humano en los procesos de producción.

1.6.3. Comercialización

a) Canales de distribución

Establecer estrategias de distribución de manera que los productos sean comercializados coherentemente.

b) Control de calidad

Garantizar una producción de calidad para que el cliente se encuentre satisfecho ya que estos son exigentes en los productos artesanales, para poder aprovechar la demanda insatisfecha que existe en el mercado y además podrá alcanzar una ventaja competitiva.

c) Tipo de mercado

Establecer el mercado a que va dirigido este tipo de producto para poder cubrir la demanda insatisfecha.

1.6.4. Oferta

a. Calidad del servicio

Se deberá establecer estrategias para brindar atención preferencial donde se podrá fidelizar al cliente evitando que posibles competidores lleguen a invadir el mercado.

1.6.5. Demanda

a) Gustos y preferencias

Para las personas que compran este tipo de producto es de mucha importancia que sea a gusto del demandante y que prefiera comprar y además que estos sean asequibles.

b) Disponibilidad económica para el consumo

Es uno de los factores más importantes tanto para la empresa como para el público ya que es de esta manera que se podrá saber el tipo de preferencias de los consumidores para poder satisfacer las necesidades de esto y por otra parte poder ajustarse a la capacidad de gasto.

c) Fidelidad del cliente

La calidad de un buen servicio, así como también la calidad del producto hace que los clientes se fidelicen a comprar dicho producto y de tal manera que es muy importante para la empresa que haya clientes fieles y que gusten del producto.

d) Frecuencia del consumo

Los posibles clientes serán los que determinen la frecuencia de consumo de dicho producto lo cual generará un provecho o utilidad para la empresa con el fin de posicionarlo en el mercado de productos artesanales.

1.7. Mecánica operativa

1.7.1. Información secundaria

Para realizar este diagnóstico se obtuvo datos bibliográficos o documentales para recabar información acerca de:

- Datos geográficos de la ciudad de Ibarra como la ubicación, superficie y clima.
- Los datos como producción y comercialización.
- La información de oferta y demanda lo financiero.

1.8. Identificación de la población

La población objeto de estudio, son los productores de correa, que según datos proporcionados por el presidente de la Junta Parroquial de la Esperanza son 10 productores ubicados en la Parroquia Rural la Esperanza.

1.8.1. Cálculo de la muestra

Se aplicará un censo a los productores de correa ya que no se ha encontrado datos que existe una cantidad mayor a 10 productores de correa, y es de esta manera que se procede a realizar el respectivo censo.

1.9. Diseño de instrumentos de evaluación

Para obtener información a través del diagnóstico se utilizaron técnicas de investigación y son las siguientes.

1.9.1. Información primaria

Para la obtención de la información se diseñó una encuesta.

Encuesta

Para la realización de la investigación se aplicó un censo a la muestra de una población de 10 personas, la misma que contribuirá a la realización del estudio de mercado y poder determinar su factibilidad.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE CORREA

1 ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad de producción de correas?

Tabla 2 Actividad Productiva

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 10 años	1	10%
De 10 a 15 años	3	30%
De 15 años en adelante	6	60%
TOTAL	10	100%



GRAFICO 1 Actividad Productiva

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

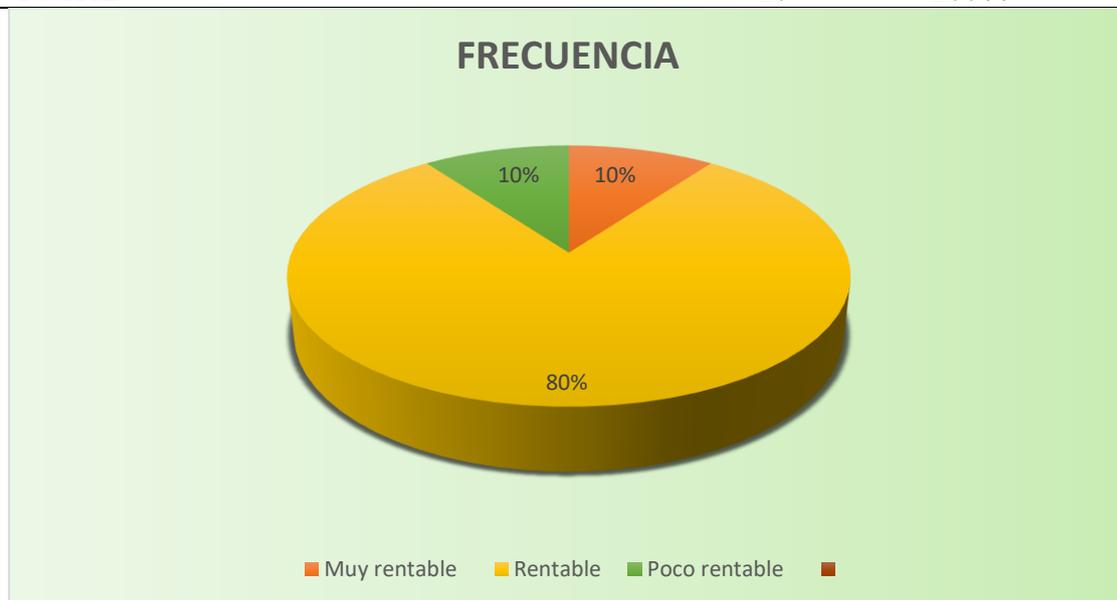
Año: 2016

Según la investigación realizada, la mayoría de productores de correas tienen una experiencia en el trabajo de confección de más de 15 años en la fabricación de este producto debido en que tiene una estabilidad el producto como también su precio, seguido están los productores de 10 a 15 años, debido a que desde hace mucho tiempo se va aumentando la demanda del producto, existen productores que tienen menos de 10 años los cuales han visto una oportunidad en este negocio dando una buena rentabilidad e ingreso a las familias ya que tiene una gran acogida en el mercado la producción de correas.

2 ¿La rentabilidad de la comercialización de correas es?

Tabla 3 Rentabilidad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy rentable	1	10%
Rentable	8	80%
Poco rentable	1	10%
TOTAL	10	100%

**GRAFICO 2 Rentabilidad**

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

Los productores de las correas artesanales en su gran mayoría ven en esta actividad que es rentable, debido a que se encuentra con muchos factores que afectan para aumentar los ingresos, en cambio otros productores consideran en el mismo porcentaje que es muy rentable y poco rentable debido a los malos manejos del cuero y de que existen pocos procesos que permitan minimizar costos.

3 ¿Qué presentación utiliza usted para la comercialización de la corre

Tabla 4 Presentación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
En cajitas de cartón	0	0%
En fundas personalizadas	10	100%
Fundas de plástico	0	0%
TOTAL	10	100%

**GRAFICO 3 Presentación**

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

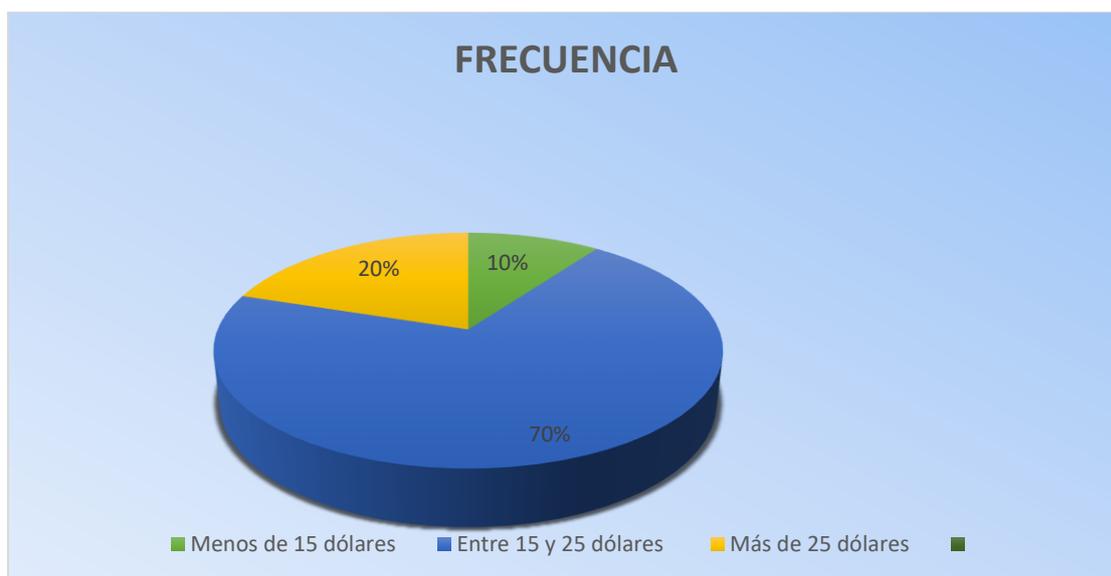
Año: 2016

Los productores de correas el 100% utiliza fundas personalizadas para la comercialización del producto ya que es de fácil manejo para el vendedor como también para el consumidor, dando así un trato adecuado al producto.

4 ¿El precio de venta de la correa en docenas es?

Tabla 5 Precio de Venta

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 15 dólares	1	10%
Entre 15 y 25 dólares	7	70%
Más de 25 dólares	2	20%
TOTAL	10	100%

**GRAFICO 4 Precio de Venta**

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

Según la información recolectada los productores tienen un precio de venta entre \$15 y \$25 dólares por docena determinando este valor en base del valor en mercado, como también hay productores que su precio es de mayor a \$25 dólares este valor se considera donde no interviene un intermediario, y en menor porcentaje existe productores que comercializan su producto en un valor menor a \$15 dólares por que su comercialización se realiza en su punto de trabajo.

5 ¿Qué cantidad de correas en docenas vende semanalmente?

Tabla 6 Venta Semanal

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 5 y 15 docenas	3	
Entre 11 y 16 docenas	5	
Entre 17 y 22 docenas	2	
Más de 22 docenas	0	
TOTAL	10	100%

**GRAFICO 5 Venta Semanal**

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

La cantidad de producción semanalmente que tiene los productores es de 11 y 16 docenas semanalmente, dependen de la frecuencia que demanda del producto en el mercado y la calidad del producto, seguido de quienes producen entre 5 y 15 docenas porque poseen producciones con menor cantidad debido a falta de personal, por ultimo una menor cantidad que produce semanal 17 y 22 docenas semanales debido a la extensión de producción y otros factores.

6 ¿Los precios de la correa que aspectos depende?

Tabla 7 Precio de Producción

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Por los costos	0	0%
Por el mercado	7	70%
Por la calidad	3	30%
TOTAL	10	100%

**GRAFICO 6 Precio de Producción**

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

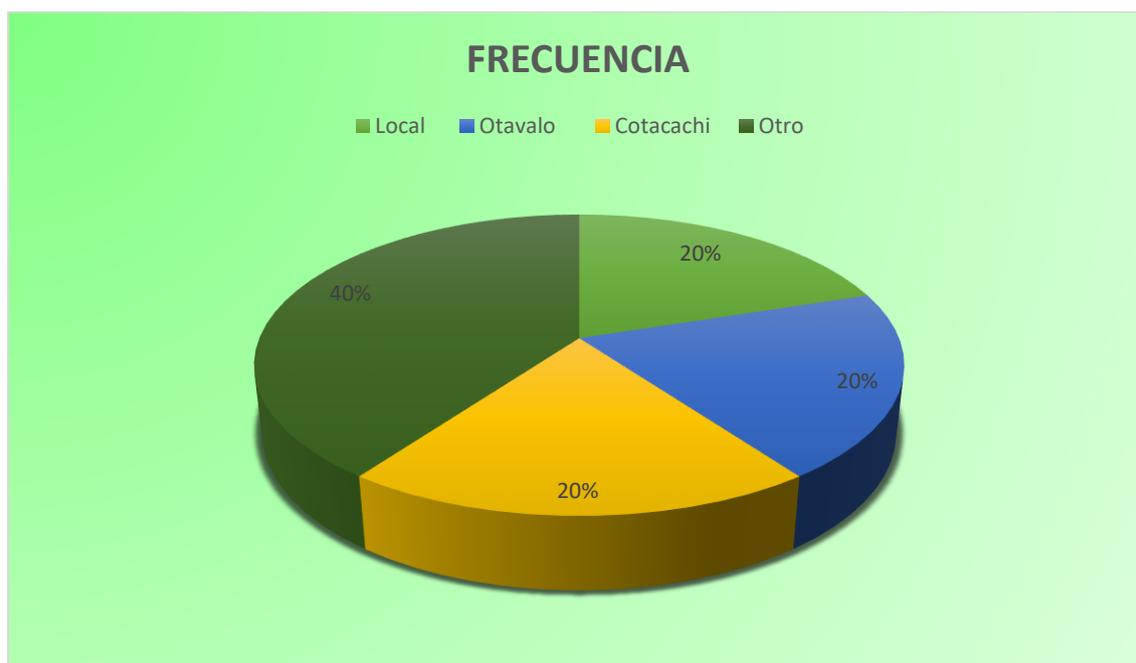
Año: 2016

La mayoría de productores de correas basan sus precios de las correas en base a la situación y análisis del mercado local donde existen muchos intermediarios y otros factores, como también otros productores tienen su precio de acuerdo a la calidad del producto terminado y la aceptación del mismo.

7 ¿Cuál es el mercado de comercialización de correas?

Tabla 8 Mercado de Comercialización

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Local	2	20%
Otavalo	2	20%
Cotacachi	2	20%
Otro	4	40%
TOTAL	10	100%

**GRAFICO 7 Mercado de Comercialización**

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

Según la investigación los productores de correas tienen otros mercados para realizar la comercialización de correas en vista de que tienen mayor aceptación del producto, seguido del mercado, seguido de los diferentes mercados como el local, Otavalo y Cotacachi donde el producto está obteniendo una aceptación buena

1.10. Construcción de la Matriz AOOD

Tabla 9 Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Existe producción de correas artesanales en la Ciudad de Ibarra, sus parroquias rurales y alrededores ✓ Los sectores donde se produce las correas están cerca del centro de comercialización del producto. ✓ Productores con capacidad de abastecer de correas artesanales al mercado local. ✓ La demanda de correas en la ciudad de Ibarra, no es cubierta por los productores ✓ Conocimiento de la autora para producir las correas ✓ Conocimiento de los canales de distribución ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El sector de productores de correas artesanales la mayoría no están organizados. ✓ Reducida la asistencia y capacitación en tecnificaciones, manejo de la materia prima y relaciones humanas a los productores. ✓ Los precios de las correas se establecen en la variación del mercado y sus factores. ✓ Restricciones a los créditos para la adquisición de la materia prima.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nuevas técnicas de manejo, perfeccionamiento y mejora a las correas de cuero. ✓ Alternativas nuevas de comunicación para la publicidad del producto. ✓ Aprovechar el crecimiento de la población y comercializar el producto a nivel regional. ✓ Incremento de la demanda a nivel nacional de las correas de cuero. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Impedimento por parte de las Instituciones Financieras para acceder a créditos a los artesanos. ✓ Situación económica del país ✓ La materia prima no adecuada en calidad por enfermedades de los animales

Elaborado por: Estefanía Navarrete
 Año: 2016

Tabla 10 Cruce Estratégico

Estrategias AO (Aliados y Oportunidades) A1 O2	Estrategias OO (Oportunidades y Oponentes)
<p>A1 O2 Aprovechar las nuevas técnicas, y perfeccionamientos de cuero para que los productores obtengan correas de alta calidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Acceso a las nuevas formas de publicidad en la Ciudad de Ibarra para incrementar la producción ✓ Crecimiento de la producción local y demanda a nivel nacional del producto por su calidad y diseño de la correa de cuero ✓ Capacidad de los productores para abastecer en el mercado local y nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formar una organización artesanal con el fin de mejorar la producción y la comercialización del producto. ✓ Aplicar un análisis estratégico mediante la publicidad para captar mayor el mercado regional ✓ Cuidar a los clientes sin desabastecer del producto buscando nuevos proveedores de materia prima.
Estrategias AR (Aliados y Riesgos)	Estrategias OR (Oponentes y Riesgos)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aprovechar la oportunidad de créditos gubernamentales a tasas bajas para evitar de caer a créditos con elevadas tasas de interés. ✓ Emplear tácticas con los productores de materia prima para evitar el desabastecimiento de la materia prima. ✓ Promocionar otras maneras de adquisición del producto para evitar que afecte la desaceleración de la economía. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener siempre satisfecho al cliente para obtener una fidelidad al producto e incrementar los ingresos. ✓ Establecer precios competitivos y reales a la economía del país para que el producto no tenga una caída en su comercialización ✓ Capacitación constante de los nuevos manejos y aplicaciones de producto a la materia prima para el mejoramiento del producto final.

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

1.11. Identificación de la oportunidad de inversión.

Después de haber realizado el diagnóstico situacional en la parroquia de La Esperanza y determinado los aspectos favorables y desfavorables para el proyecto, se puede manifestar que los productores de correa, desconocen la rentabilidad que genera la producción de correa, como también las técnicas adecuada para la producción.

Con esta premisa, se concluye que existe las condiciones óptimas en el sector para: **CREAR UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CORREAS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE IBARRA**, siendo promotores y ejemplo de nuevos emprendimientos para el sector.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estudio de factibilidad

(Ramirez Almaguer, 2011) define al estudio de factibilidad como “El análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, en cuales se debe desarrollar para que se a exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales.”

Un estudio de factibilidad nos ayuda a recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto para poder tomar la mejor decisión, si puede ser ejecutado, desarrollado o implementado.

2.2. La empresa

(Bravo M. , 2013) señala que: “La empresa es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad.”

El objetivo primordial de la empresa es la satisfacción de las necesidades de bienes y servicios de los consumidores en un lugar determinado, mediante una actividad económica de producción y comercialización.

2.2.1. Importancia

La creación de una organización o empresa es de suma importancia ya que es por si naturaleza es de obtener una rentabilidad, satisfacer las necesidades del consumidor.

El objetivo de la creación de una empresa es de obtener la mayor oportunidad en un mercado determinado con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor, como también una rentabilidad económica y financiera.

2.2.2. Elementos básicos de la empresa

Según (Hernandez, 2011, pág. 6) para entender que es una empresa se requiere conocer sus principales características.

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

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

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

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

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

Análisis

En general una empresa es un organismo social integrado por elementos humanos, técnicos y materiales cuyo objetivo principal es la obtención de utilidades, o bien la prestación de servicios a la comunidad, coordinado por un administrador que toma

decisiones en forma oportuna para la consecución de los objetivos para los que fueron creadas.

2.2.3. Clasificación de las empresas

(Bravo M. , 2013) indica que: Existen algunos criterios para clasificar las empresas;

Por su naturaleza

- Industriales
- Comerciales
- De servicios

Por el sector al que pertenecen

- Publicas
- Privadas
- Mixtas

Por la integración del capital

- Unipersonales
- Pluripersonales

- **Según su naturaleza**

Empresas industriales. -“empresas industriales son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.”

Estas empresas se dedican a la extracción de materia prima con la ayuda de máquinas y herramientas las cuales permitirán la transformación de materia prima en productos elaborados o terminados.

Empresas comerciales. - “son aquellas que se dedican a la compra-venta de productos, convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores.”

Estas empresas se dedican a la comercialización de productos y los cuales son los intermediarios de entre producto y consumidor.

Empresas de servicio. - “son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.”

Como menciona en el concepto anterior una empresa de servicios tiene como función principal brindar una actividad la cual beneficie a la sociedad, a su vez satisfaga y cumpla sus expectativas cubriendo una necesidad a cambio de un precio.

- **Por el sector al que pertenecen**

Empresas públicas. -: “son aquellas cuyo capital pertenecen al sector público (Estado).”

Las empresas públicas son de propiedad estatal ya que son estas las que se crean para el servicio a la sociedad y estas pueden ser de las alcaldías, parroquiales entre otras.

Empresas privadas. - “son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas)”

Las empresas privadas están constituidas por un capital de inversionistas o accionistas y estas tienen un fin de lucro lo que hace que dichas empresas tengan un aporte de capital que puede ser de personas naturales o jurídicas.

Empresas mixtas. - “son aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como al sector privado (personas jurídicas)”

Las empresas mixtas están constituidas por la unión de capitales tanto del sector público como del sector privado, así como ha sido mencionado en cada una de las características anteriores las cuales se ha definido a las empresas públicas y privadas

- **Por la integración del capital**

Unipersonales. - “son aquellas empresas que cuyo capital pertenece a una sola persona natural.”

Las empresas unipersonales se caracterizan por cómo están constituidas por una sola persona natural de tal manera que reúna las características necesarias para ejercer el comercio.

Pluripersonales. - “Son aquellas empresas cuyo aporte de capital pertenece a dos o más personas naturales.”

Una empresa pluripersonal cuyo capital se constituye por dos o más personas las cuales deben cumplir los requisitos a lo que corresponde la ley.

2.3. Artesanías

(Camarero, 2010, págs. 1202-1317) “artesanía se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se suele diferenciar del trabajo en serie industrial. Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo coste, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad. Otra dificultad para los artesanos es la forma de comercializar sus productos, ya que es una característica de la artesanía, que se realiza en talleres industriales o pocas personas, con poca capacidad para llegar al mercado.”

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

culturas de los distintos países ciudades y comunidades alrededor del mundo dando una identidad y diferenciándose de las demás culturas.

2.3.1. Definición del cuero

La página web (<http://deconceptos.com/general/cuero#ixzz3fydZrbsb>, s.f.) indica que “se denomina cuero, del latín “curium” que significa piel curada de los animales, al pellejo curtido de los animales, utilizado para la elaboración de productos, como carteras, calzado, tapizado de sillas y sillones, toldos, canoas, cantimploras, alfombras, tapices, en encuadernación de libros.

Este trabajo de curtido, que invita la putrefacción, se efectúa en las curtiembres, donde en general se le quita el cuero el pelo o la lana que recubre, los que comercializan como subproductos. El proceso consta de atapas, siendo la primera la limpieza (donde además de pelo, se quita los restos de carne y grasa) prosiguiendo con el recurtimiento, para finalizar con el acabado. Las curtiembres ocasionan gran contaminación ambiental. Es una capa de tejido vino, resistente y flexibles, que se separa del cuero animal, ya sean caballos, vacas, reptiles, cerdos, chinchillas, nutrias, ciervos, renos o tiburones. Fue usado para el hombre para cubrir su propio cuerpo y protegerse de las inclemencias del tiempo desde épocas prehistóricas.

Cuero crudo es aquel que ha sido tratado químicamente. Si se utiliza para curtido elementos vegetales, como el tanino, se denomina curtido vegetal. El cuero barnizado se denomina charolado.

En ciertos países como Cuba, Ecuador u Honduras de se denomina cuero a una especie de látigo utilizado para el azote de las bestias.”

El cuero se emplea como material primario para elaborar diferentes productos que deriva de esta materia muy importante en lo que es Sudamérica ya que somos un sector altamente

ganadero y fabricante de producto a base de cuero con gran valor agregado ya que son elaborados artesanalmente.

2.4. Requisitos para el funcionamiento de una empresa

(Cantos, E. Aguirre, 2008) los requisitos para que una empresa pueda funcionar son:

El registro único de contribuyentes: documento obligatorio para personas que realicen actividades económicas, el objetivo es registrar e identificar con fines impositivos para la administración tributaria.

Patente Municipal: es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.

Seguro: son sujetos de afiliación del Seguro Social obligatorio todos los empleados privados o particulares, para el cual deberá sacar el número patronal.

Licencia Sanitaria de venta: para productos alimenticios, los productos micro-empresariales y artesanales para que puedan distribuir sus productos.”

Para el funcionamiento de una empresa se debe cumplir con todos los requisitos en lo que las leyes del país tienen bien establecida y que las empresas puedan dar su servicio de una buena manera en el que el consumidor esté satisfecho.

2.4.1. Marco Legal

Según afirma (Edgar, 2012, pág. 16)“desde el momento que nace la idea del emprender una actividad económica es importante analizar que inciden en su funcionamiento y desarrollo, tales como el tipo de organización, los medios que cuenta, la localización de su sede y sobre todo la forma jurídica que regía los destinos en la vida social.”

2.4.2. **Normativa**

“La MICIP, se encarga del asesoramiento en la elaboración de solicitudes y certificados a los microempresarios previa la adquisición de la Licencia Sanitaria de Venta”

2.4.3. **Registro Sanitario**

“De acuerdo a Registro Sanitario señala en el Art.9 si se verifica que la microempresa dispone de una infraestructura para pequeña empresa podrá funcionar”

Dando énfasis a lo dicho anteriormente en los escritos se puede determinar que en las microempresas toda persona natural o jurídica que constituya u opere una Empresa, debe estar registrada en las Cámaras Cantonales, Parroquiales o comunales y con los respectivos permisos para poder funcionar correctamente y así de esta manera no tener inconvenientes.

La forma jurídica que se adopte, deberá estar en función directa de los intereses de sus propietarios y ajustados a la legislación vigente, que oriente la actividad económica que realiza y sus administradores conduzcan a esta, dentro de una organización empresarial legalmente constituida.

2.5. **Fundamentos de mercado**

2.5.1. **Estudio de mercado**

Según (Padilla, 2011, pág. 52), “el mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio.”

Al hablar de estudio de mercado se puede entender que es una investigación exhausta de parámetros y variables que define el éxito de un producto o servicio en el mercado, dependiendo de la oferta del producto, sus costos y la manera de abarcar el mercado.

2.5.2. Mercado Meta

(Fernandez, 2011) expresa: “Es el conjunto de personas hacia quienes van todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado.”

El mercado meta es una parte de los consumidores, los cuales poseen características similares, estos deben ser persuadidos para la compra mediante un plan de mercadeo.

Para tener éxito en el mercado de productos y servicios es importante definir exactamente el tipo de mercado meta al que se quiere llegar con el producto.

2.5.3. Definición de Mercado

Según (Armstrong, 2013) “el mercado es un conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un productos o servicio”.

El mercado es el lugar donde se encuentra oferentes y demandantes de productos y servicios, que necesitan adquirir o vender a precios determinados. Las influencias de fuerzas externas del mercado pueden generar cambios en la oferta, demanda y precios, estos se pueden variar mediante la aplicación y análisis de las variables del estudio de mercado.

2.5.4. La Oferta

Según (Ramos, 2012): “La Oferta es la cantidad de un bien o servicio que los productores planean comprar durante un periodo dado a un precio específico”.

La oferta es la cantidad de bienes o productos que ponen los productores en el mercado, esta variable genera cambios cuando se incrementa o disminuye debido a las fuerzas que opera en el mercado como son demanda, precio, publicidad entre los más importantes.

2.5.5. Análisis de la oferta Actual

Con este análisis se busca caracterizar la evaluación de la oferta, para lograrlo se requiere de:

- Obtener series estadísticas básicas de producción e importancia
- Cuantificación de la oferta existente
- Inventario crítico de los principales proveedores.

2.5.6. La Demanda

(Ramos, 2012) expresa : “La demanda es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores planean comprar durante un periodo de tiempo dado y a un precio específico”.

Se puede acotar que es una variable que representa los consumidores, los cuales necesitan de productos y servicios que satisfagan las expectativas y necesidades lo que dentro del mercado ayuda a identificar el perfil del consumidor.

2.5.7. Demanda insatisfecha

La página web Scribd (Vásquez, 2012) determina que: “Se llama demanda insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando es mayor que la Oferta.”

La demanda insatisfecha es aquella demanda que no ha sido cubierta es su totalidad por razones diversas como problema el precio, disponibilidad del espacio suficiente para cubrir necesidades.

2.5.8. Proyección de la Demanda

Según (Chamorro, 2010)“La proyección de la demanda muestra que cuanto mayor es el precio de un artículo, menor cantidad de ese bien está dispuesto a comprar los consumidores, y cuanto más abajo es el precio más unidades del mismo se demandarán.

Así pues, la proyección de la demanda muestra la relación entre el precio de un bien y la cantidad demandada.”

La proyección de la demanda será beneficioso para el desarrollo del proyecto ya que se conocerá los precios de la competencia se podrá analizar y comparar para de esta manera proyectar los posibles consumidores de las correas artesanales.

2.5.9. Inflación

(Aguirre, 2013)“La inflación es un fenómeno económico que se caracteriza por el incremento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios que produce la economía de un país. En esencia, se debe hablar de inflación solo cuando la mayoría de los precios aumenta constantemente y no cuando alguno aumenta en forma aislada. La inflación ocasiona que el poder adquisitivo o poder de compra del dinero disminuya”.

La inflación se refiere al incremento progresivo, constante generalizado del precio de bienes o servicios en un periodo de tiempo.

2.5.10. Producto

Para (Arboleda, 2010)“El producto es el resultado tangible de la acción de trabajo sobre y con los otros factores de producción, como medio que, en el momento y circunstancia dadas, permite satisfacer necesidades”.

El producto es un bien tangible o intangible y este que satisface alguna necesidad del consumidor y este a su vez debe ser de calidad y un precio justo.

2.5.11. Precio

Para (Baca U. G., 2013)“El precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio”.

Para poder comprar o vender un bien o servicio es importante determinar un precio basado en el juicio de los oferentes y lo que los demandantes puedan pagar por un producto.

2.6.11.1 Factores determinantes del precio

(Córdova P. , 2011, pág. 77) indica que: “el precio de venta depende de:

- Elasticidad – precio de la demanda
- Concepto de mercadotecnia de la empresa
- Estructura del mercado en cuanto oferta y número de consumidores.
- Fijación de precios oficiales.
- Tipo y naturaleza del mercado y sistema de distribución
- Estructuro de los costos de operación.
- Margen de rentabilidad esperada”.

Para determinar el precio se debe analizar ciertos aspectos para establecer el precio adecuado porque de dicha fijación y sus posibles variaciones dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer.

2.5.12. Comercialización

Según (Quintero, 2010, pág. 49)” se entiende por comercialización el conjunto de actividades relacionadas con las trasferencias de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final”

Se debe tomar en cuenta todos los aspectos necesarios para hacer llegar el producto hasta el consumidor final al hablar de comercialización.

2.6.12.1. Aspectos básicos de la comercialización

(Quintero, 2010, pág. 49) expresa: “La comercialización requiere de los siguientes aspectos:

- Distribución geográfica del mercado

- Requerimientos en la forma de presentación del producto.
- Canales de distribución disponibles.
- Controles estatales sobre comercialización.
- Condiciones especiales que requiere para lograr la introducción del producto en el mercado: medios de conservación, servicios técnicos, etc.

Perspectivas de mejoras a la comercialización con base en innovaciones tecnológicas.”

En la comercialización del producto se debe tomar e cuanta algunos aspectos que son muy necesarios para que faciliten la llegada del producto hasta el consumidor final.

2.5.13. Publicidad o propaganda

(Arboleda, 2010, pág. 57) Indica que: “Propaganda es cualquier forma pagada de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador indefinido.”

Todo tipo de negocio hace publicidad para dar a conocer su producto o servicio y esto se lo puede hacer a través de diferentes medios publicitarios.

2.6. Fundamentos técnicos

2.6.1. Estudio técnico

(Araujo ArÉvalo, 2012, pág. 57) define “el estudio técnico aporta información muy valiosa, cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva idea de operación, esto es: la tecnología, magnitud de los costos de inversión, los costos y gastos de producción, toso ello en función de un programa de producción.”

(Meza Orosco, 2013, pág. 23) indica “con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto.”

El estudio técnico consiste en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión y este va de la mano con el estudio de mercado los cuales ayudaría ya a la determinación de su viabilidad.

2.6.2. Macro localización

Según (Jácome, 2005) Indica que “La Macro localización se refiere a establecer con toda precisión el lugar geográfico donde va a llevarse a cabo el proyecto tomando en cuenta las siguientes consideraciones: Región, Provincia, Cantón; con el fin de mejorar la precisión es importante determinar las coordenadas geográfica, con lo cual se tiene una localización muy confiable.”

Analizando el concepto se refiere donde se ubicará el nuevo proyecto tomando en cuenta el entorno como es el consumidor el mercado; los costos que incurre en trasportes, la materia prima y otros recursos que tendrá la empresa para su ejecución de su negocio.

2.6.3. Tamaño Óptimo de la Planta del Proyecto.

(Baca G. , 2013, pág. 100) Expresa: “El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año, Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”.

Se puede destacar que para determinar el tamaño óptimo del proyecto es muy importante especificar se con este se lograr el costo mínimo. Esto ocurre cuando no existen dificultades para elegirlo y pudiese evaluar a distintas escalas de producción los diferentes costos.

2.6.3.1. Factores que determinan el tamaño del proyecto

(Córdova P. , 2011) afirma: “Las razones por las cuales se determina el tamaño de un proyecto son:

- Tamaño de mercado.
- Capacidad financiera.

- Disponibilidad de insumos, materiales y recursos humanos.
- Procesos tecnológicos”.

Además de conocer la demanda insatisfecha se debe considerar algunos aspectos adicionales para determinar el tamaño de un proyecto.

2.6.4. Localización

Según (Córdova M. , 2011, pág. 112) “es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo.”

Es el análisis de las variables económica, estratégicas e institucionales para la determinación del lugar más adecuado con el fin de maximizar la rentabilidad del proyecto.

2.6.4.1. Factores que influyen en la localización.

Según (Córdova M. , 2011, pág. 113) establece:

- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento.
- Factores ambientales.
- Cercanía del mercado.
- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Topografía de suelos.
- Estructura impositiva y legal.
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.
- Comunicaciones
- Posibilidad de desprenderse de desechos.

2.6.5. Macro localización

Según (Flores, 2007, pág. 49) en su obra afirma: “El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural, para que finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto”

Analizando el concepto se refiere donde se ubicará el nuevo proyecto tomando en cuenta el entorno como es el consumidor, el mercado, los costos que incurre en transporte, la materia prima y otros recursos que tendrá la empresa para su ejecución de su negocio.

2.6.6. Micro localización

Según (Flores, 2007, pág. 36) Afirma: “Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta e sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permita la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes”.

Se debe tomar en cuenta la situación geográfica se construirá la edificación los costos, el sector, servicios básicos, instalaciones y otras adecuaciones que tendrá el nuevo proyecto.

2.7. Estudio Financiero

Según (Bravo M. , 2009, pág. 191) da a conocer que: “Los estados financieros se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objetivo de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía”.

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

2.7.1. Inversión

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

2.7.1.1. Inversión fija

Según el autor con referente a la cita textual (Flores, 2007)“De acuerdo con las especificaciones obtenidas en el estudio técnico, se debe determinar los montos de

inversión y el cronograma de realización de compra de maquinaria y equipo, las instalaciones donde va a funcionar el proyecto, los muebles y enseres, los vehículos, las licencias, franquicia, derecho de explotación de subsuelo, adecuaciones de lo locales, los registros de marcas y patente, la constitución de las sociedades entre otros”

La inversión fija es todo lo tangible sujetos a depreciarse, entre las que s menciono, compara de activos fijos como terreno, obra civil, maquinaria, muebles y ensere, equipo de computación.

2.7.1.2. Inversión diferida

Según el autor con referencia a la cita textual (Flores, 2007) “hace referencia a los desembolsos que realiza una empresa para la puesta en marcha del plan de negocios, tales como: estudios técnicos, económico y jurídicos, gastos de creación y montaje, ensayos y puesta en marcha, pago por uso de marcas o patentes y gastos para la capacitación y entrenamiento del personal.”

Esta inversión representa toso lo que corresponde a lo intangible es decir lo amortizable, para dar cumplimiento el proyecto siendo utilizadas en el que concierne como: aspectos técnicos del proyecto y aspectos legales de constitución como trámites legales, permisos de funcionamiento, patentes municipales, permisos sanitarios.

2.7.2. Inversión variable (capital de trabajo)

Según (Flores, 2007) “corresponde al conjunto de recursos necesarios para la operación normal de una empresa en un tiempo determinado. Se define como la diferencia entre corrientes y pasivos corrientes”.

Según mi criterio la inversión variable es el dinero que se necesita para el desarrollo de las primeras actividades de la empresa, donde todavía no se genera ingresos por la propia actividad.

2.7.3. Estados financieros

Según (Zapata, 2008) dice “los estados financieros son reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad.”

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

2.7.4. Estado de situación inicial

Según (Zapata, 2008) “es un informe contable que presenta ordenadamente y sistemáticamente las cuentas del Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posesión financiera de la empresa en un momento determinado.”

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

2.7.5. Estado de resultados

Según (Zapata, 2008) “el estado de resultados muestra lo efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida; resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado”.

Se puede afirmar que el Estado de Resultados son todos los ingresos y egresos de la empresa ya sea operativos, como fiscales, donde se determina la posesión económica de la empresa en un periodo determinado.

2.7.6. Estado de flujo de caja.

(Aguirre, 2013) presenta: “se llama flujos de efectivo a las entradas (ingresos) o salidas (gatos o egresos) de dinero. Cuando el flujo de efectivo es un ingreso, sea una persona o una empresa se escribe consigo positivo, si el flujo es una salida se escribe con el signo negativo”

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

2.7.7. Evaluación de la inversión

2.7.1.1. Valor actual neto (VAN)

Según (Sapag, 2011, pág. 321) indica: “El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual”.

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

Formula del VAN

Matemáticamente se determina por la siguiente formula

$$\text{VAN} = \text{INVERSIÓN} + \frac{\sum \text{FCN}}{(1+i)^1} + \frac{\sum \text{FCN}}{(1+i)^2} + \frac{\sum \text{FCN}}{(1+i)^3} + \dots + \frac{\sum \text{FCN}}{(1+i)^n}$$

2.7.1.2. Tasa interna de retorno (TIR).

Según (Córdova P. , 2011) indica que la Tasa Interna de Retorno, refleja la tasa de intereso de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil.”

Tasa interna de retorno determina el rendimiento de una inversión en términos porcentuales, para que sea el proyecto posible. Es la tasa de descuento que hace que el valor presente de las entradas sea igual al valor presente de las salidas y que el valor presente neto sea igual a cero.

Formula del TIR

Matemáticamente se determina por la siguiente formula

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

2.7.8. Relación Beneficio costo

Para (Sapag, 2011) “la relación beneficio- costo compara el valor actual de los beneficios proyectado con el valor actual de los costos, incluida la inversión.”

Es la relación que se obtiene cuando el valor actual neto de la corriente de beneficio se divide por el valor actual de la corriente de costo, se aceptan proyectos con una relación mayor que uno.

Esto servirá para determinar cómo retoman los ingresos en función de los egresos proyectados en los flujos de caja.

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

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

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

Fórmula de cálculo

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1+i)}{\sum \text{Egresos} / (1+i)}$$

2.7.9. Periodo de recuperación de la inversión.

Para (Sapag, 2011) “el periodo de recuperación de la inversión tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión incluyendo el costo de capital involucrado.”

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

Fórmula de cálculo

$$\text{TIEMPO DE RECUPERACIÓN} = \frac{\text{Inversión}}{\text{Flujo Neto de Efectivo}}$$

2.7.10. Punto de equilibrio

Según (Chiliquinga, 2007) dice que: “es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde”.

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

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

Fórmula de cálculo

El punto de equilibrio puede calcularse mediante las siguientes formulas:

$$\text{P. E. DÓLARES} = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\frac{\text{COSTO VARIABLE}}{1 - \text{VENTAS}}}$$

$$P. E. UNIDADES = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{PV_u - CV_u}$$

2.7.11. Riesgos

Según (Baca G. , 2013) “determina con precisión cual es el nivel mínimo de ventas que siempre se debe tener”.

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

2.8. Aspectos organizacionales

2.8.1. Misión

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

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

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

2.8.2. Visión

Según (D´Alessio, 2008 , pág. 61) “la visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo. La visión en la proyección de cómo queremos ser y actuar en el futuro como empresa, mediante valores y principios que integran los miembros de una institución. Es la que señala el rumbo a seguir, alcanzando cambio, mejoras en los procesos y servicios”.

Se puede definir a la misión como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

2.8.3. Organigrama estructural.

Según (Cantos, Evaluación de Proyectos , 2008) indica que: “una vez definido en el estudio de operación el tipo de modelo de gestión que se aplica en el negocio, con base a los objetos planteados, se debe definir la estructura de la microempresa para que pueda llevar a cabo distintas responsabilidades que se derivan de su operación.”

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

En síntesis, nos muestra aspectos muy relevantes como, la división de funciones de una empresa, niveles jerárquicos, líneas de autoridad y responsabilidad, canales formales de comunicación y jefes de cada grupo de empleados en si es un diagnostico general de una empresa.

2.9. Impactos

Para (Jácome, 2005, pág. 117) “los impactos son posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto, es importante analizar su efecto cualificando y cuantificando, porque establecer las posibles bondades a los posibles defectos que tiene el proyecto.”

En todo proyecto se puede presenciar los impactos, es decir, consecuencia positiva de como beneficiamos o aportamos a la comunidad y consecuencias negativas la destrucción de la misma. Aquí podemos analizar el efecto causante en el medio a desenvolver.

También permite medir el grado de responsabilidad que se tiene con el entorno con relación al aspecto socioeconómico, cultural, ambiental y empresarial los cuales sirven de base para diseñar el plan de contingencia para dar prioridad en casos extremos.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El estudio de mercado es la parte más importante para el desarrollo de la investigación, ya que es de esta manera que podemos identificar la demanda insatisfecha en el mercado con el fin de determinar la cantidad y la calidad de la demanda de dicho producto y los futuros potenciales cliente, también poder determinar precios y la forma de comercialización, de esta manera determinar estrategias que permitan garantizar la producción y comercialización del producto u ofertar.

Este estudio permite determinar la viabilidad de que se verá reflejada en la actividad económica a realizar.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para determinar las diferentes variables e indicadores en cuanto a la demanda, oferta, análisis de precios, entre otros aspectos.

3.2.2. Objetivos específicos

- Identificar la demanda de producción de correas artesanales en la ciudad de Ibarra.
- Determinar la oferta existente de correas en la ciudad.
- Identificar el mercado objetivo.
- Establecer el precio de los productos a ofertantes.
- Determinar los canales de publicidad a utilizarse en la promoción de nuestro producto.

3.2.3. Matriz variables de mercado

Tabla 11 Matriz Variables de Mercado

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN	SUJETO O FUENTES DE CONSULTA
Identificar la demanda de producción de correas artesanales en la ciudad de Ibarra.	Demanda	Nivel de aceptación	Primaria	Encuesta	Población de la ciudad de Ibarra
		Tipo de correa preferente	Primaria	Encuesta	Población de la ciudad de Ibarra
		Características preferentes de la correa.	Primaria	Encuesta	Población de la ciudad de Ibarra
		Frecuencia de consumo	Primaria	Encuesta	Población de la ciudad de Ibarra
Determinar la oferta existente de correas en la ciudad.	Oferta	Número de productores de correas en Ibarra o Imbabura.	Primaria	Encuesta Investigación bibliográfica	Población de la ciudad de Ibarra Información del INEC, Cámara de Comercio
Identificar el mercado objetivo. Establecer el precio de los productos a ofertantes.	Mercado meta	Demanda insatisfecha	Primaria	Encuesta	Población de la ciudad de Ibarra
	Precio	Precio de venta Precio de compra	Primaria Primaria	Encuesta Entrevista	Población Dueños de empresas
Determinar los canales de publicidad a utilizarse en la promoción de nuestro producto.	Publicidad	Medios de comunicación	Primaria	Encuesta	Población
	Promoción	Clases de promociones	Primaria	Encuesta	Población

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

3.3. Identificación del producto

El proyecto que se describe en este estudio tiene como finalidad introducir las correas artesanales de cuero, elaborada en el cantón Ibarra destinados a una segmentación de población de nivel medio y alto que cuenta con preferencias para los nuevos productos que se elaboren. Con la forma de la elaboración y los procesos y la competencia se dará un valor agregado a los productos, efectuándose ya no solo a una simple correa si no en diferentes colores novedosos los cuales les atraiga a los jóvenes, niños y adultos.

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

3.4. Identificación de la población

La población a investigarse serán los posibles consumidores de dicho producto los cuales son la población de la ciudad Ibarra dando un total de 148.666 habitantes según datos tomados del INEC del censo 2010 y proyectados para el años 2016 que se ve reflejada en el siguiente Cuadro tomando como referencia el índice de crecimiento que es de 2,02% de la población de la ciudad de Ibarra esperada para el año 2016.

Tabla 12 Identificación de la Población

Años	Crecimiento poblacional
2010	131856
2011	134519
2012	137237
2013	140009
2014	142837
2015	145722
2016	148666

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

3.5. Identificación de la muestra

La muestra será tomada del total de la población de la ciudad de Ibarra es de 148.666 habitantes, los cuales será los posibles consumidores de correas artesanales de cuero.

3.6. Calcula del tamaño de la muestra

Para poder determinar los posibles consumidores se aplica la siguiente fórmula para obtener la muestra de estudio.

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

Donde

N = Población 148.666

Z= Nivel de confianza 1,96

δ = Varianza 0,50

E= Error 5%

n = Tamaño de la muestra

$$n = \frac{1.96^2 (0,25)(148.666)}{0.05^2 (148.666 - 1) + 1,96^2 (0,5)^2}$$

$$n = 383$$

3.7. Tabulación y análisis de la información

La tabulación y análisis de la información será mediante las encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra tomando una muestra de 383 personas cuyos resultados son los siguientes:

1.- ¿Cuántas personas de género masculino son en su familia?

Tabla 13 Identificación de Género Masculino en la Familia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	67	17%
2	134	35%
3	116	30%
4	33	9%
5 O mas	33	9%
TOTAL	383	100%

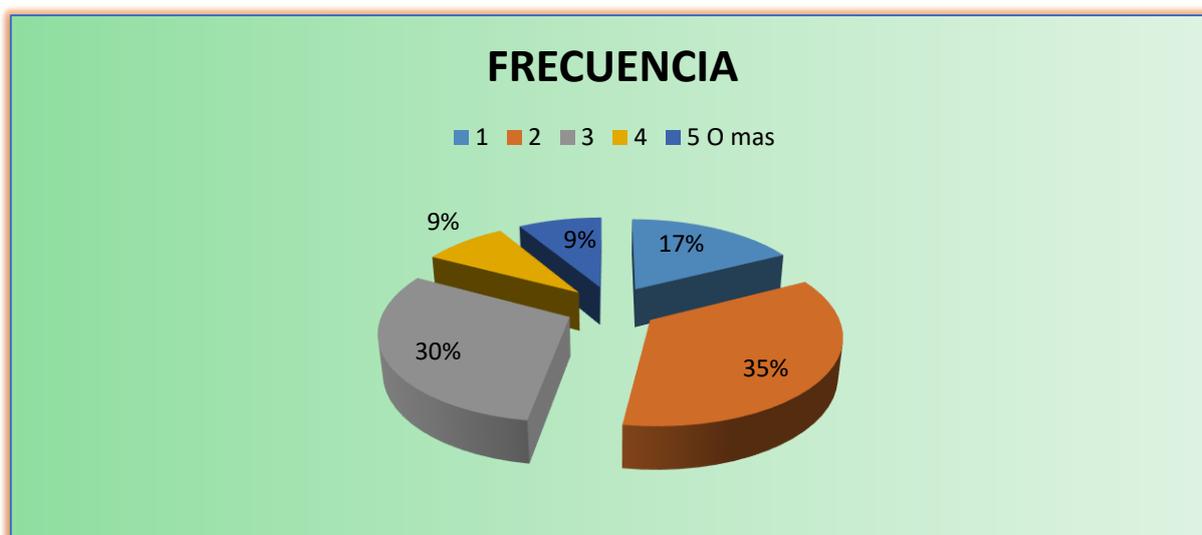


GRAFICO 8 Identificación de Género Masculino en la Familia

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

Análisis

En esta pregunta se puede apreciar que según la población investigada el número de personas de género masculino en su familia está entre 2 y 3 integrantes de familia esto nos indica que existe un mercado potencial de género masculino lo que se puede tomar decisiones en cuanto a la producción de correa artesanal y satisfacer una necesidad y las exigencias de los consumidores.

2.- ¿Entre qué edad se encuentran?

Tabla 14 Edad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
5 – 10 años	30	8%
11 – 16 años	55	14%
17 - 22 años	115	30%
Adulto	183	48%
TOTAL	383	100%

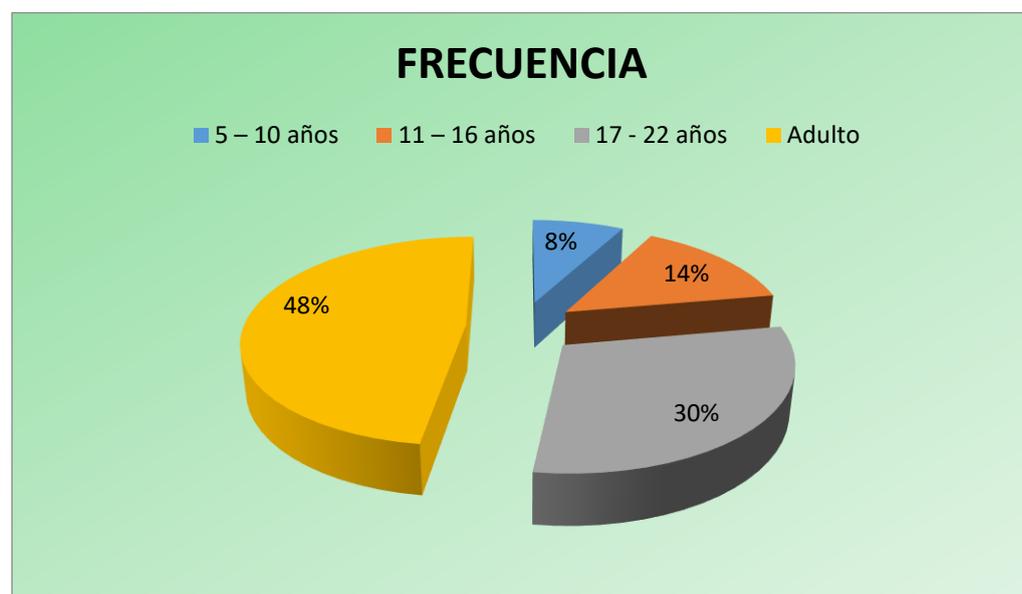


GRAFICO 9 Edad

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

Basándonos en los resultados de la pregunta 1 y argumentando el análisis tenemos que, en la mayoría de familias viven personas de género masculino en su mayoría que se ubican en una edad superior a los 17 años los cuales se los considerará como posibles consumidores de nuestro producto durante la vida útil del proyecto.

3.- ¿Los miembros de su hogar utilizan correas de cuero?

Tabla 15 Utiliza Correa de Cuero

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	271	71%
NO	112	29%
TOTAL	383	100

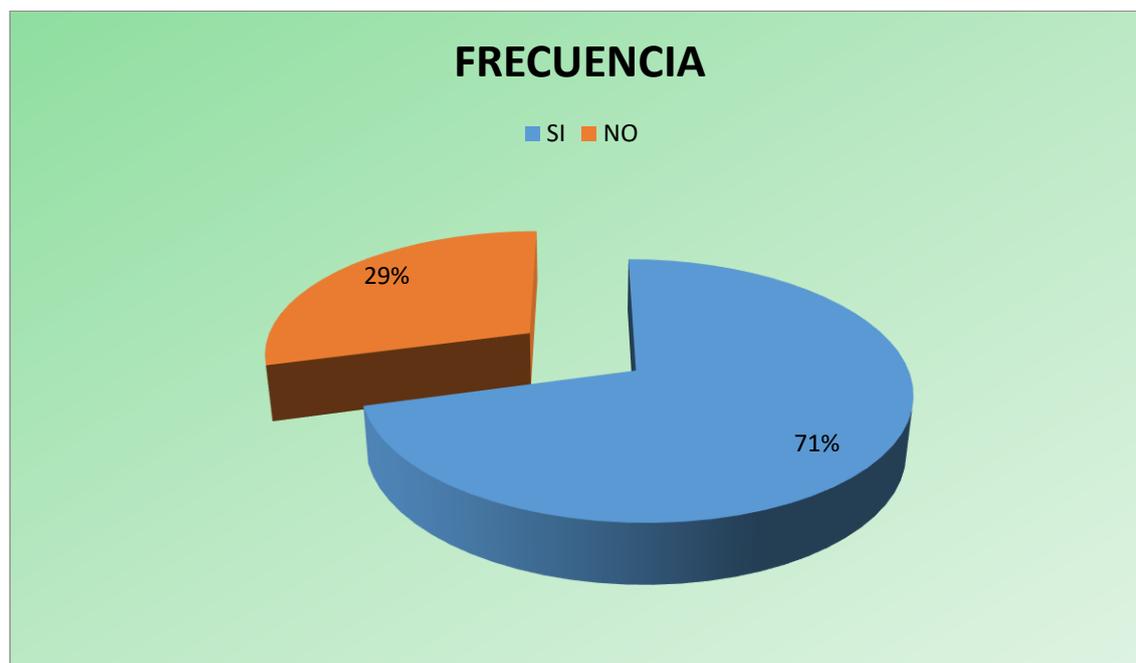


GRAFICO 10 Utiliza Correa de Cuero

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

De acuerdo a la población encuestada, la mayoría de miembros de las familias si utilizan correas artesanales de cuero, lo que hace que las personas que no utilizan este tipo de producto sean los potenciales demandantes del producto en el proyecto a realizarse.

4.- ¿Está de acuerdo con la creación de una empresa que confeccione correas de cuero en la ciudad de Ibarra?

Tabla 16 Creación de la Empresa

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	365	96%
NO	17	4%
TOTAL	383	100%



GRAFICO 11 Creación de la Empresa

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

Luego de aplicar las encuestas en su gran mayoría de los encuestados han indicado que están de acuerdo con la creación de una empresa que confeccione correas artesanales de cuero, lo que significa que hay una gran aceptación del producto, con la creación de la misma se pretende ampliar el mercado y llegar exclusivamente al género masculino.

5.- ¿Con qué frecuencia compra correa de Cuero?

Tabla 17 Frecuencia de Consumo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mensual	0	0%
Semestral	17	4%
Anual	283	74%
Otra	83	22%
TOTAL	383	100%

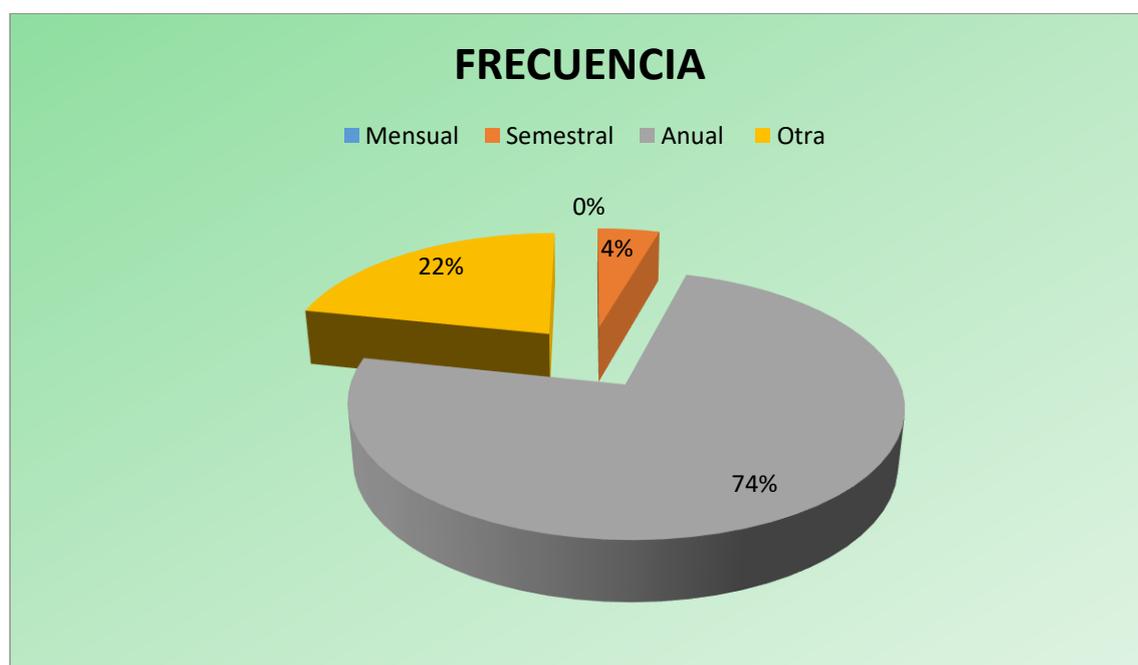


GRAFICO 12 Frecuencia de consumo

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

Con respecto a la frecuencia de consumo de las personas encuestadas manifestaron que lo realizan anualmente en su mayoría. Los encuestados señalaron también que adquieren correas de cuero pasado de un año. Esto se debe mejorar incentivando a los habitantes al consumo más frecuente de este producto.

6. ¿Cómo califica usted al diseño de una correa de cuero?

Tabla 18 Diseño del Producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
El producto es de mejor calidad	183	48%
El producto es de un precio accesible	33	9%
El producto es garantizado	100	26%
El producto es más resistente	67	17%
TOTAL	383	100%

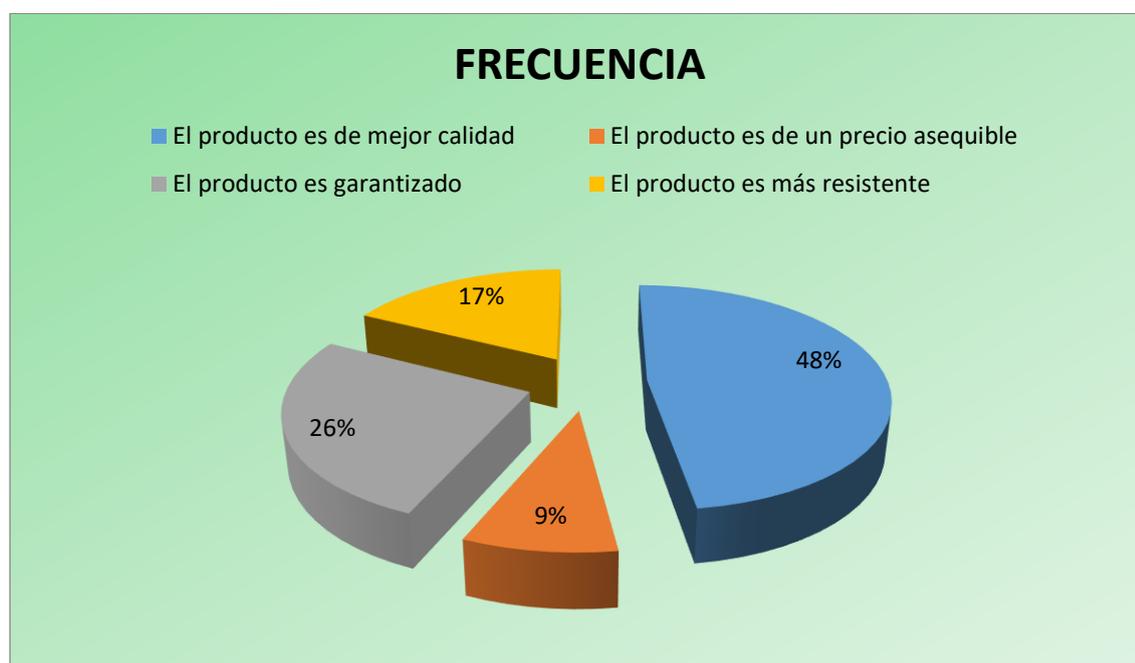


GRAFICO 13 Diseño del Producto

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

De la encuesta aplicada se obtuvo que uno de los factores importantes a la hora de calificar una correa artesanal es la calidad del producto el mismo que debería estar acompañado con la garantía del producto, su precio accesible y su resistencia todo esto proporcionaría una buena imagen ante los consumidores.

7. ¿Cree usted que las correas de cuero que compra cumple con sus expectativas?

Tabla 19 Expectativa del producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	137	36%
NO	246	64%
TOTAL	383	100%

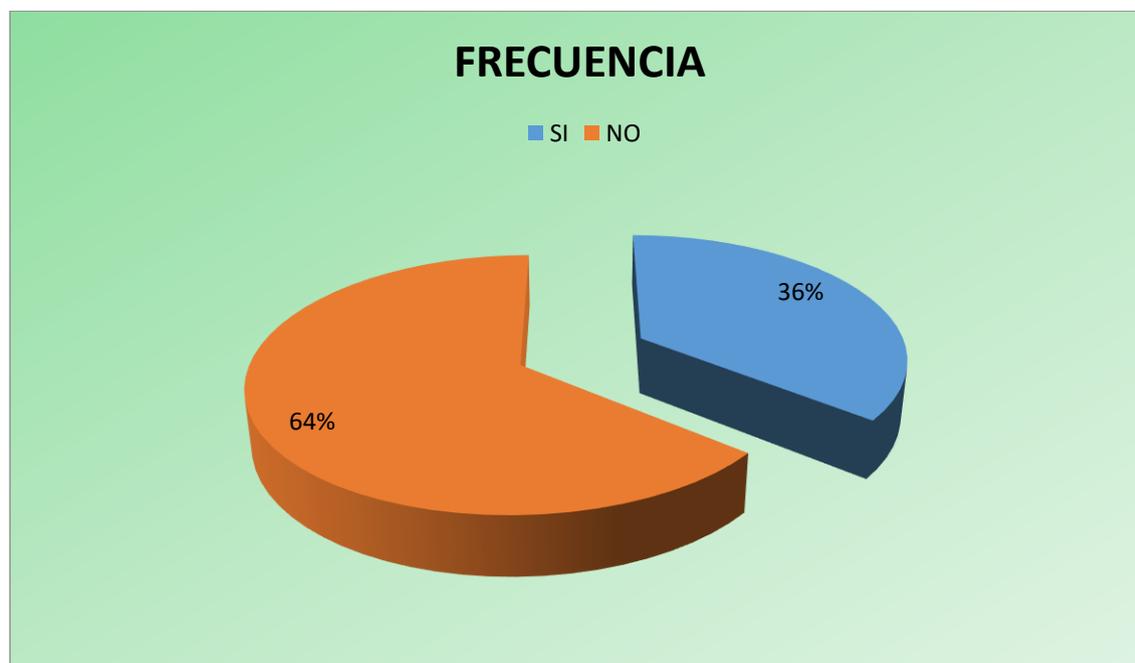


GRAFICO 14 Expectativa del producto

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

De acuerdo a las encuestas realizadas dentro de ella hombres y mujeres afirman que el producto que adquieren no cumple con sus expectativas ya que los productos que se ofrecen en el mercado local no están a las exigencias que el cliente pide a la hora de comprar que este sea de calidad y lo más importante que el producto sea duradero.

8. ¿Cuánto invierte en la adquisición de correas de cuero? Entre: (dólares)

Tabla 20 Inversión en la Adquisición de Correas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
5-8 USD	83	22%
9-11 USD	83	22%
12-13 USD	83	22%
14-17 USD	101	26%
Otro	33	8%
TOTAL	383	100%

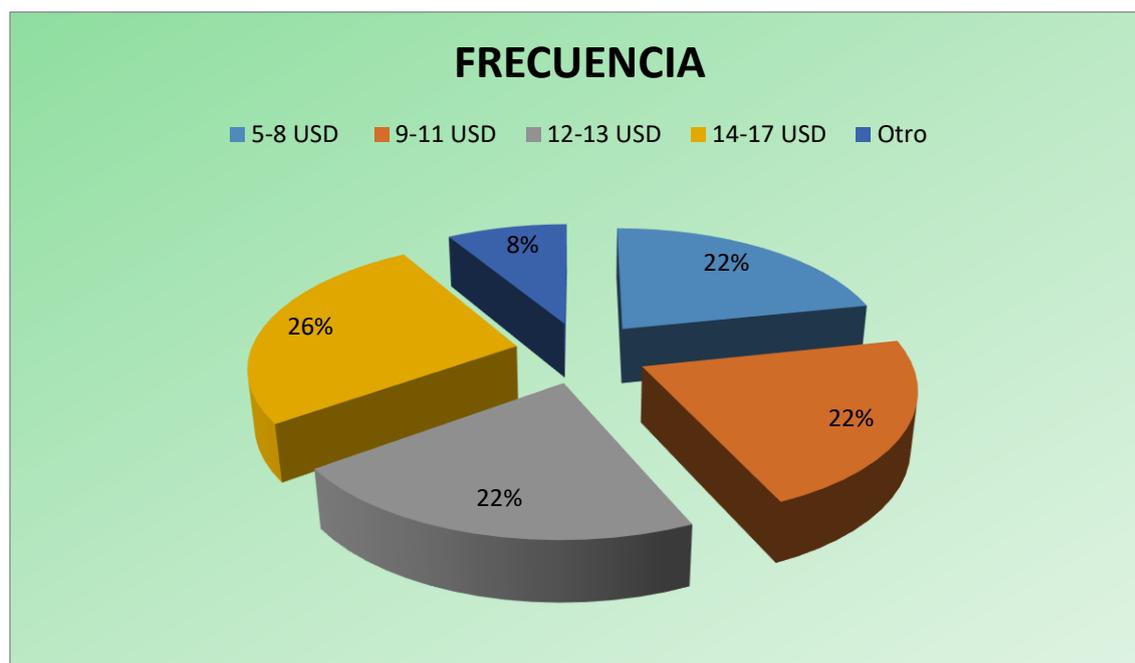


GRAFICO 15 Inversión en la Adquisición de Correas

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

Basándose a la encuesta establecida por la población de la ciudad de Ibarra, indica que la inversión de correas de cuero no varía en lo establecido en la encuesta ya que por parte de los consumidores de correas en su mayoría supieron decir que compran para todos los integrantes de la familia ya por temporada de entrada a clase es cuando compran.

9. Conoce usted la diferencia de las correas de cuero con las sintéticas o de otro tipo de material.

Tabla 21 Diferencias

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	283	74%
NO	100	26%
TOTAL	383	100%

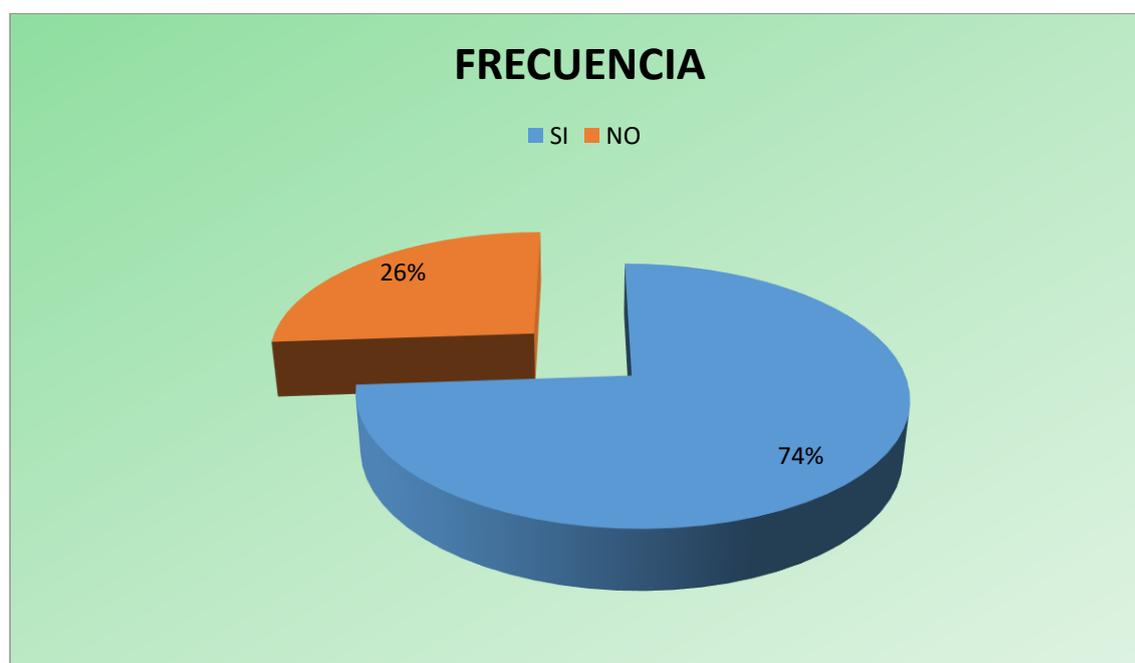


GRAFICO 16 Diferencias

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

Al aplicar las encuestas, en su mayoría de los encuestados supieron manifestar que si conocen la diferencia de una correa sintética de una de cuero por lo este aspecto es importante a la hora de comercializar las correas artesanales de cuero, por lo que las personas prefieren un producto de calidad y que se duradero.

10. ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique exclusivamente a la confección de correas artesanales de cuero?

Tabla 22 Conocimiento de una empresa similar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	62	16%
NO	321	84%
TOTAL	383	100%

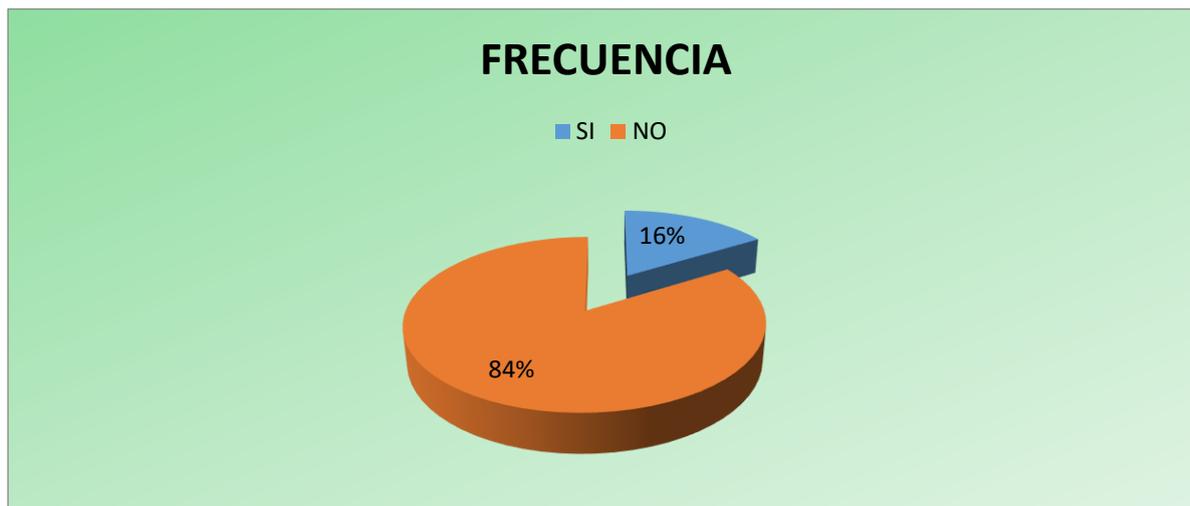


GRAFICO 17 Conocimiento de una empresa similar

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

De acuerdo a la encuesta realizada se puede determinar que el cantón Ibarra no existe competencia ya que la población investigada asume que no hay una empresa que se dedique exclusivamente a la confección de correas artesanales y los consumidores para poder conseguir este producto lo hacen en los pequeños productores ubicados en la zona rural la Esperanza es por esto que se llega a determinar que la empresa a crearse será la única la que proporcione una mayor ventaja

11. ¿En base a qué características elige correas de cuero a la hora de comprar?

Tabla 23 Características de la correa a hora de comprar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Calidad	217	57%
Precio	50	13%
Elegancia	116	30%
TOTAL	383	100%

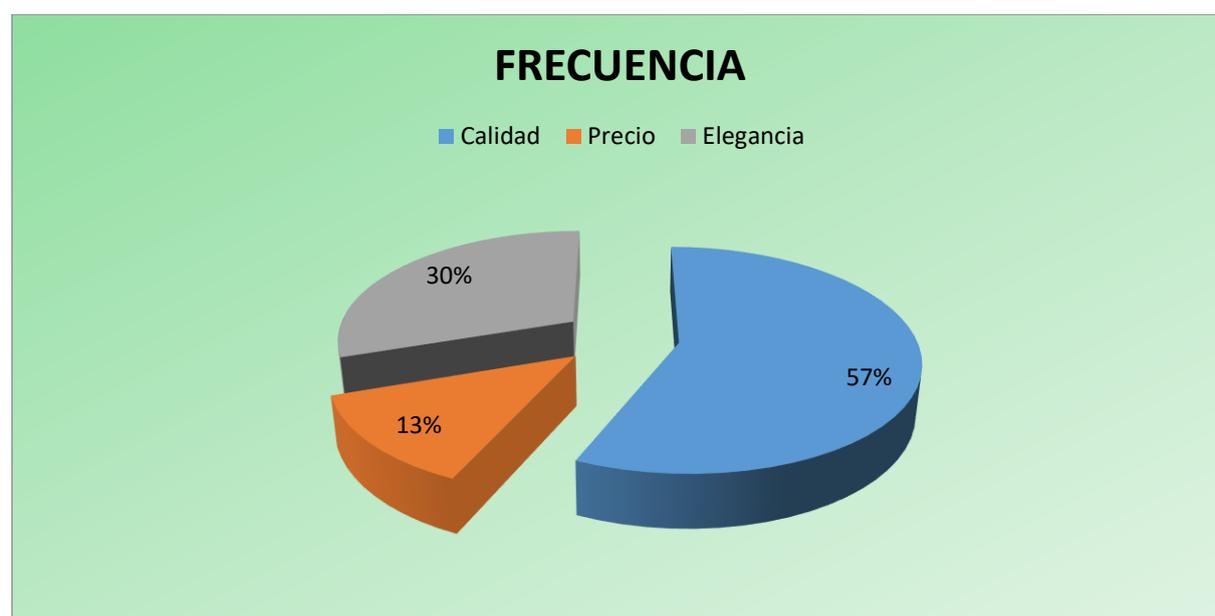


GRAFICO 18 Características de la correa a hora de comprar

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

En base a las encuestas realizadas en su mayoría de los encuestados indican que hacen su compra por su calidad y elegancia ya que estos factores son imprescindibles al momento de adquirir un producto según afirman los consumidores y como no del precio de los artículos, la cual nos permite como empresa conocer las exigencias del cliente y poner énfasis en estos aspectos relevantes en la confección del producto.

12. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una correa de cuero artesanal?

Tabla 24 Precio a pagar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
5-10 USD	116	30%
11-15 USD	184	48%
16-20 UDS	83	22%
TOTAL	383	100%

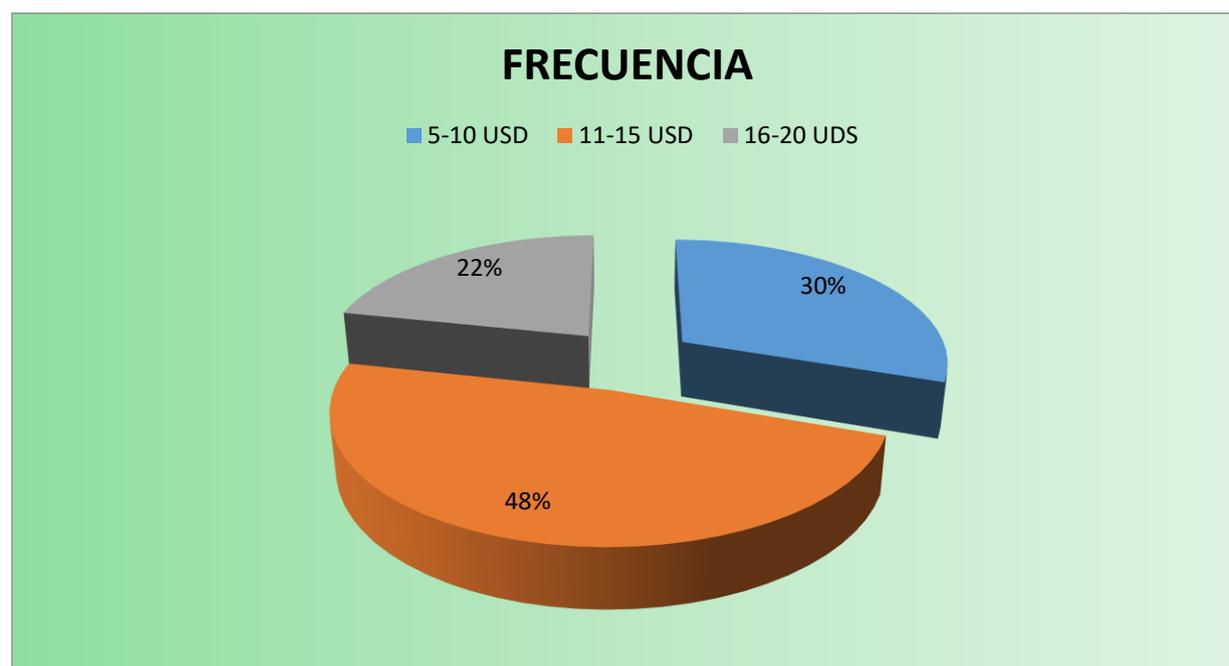


GRAFICO 19 Precio a Pagar

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

En cuanto a los costos del producto el 48% de las personas están dispuestos a pagar por correa en un promedio de USD 13 lo que significa que el precio es accesible para los consumidores, además expresan que es un precio razonable, la empresa deberá analizar muy bien los costos para que tenga una rentabilidad razonable.

13. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría enterarse de las correas de cuero artesanales?

Tabla 25 Tipo de Medio de Comunicación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Volantes	17	4%
Radio	0	0%
Televisión	67	18%
Prensa	0	0%
Internet	299	78%
TOTAL	383	100%

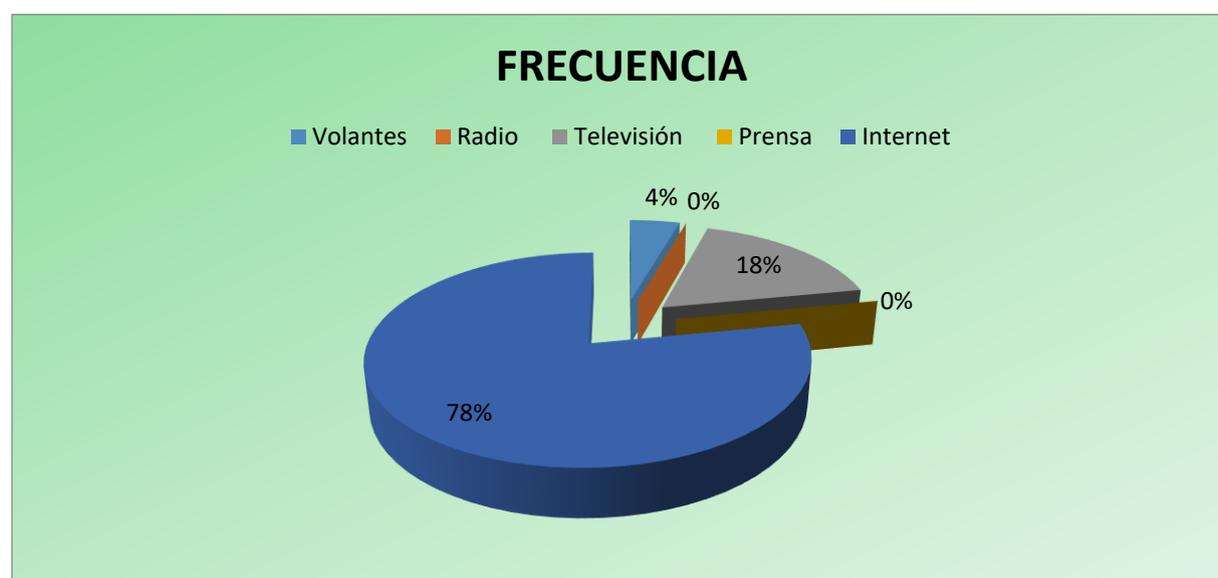


GRAFICO 20 Tipo de Medio de Comunicación

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

Por lo general las personas encuestadas están relacionadas con el internet ya que es el medio por el cual están más familiarizados y es así que se conoce de las nuevas promociones, nuevo producto, según las menciones de las personas la prensa escrita y la radio son medios que permiten estar más informados.

2.7.1. Resumen de la encuesta

En el análisis de la encuesta realizada a la población económicamente activa se hace referencia a la edad en la que se encuentra los miembros de la familia de género masculino, lo que busca identificar si la población está de acuerdo con la creación de la empresa de producción de correas artesanales, la cual busca satisfacer al cliente con un producto de calidad.

También lo que se buscó en la encuesta es saber si la población prefiere un producto de calidad y que esté al alcance o un producto que no sea de calidad y la población encuestado supieron manifestar que es de preferencia un producto de calidad con precios accesibles.

Para estar informado de la creación de la empresa prefiere que este sea publicado por internet ya que es las personas encuestadas esta relacionadas con el internet el cual facilita estar informados.

3.8. Mercado meta

El mercado meta para las correas artesanales será la población de la ciudad de Ibarra de estrato social medio y alto considerados consumidores potenciales, en futuro se planea introducir el producto hacia diferentes zonas de la sierra del país.

3.9. Tipo de segmentación de mercado

En el presente proyecto de estudio de factibilidad, la producción de la empresa será direccionada hacia el consumo local. La producción de correas artesanales está dirigida a las personas de género masculino del cantón Ibarra. El producto será destinado a consumidores de toda edad, estratos sociales medio y alto

3.10. Análisis de la oferta

3.10.1. Identificación de la oferta actual

Para el análisis de la oferta, se realizó un previo estudio de mercado con una encuesta a los productores correas del cantón Ibarra, donde los resultados de dicha encuesta permitirá determinar con mayor facilidad el comportamiento de la oferta actual y a futuro, así como también conocer cuál es el posible mercado potencial se determinó a través de la pregunta N° 5 de la encuesta realizada a los productores de la parroquia rural la Esperanza la cual consta en el primer Capítulo I Diagnostico Situacional

Tabla 26 Oferta Actual

PRODUCCIÓN PROMEDIO	NÚMERO DE PRODUCTORES	CANTIDAD UNITARIA MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
10	3	360	4.320
13	5	780	9.360
20	2	480	5.760
22	0	0	0
TOTAL			19.440

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

3.10.2. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta de correas artesanales se obtuvo aplicando la tasa de crecimiento manufacturera, que es de 3,25% con una proyección a cinco años, la cual se verá reflejada en la siguiente tabla.

Tabla 27 Calculo de la proyección de la oferta

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
DEMANDA CORREAS	19.440	20.072	20.724	21.398	22.093	22.811
TASA DE CRECIMIENTO	3,25%	3,25%	3,25%	3,25%	3,25%	3,25%
DEMANDA INCREMENTAL		632	652	674	695	718
TOTAL	19.440	20.072	20.724	21.398	22.093	22.811

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

3.11. Identificación a de la demanda

Con el análisis de la demanda se podrá describir las necesidades o requerimiento, dudas falencias en los procesos para la creación de la empresa de productora y comercializadora de correas artesanales y los requerimientos en cuanto a calidad, precios al momento de adquirir el producto.

3.11.1. Características de los consumidores

Los consumidores del Cantón Ibarra ante todo prefieren la calidad del producto, es decir que el producto a ofertar debe ser dirigido de acuerdo a las características del consumidor. Además, no acostumbran adquirir un producto muy costoso ya que muchos de ellos lo compran en familia.

3.11.2. Análisis de la demanda

De acuerdo a la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Ibarra en su mayoría han manifestado que desearían que exista una empresa de este tipo, y es así de esta manera que se podrá obtener los posibles demandantes del producto y se toma como referencia a los 148.666 habitantes proyectados al año 2016, con las diferentes encuestas se determinó que el 71% de los encuestados si utilizan correas artesanales. Lo que es muy significativo para el proyecto dando como un resultado de los posibles consumidores del total de habitantes de la ciudad sería 105.553.

Tabla 28 Crecimiento Poblacional

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
CRECIMIENTO POBLACIONAL	131856	134519	137237	140009	142837	145722	148666

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

Tabla 29 Posibles Consumidores

POBLACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
UTILIZAN CORREAS	105.553	71%
NO UTILIZAN	43.113	29%
TOTAL	148.666	100%

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Fuente: Encuesta

Año: 2016

3.11.3. Proyección de la demanda

El factor principal para proyectar la demanda es la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra según el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) es 2,02%.

Calculo de la proyección de la demanda

Para el cálculo de la proyección de la demanda se tomó en cuenta de las encuestas realizadas de la muestra el 71% utilizan correa y se proyectó con total de la población de la ciudad de Ibarra lo que se puede observar en el cuadro siguiente como es el cálculo de la proyección de la demanda se multiplica la frecuencia de consumo que son los que utilizan correa, por lo porcentajes semestral, anual, más de un año respectivamente y saldrá en resultado de la proyección de la demanda de forma anual.

Tabla 30 Proyección de la Demanda

DETALLE	A		B	C
	PERSONAS ENCUESTADAS CON REFERENCIA A LA POBLACIÓN	PORCENTAJE	FRECUENCIA DE CONSUMO ANUAL	CONSUMO DE LA POBLACIÓN
				MULTIPLICAR (A*B)
MENSUAL	0	0,0%	12	-
SEMESTRAL	4.685	4,4%	2	9.370
ANUAL	77.993	73,9%	1	77.993
MAS DE UN AÑO (año y medio)	22.874	21,7%	0,80	18.190
	105.553	100,0%		105.553

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

Tabla 31 Demanda de Correas

			2,02 Índice de crecimiento poblacional			
AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
DEMANDA CORREAS	105.553	107.685	109.861	112.080	114.344	116.653
TOTAL	105.553	107.685	109.861	112.080	114.344	116.653

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

La demanda de las correas artesanales de cuero en el presente estudio estará constituida de personas de género masculino de toda edad donde se hace una proyección de 5 años y en la cual se puede observar en el cuadro y el desarrollo de la proyección.

3.12. Demanda insatisfecha

En este ítem se determinó la existencia de mercado para la correa o demanda potencial a satisfacer, comparando la demanda con la oferta real.

Tabla 32 Demanda Insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA	2016	2017	2018	2019	2020	2021
DEMANDA REAL	105.553	107.685	109.861	112.080	114.344	116.653
(-) OFERTA REAL	19.440	20.072	20.724	21.398	22.093	22.811
(=) DEMANDA INSATISFECHA	86.113	87.613	89.136	90.682	92.251	93.842

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

Como se puede considerar en la tabla anterior existe un mercado a satisfacer muy significativo que puede captar el proyecto.

3.13. Demanda a captar por el proyecto

La demanda a captar por el proyecto tiene relación con la capacidad de producción de la empresa, representada en número de correas a producir con sus respectivos porcentajes y proyecciones a cinco años.

Tabla 33 Demanda a Captar

AÑOS	0	2017	2018	2019	2020	2021
DEMANDA INSATISFECHA	86.113	87.613	89.136	90.682	92.251	93.842
PRODUCCION EMPRESARIAL	-	19.358	19.987	20.637	21.308	22.000
PORCENTAJE A CAPTAR	0,00%	22,09%	22,42%	22,76%	23,10%	23,44%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

En el cuadro anterior se puede apreciar que el proyecto podría satisfacer aproximadamente 22,09% en el primer año considerando que la competencia cubre un parte de la demanda de correas artesanales, sin embargo, existe la posibilidad de seguir incrementando en años futuros debido a que existe una cantidad considerable de demanda insatisfecha en el mercado y esto se logrará, ya que la empresa contará con la capacidad instalada necesaria para poder cubrir dicha demanda.

3.14. Análisis del precio

Para el análisis del precio de la correa se aplicó una investigación de campo a través de encuestas y observación directa a los productores de correas que la correa por unidades es 2,00 UDS cada una al por mayor debido a que depende de varios factores como: la temporada de entrada clase, presentación, calidad, entre otras. De ahí se determina el precio de la correa.

3.15. Proyección del precio

Para la proyección del precio se tomó en cuenta el precio de la correa que venden los productores de dicho producto y en base a eso se realizó la proyección en base a la inflación del último año que es el 3,08%, que se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 34 Proyección del Precio

PROYECCIÓN DEL PRECIO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
PRECIO DOCENA	20,00	20,62	21,25	21,91	22,58	23,28
PRECIO UNIDAD	1,67	1,72	1,77	1,83	1,88	1,94

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

3.16. Conclusiones del Estudio de Mercado

Finalizado el estudio de mercado se ha obtenido los principales hallazgos de las variables analizadas.

- De la investigación realizada se llega a concluir que la demanda se encuentra insatisfecha, debido a que no existe en la ciudad de Ibarra empresas que se dediquen a la producción y comercialización de correas artesanales y es por eso que la demanda es significativa por parte de las familias de la ciudad de Ibarra, mantienen un consumo de una por año por tanto el proyecto planteado es atractivo.
- A través de la investigación se puede notar que no existe competencia significativa, puesto que no existen empresas dedicadas a producción y comercialización de correas artesanales solo existe pequeños productores que comercializan correa y dichos productores no satisfacen la demanda actual.
- Este estudio de mercado permite reconocer los clientes potenciales los cuales con hombres de toda edad y cuáles son los productos que se comercializan de acuerdo a las preferencias de los clientes dando, así como resultado la preferencia por la correa artesanal.
- El precio de correa artesanal se determina de acuerdo a los costos, es decir la materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación y la utilidad.
- En el mercado se encuentran diferentes presentaciones de la correa y en diferentes materiales, pero las más comercializada es la correa de cuero.
- Finalmente se determinó una gran aceptación de los clientes en comprar el producto como son las correas artesanales, que se ofertará en la ciudad de Ibarra.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Antecedentes

El presente capítulo está enfocado en determinar la macro y micro localización del proyecto, así como también establece los requisitos de infraestructura y determinar el mejor lugar donde se puede ubicar la empresa. Se determinará el tamaño del proyecto una vez analizada la demanda insatisfecha a cubrir obtenida en el estudio de mercado y tomando en cuenta la capacidad instalada que tendrá la planta a instalarse.

En la ingeniería del proyecto se procura establecer los procesos de producción y comercialización del producto como son las correas artesanales, para poder lograr la eficiencia y eficacia y provisión de recursos para contar siempre con la calidad del producto, así como también se establecerá la distribución de la planta y se dará a conocer los materiales e insumos con sus respectivos precios.

Se conocerá el Talento Humano que demandará para llevar a cabo el proyecto, si dispondrá de materia prima con sus proveedores, una vez analizado lo anteriormente mencionado se obtendrá un presupuesto técnico para poder determinar la inversión que tendrá el proyecto, describiendo a su vez cuanto capital va a ser propio y cuanto financiado por alguna institución financiera, conociendo el capital de trabajo y vez determinar el manejo del financiamiento del mismo, tomando en cuenta las condiciones en las que darían un crédito a la empresa las instituciones financieras de la ciudad de Ibarra

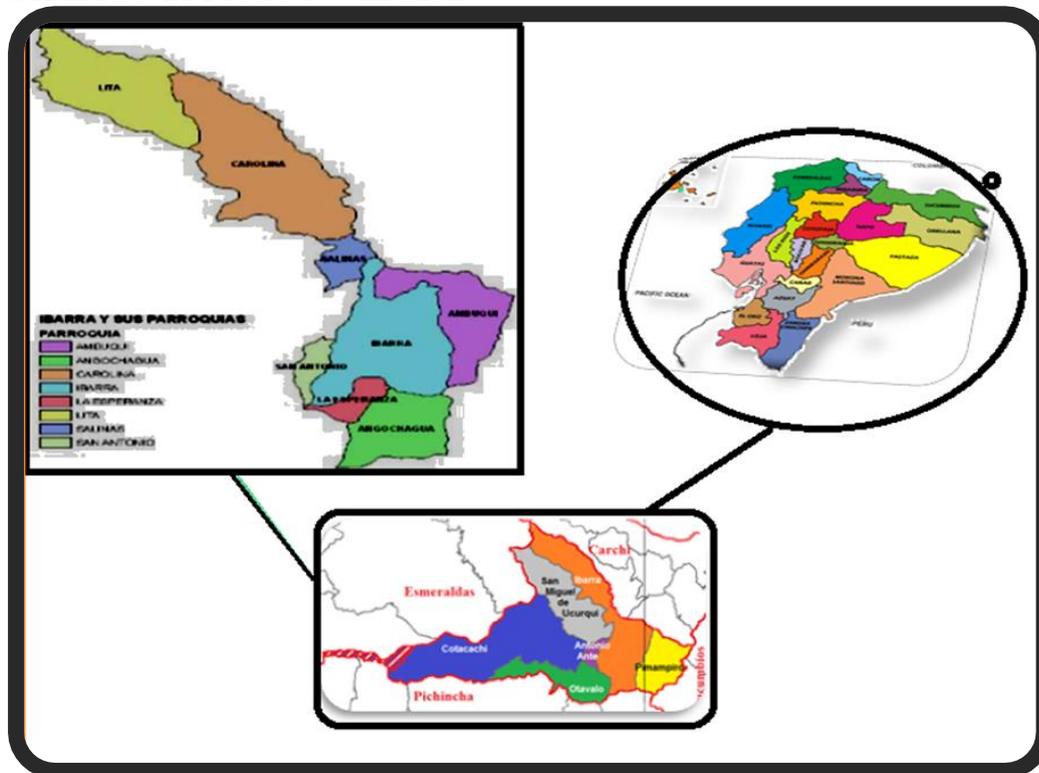
4.2. Localización del proyecto

4.2.1. Macro localización

La macro localización de la empresa productora y comercializadora de correas artesanales estará ubicada:

- **País:** Ecuador.
- **Región:** Sierra
- **Provincia:** Imbabura
- **Cantón:** Ibarra

GRAFICO 21 Macro localización



Fuente: Google

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.2.2. Matriz de Factores

Identificación de los posibles lugares

- Caranqui
- Yacucalle
- Los ceibos

Análisis de los factores intervinientes

- Costos y medios de transporte
- Costos y disponibilidad de mano de obra
- Disponibilidad de materia prima
- Infraestructura
- Cercanía del mercado
- Ambiente
- Comportamiento de la competencia

4.2.3. Diseño de la matriz de evaluación

Tabla 35 Matriz de Evaluación

FACTORES	PESO	Sector de Caranqui		Sector de Yacucalle		Sector de Ceibos	
		Punt.	Pond.	Punt.	Pond.	Punt.	Pond.
Costos y medios de transporte	0,15	8	1,2	9	1,35	8	1,2
Costos y disponibilidad de mano de obra	0,15	8	1,2	8	1,2	8	1,2
Disponibilidad de materia prima	0,25	8	2	9	2,25	8	2
Infraestructura	0,15	8	1,2	9	1,35	9	1,35
Cercanía del mercado	0,10	8	0,8	9	0,9	8	0,8
Ambiente	0,10	7	0,7	8	0,8	9	0,9
Comportamiento de la competencia	0,10	8	0,8	8	0,8	8	0,8
TOTAL	1		7,9		9,65		8,25

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.2.2.1. Micro Localización

Para la ubicación de este proyecto se ha considerado ubicar la planta productora en las calles Juana Atabalipa y Tobias Mena para establecer lo antes mencionado se tomado en cuenta lo siguiente:

4.2.2.1. Costos y Medios de Transporte

Existen varias vías de acceso desde el centro de la ciudad de Ibarra que conduce a la parroquia San Francisco. La vía es adoquinada apta para trasladar la materia prima para la elaboración de correas artesanales, además en transporte que existe en la zona es variado y por lo tanto es económico trasportar la materia prima porque no existe una distancia extensa del barrio Yacucalle al centro de la ciudad.

4.2.2.2. Costos y Disponibilidad de Mano de Obra

Para llevar a cabo el presente proyecto se requiere de personal especializado, es decir, que posea conocimientos y experiencia sobre el producto a realizarse y por consiguiente la mano de con la que contará la empresa será directa e indirecta, y su remuneración será en base a las leyes establecidas en nuestro país, y por ende habrá mano de obra calificada.

4.2.2.3. Disponibilidad de materia prima

Para el abastecimiento de materia prima insumos necesarios para la elaboración de las correas artesanales los proveedores serán proveedores de la ciudad de Ambato de la materia prima esencial ya que es el principal proveedor de cuero ya que cuenta con la materia prima de calidad y además se tomará en cuanta a los pequeños curtidores de cuero de la parroquia la Esperanza por su cercanía al proyecto a realizarse.

4.2.2.4. Infraestructura

La infraestructura será da alquiler, se cuenta con los servicios básicos necesarios para empezar con el proceso de producción de correas artesanales.

4.2.2.5. Cercanía del Mercado

La planta productora estará ubicada cerca de los mercados meta, es decir a pocos minutos lo que facilita la distribución del producto al mercado en un menor tiempo minimizando gastos de transporte del producto.

4.2.2.6. Ambiente

El clima de la zona donde se piensa instalar la empresa dedicada a la producción y comercialización de correas artesanales, es templado- seco apropiado para el almacenamiento de la materia prima.

4.2.2.7. Comportamiento de la competencia

Existe una cultura de consumo de correas de cuero en la ciudad por lo que la competencia es grande, pero afortunadamente la personas están interesadas es una nueva alternativa como son las correas artesanales.

4.2.2.8. Planos de la Micro localización

Terreno ubicado en el Cantón Ibarra, Parroquia San Francisco, Barrio Yacucalle en las calles Juana Atabalipa y Tobías Mena.

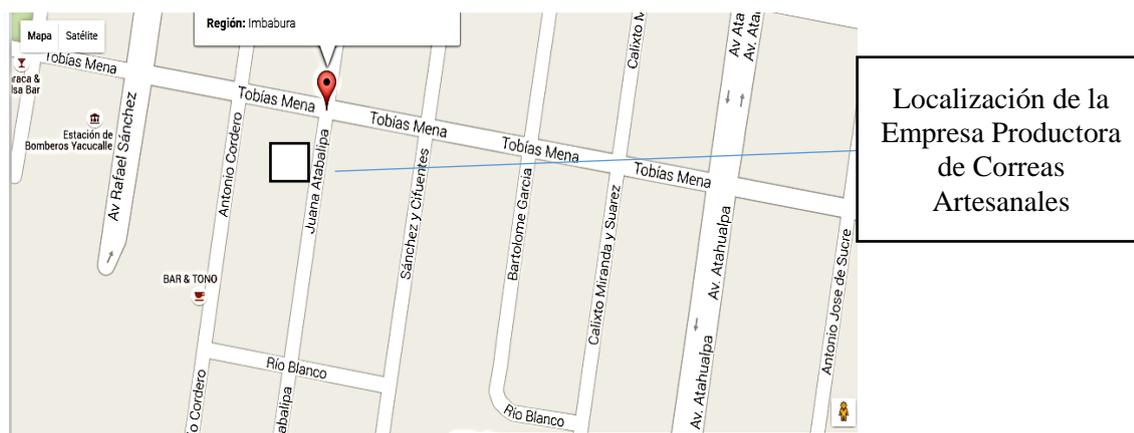


GRAFICO 22 Mapa Topográfico de la Ubicación del Proyecto

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

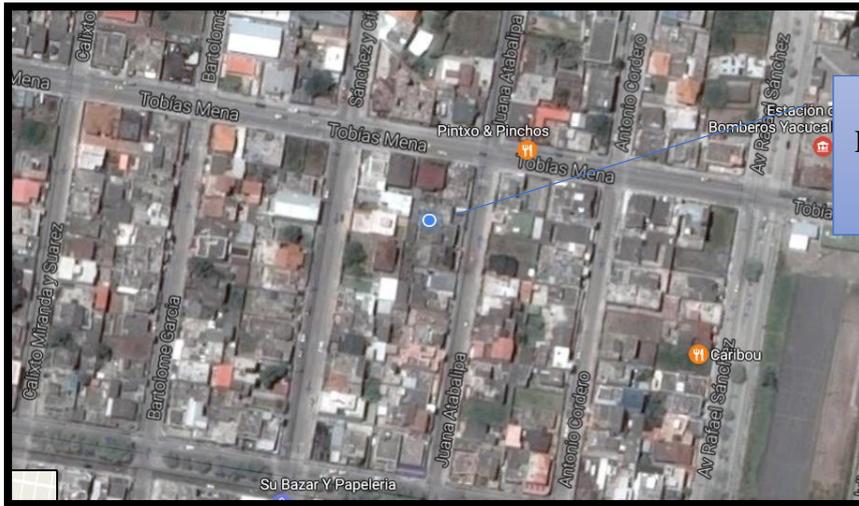


GRAFICO 23 Mapa Satelital de la Ubicación del Proyecto

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.3. Tamaño del Proyecto de la Empresa

4.3.1. Tamaño del proyecto

En el tamaño del proyecto se determinará de acuerdo a las necesidades del mismo, para ello son tomados en cuenta diferentes factores con el fin de atender la demanda.

4.3.2. Actores determinantes

Para poder establecer la empresa se analizarán los siguientes factores.

4.3.1.1 Mercado

El factor más importante para condicionar el tamaño del proyecto es la demanda insatisfecha de correas artesanales, ya que existe la competencia de otras ciudades, y muy exigentes en lo que se refiere a calidad y precios. Pero cabe destacar que en la ciudad de Ibarra la competencia es mínima por lo que se puede captar la demanda insatisfecha de la zona comercial.

4.3.1.2. Determinantes de la capacidad del proyecto

Para determinar la capacidad del proyecto, se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

4.3.1.2.1. *Objetivos de crecimiento*

Para determinar los objetivos de crecimiento se parte de la captación que se realizara de la demanda insatisfecha y el planteamiento de objetivos de crecimiento en función de la disponibilidad de recursos.

Tabla 36 Objetivos de Crecimiento

PERIODO S	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE DE CAPTACION	TOTAL DE CAPTACION
0	76.883	0	0
1	78.090	25%	19522,5
2	79.308	25%	19827
3	80.537	30%	24161,1
4	81.777	35%	28621,95
5	83.027	40%	33210,8

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

Como se puede apreciar en el cuadro anterior los objetivos de crecimiento planteados respecto a la demanda insatisfecha en los dos primeros años va a conservar un porcentaje de 20, mientras que para el tercer año se va a incrementar un porcentaje de 5, y así para los años siguientes, hasta que la empresa tenga la capacidad de producir el 100% de la demanda, la captación demuestra una gran expectativa respecto al proyecto.

4.3.1.2.2. *Disponibilidad de Recurso Financiero*

El proyecto que se desea implementar será financiado en dos partes, con recursos propios y por una entidad financiera mediante un préstamo bancario, se tomará en cuenta que en el país existe un sinnúmero de bancos y cooperativas en donde se puede contar con este tipo de servicios, para obtener este tipo de servicio se analizará el más útil para la empresa.

Factibilidad

4.3.1.2.3. *Disponibilidad de Talento Humano*

El presente proyecto tiene como fin la creación de una pequeña empresa en sociedad comercial en la que se requiere de cierto capital humano, tanto para la producción de la correa, como para la comercialización.

El talento humano requerido deberá poseer ciertos aspectos para ocupar sus puestos, esto será específicamente en la parte administrativa, ya debe tener un alto grado de conocimiento y ser personal profesionales, mientras que en la parte de producción se empleará personal con o sin experiencia en la producción.

4.4. Ingeniería del Proyecto

El objetivo general del estudio de ingeniería de proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo, se determina la descripción óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización que debe contar la planta.

4.4.1. Ubicación de la Planta

Las correas artesanales se comercializarán en la ciudad de Ibarra y fuera de ella, la extensión del terreno es de 283m² el valor del terreno 140,000 USD es de propiedad de la señora Nieves Navarrete, cuenta con sistemas de transporte que facilitará el aprovisionamiento de insumos, acceso a los proveedores, así como también se cuenta con vías para una adecuada distribución hacia los canales de mercado.

4.4.2. Diseño de las instalaciones

Las instalaciones serán diseñadas para producir correas artesanales y para poder satisfacer la demanda potencial identificada.

La empresa estará dividida en dos plantas; en una planta e ubicara las oficinas y en la otra planta se la utilizará para la producción; en donde se realizará los procesos necesarios para que se pueda cumplir con las necesidades de los consumidores.

4.4.2.1. Área Administrativa

Esta área consta de los siguientes departamentos: gerencia secretaria- contadora, jefe de producción y jefe de comercialización.

4.4.2.2. Área de Producción

Esta área consta de tres partes distribuidos en: Bodega de productos terminados, Bodega de materia prima, y Área de producción.

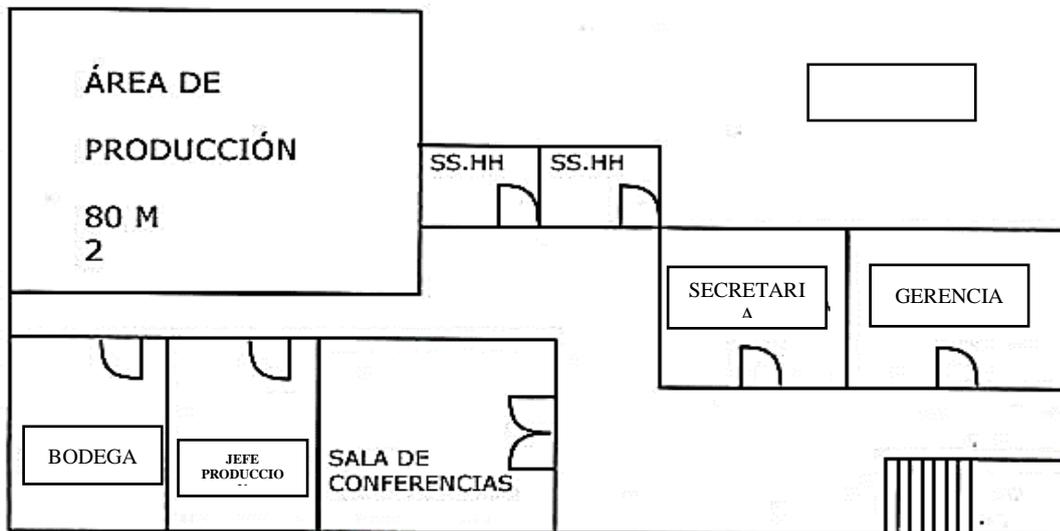


GRAFICO 24 Diseño de las Instalaciones

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.5. Proceso

4.5.1 Descripción del Proceso de Producción

En el proceso de producción de correas artesanales consiste en la compra de la materia prima, aceitado, remojado lavado, brunido, pintado, secado, corte del cuero, acanalado, labrado, hacer huecos para la hebilla, pintado de filos, brillo en la correa, hebillado, empaquetado y venta del producto.

El primer paso es verificar que la materia prima, es decir el cuero tenga las características físicas que garantice la forma y la calidad del producto.

En la producción de correas se toma en cuenta una secuencia de pasos que ser detallado a continuación.

4.5.1.1. Adquisición de Materia Prima

La materia prima que se necesitará en el proceso productivo en la elaboración de correas artesanales es cuero de ganado vacuno, aceite vegetal, acabado de cuero, tinta de diversos colores, hebillas. Para la adquisición del cuero se realizará por baquetas en el caso del aceite vegetal será por cartones en el cual contiene 12 unidades de un litro, en el caso de los acabados se comprará por galones el cual contiene 4 litros, la tinta se comprará por onzas, la hebilla se comprará por fundas que contiene 100 unidades la adquisición será en diferentes fuentes de abastecimiento dentro de la ciudad de Ibarra y fuera de ella.

Para comprar la materia prima se tomará en cuenta aspectos como capacidad de almacenamiento, volumen de ventas, capacidad de pago en referencia a los acuerdos que se hayan establecido con los diferentes proveedores.

La materia prima será almacenada en la bodega diseñada para dicha función que debe cumplir con diferentes especificaciones de conservación del producto, como ventilación ambiente seco y espacio suficiente.

4.5.1.2. Aceitado

El aceitado consiste en poner aceite en la vaqueta completa de la parte superior y también por la parte inferior.

4.5.1.3. Remojo de la vaqueta

El remojo consiste en poner la vaqueta en un tanque de agua por 40 minutos, para que adquiera suavidad.

4.5.1.4. Lavado

Para que la vaqueta se expanda y tenga una textura suave se debe lavar en agua caliente pisando eso hace que elimine las impurezas y el aceite. Este proceso es repetido hasta que la vaqueta este suave y libre de impurezas.

4.5.1.5. Brunido

Una vez que la vaqueta ha sido lavada se procede a brunir esto quiere decir que la es aplanada con un pedazo de madera de forma cuadrada con una punta para poder eliminar las arrugas, esto será de forma repetitiva de forma en la vaqueta va secando al aire libre.

4.5.1.6. Pintado

Una vez que se realizó el brunido se procede a pintar la baqueta del color deseado.

4.5.1.7. Secado

Una vez que se al pintado por completo la baqueta se procede a dejar al aire libre y colgado en una pared para que esta se seque.

4.5.1.8. Corte de la Baqueta

Luego que la baqueta esta seca y mantenga humedad se procede a cortar la baqueta en diferentes dimensiones y obtener un pedazo de cuero.

4.5.1.9. Acanalada

Una vez que se ha cortado la baqueta en diferentes tamaños se procede a acanalar lo que consiste en hacer un canal a los extremos del pedazo de cuero y así de esta manera se va dando forma a la correa.

4.5.1.10. Labrado

El labrado consiste en hacer diferentes figuras en la correa con los diferentes labradores de forma creativa y dejar otras sin figuras.

4.5.1.11. Hacer Huecos Para la Hebilla

Este procedimiento consiste en hacer huecos para poder colocar la hebilla con una herramienta llamada sacabocados.

4.5.1.12. Pintado de los Filos de la Correa

Este paso consiste en pintar con un pincel los filos de color negro evitando manchar el revés de la correa.

4.5.1.13. Poner Brillo en la Correa

Esto consiste en poner el brillo llamado “acabado de cuero” en la correa con una esponja de manera uniforme el color que corresponda y dejar que este se seque.

4.5.1.14. Hebillado

Esto consiste en poner la hebilla en la correa acompañada de un pasador y se procede a remachar para que este quede firme.

4.5.1.15. Empacado

En empacado de la correa terminada consiste unir las correas en docenas en se procede amarrar con amarras plásticas.

El proceso productivo en si termina en la fase de empacado, pero la venta constituye la meta del proceso.

4.5.2. Flujograma de procesos

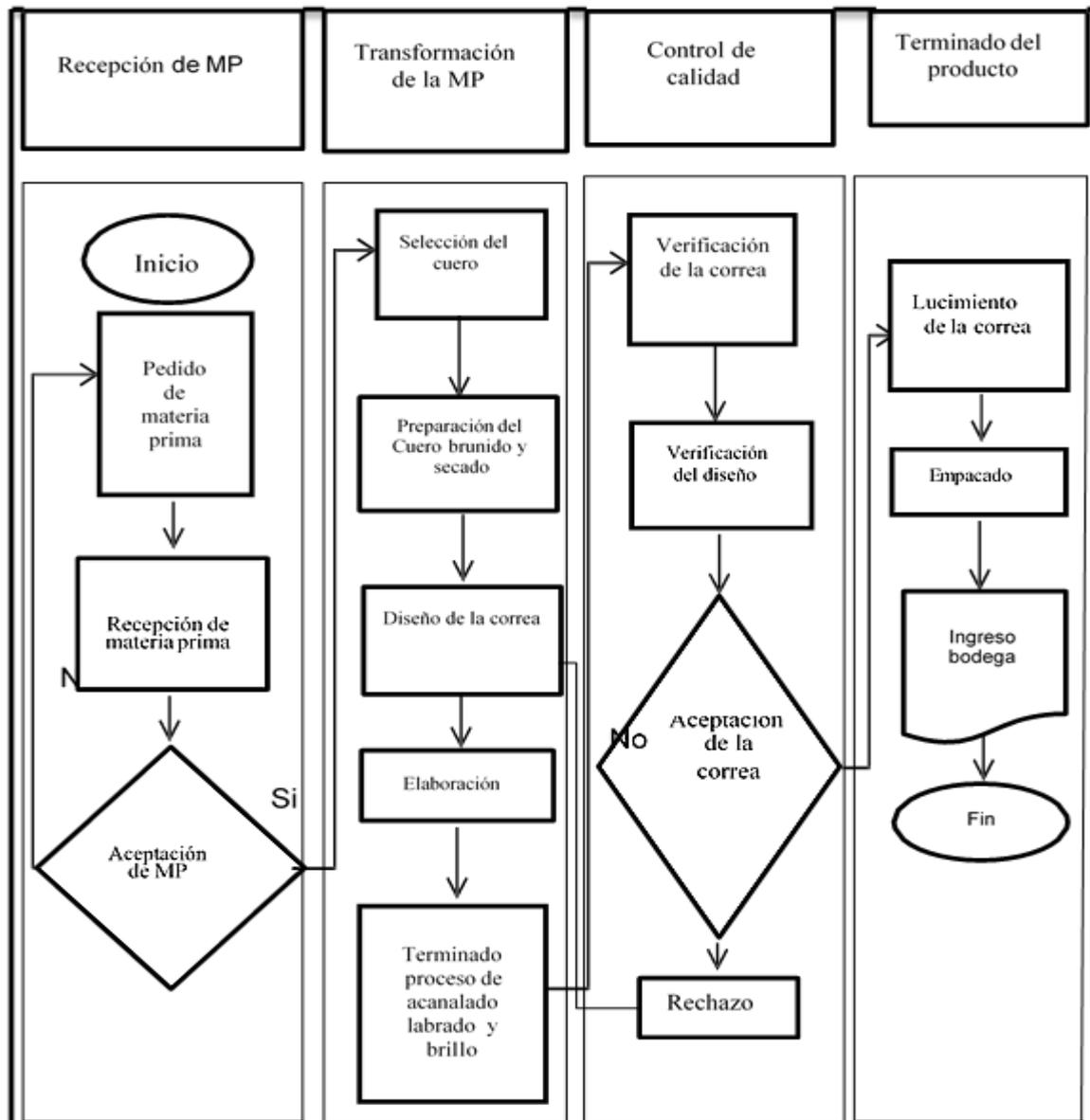


GRAFICO 25 Flujograma de Procesos

Elaborado por: Estefanía Navarrete
Año: 2016

4.6. Presupuesto Técnico

4.6.1. Inversiones Fijas

Los activos que componen la inversión fija debe estar tomado en cuenta y valorizados mediante cotizaciones mediante proformas entregados por los proveedores de equipos, muebles, enceres, entre otros.

Las inversiones fijas se refieren a la infraestructura, maquinaria instalaciones y equipos a utilizarse en los procesos de producción y comercialización de las correas artesanales.

4.6.1.1. Infraestructura

La empresa contará con un local arrendando el cual será de acuerdo a las especificaciones de la empresa productora y comercializadora de correas artesanales; siendo la infraestructura de la siguiente manera:

- En el área administrativa contara de una oficina para el administrador.
- El área de producción estará adaptada para la ubicación de las herramientas que se requieren para los diferentes procesos de producción.

4.6.1.2. Maquinaria y herramienta

Los cotos de la maquinaria y herramientas para la producción de correas artesanales, en la obtención de un producto terminado se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 37 Maquinaria y Herramienta

CANTIDAD	MAQUINARIA Y EQUIPO HERRAMIENTA	CTO UNITARIO	CTO TOTAL
1	TALLADORA DE CUERO	570,00	570,00
4	CUCHILLOS DE COCINA	11,40	45,60
1	KIT DE LABRADORES DE 15	85,50	85,50
2	MARTILLOS	11,40	22,80
2	ACANALADORES DE METAL	34,20	68,40
1	KIT DE BRUMIDORES DE MADERA	20,00	20,00
1	COMPÁS INDUSTRIAL	17,10	17,10
2	PINCELES	9,12	18,24
1	REGLA METÁLICA	11,40	11,40
1	JUEGO DE SACABOCADOS DE CUATRO	34,20	34,20
2	BANCOS DE MADERA PARA LABRAR	25,00	50,00
			943,24

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.6.1.3. Muebles y Enseres

La adquisición de muebles y enceres del área administrativa, el área de ventas de la empresa, y para ello se ha considerado los siguientes costos.

Tabla 38 Muebles y Enseres

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	CTO UNITARIO	CTO TOTAL
3	ESTACIÓN DE TRABAJO	269,74	809,21
3	SILLONES GIRATORIOS	88,78	266,35
6	SILLA NORMALES	47,83	287,01
6	ARCHIVADORES AÉREOS	102,60	615,60
1	MESA DE MADERA GRANDE	74,10	74,10
4	SILLAS DE MADERA	47,83	191,34
1	ESTANTERIAS	91,20	91,20
TOTAL			2.334,80

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.6.1.4. Equipo de Computación.

El equipo de computación necesarios para la puesta en marcha de la administración de la empresa serán los básicos a utilizarse se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 39 Equipo de Computación

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	COMPUTADORA	564,32	1.692,97
1	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN A COLORES EN RED	450,00	450,00
TOTAL			2.142,97

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.6.1.5. Equipo de Oficina

En el presente cuadro muestra en equipo de oficina necesario para poder en marcha el proyecto lo cuales se distribuirá en las diferentes áreas para su adecuada utilización.

Tabla 40 Equipo de Oficina

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	CLACULADORA SUMADORA	57,00	114,00
1	LÍNEA TELEFÓNICA	91,20	91,20
2	TELEFONOS	57,00	114,00
1	EXTENSIÓN TELEFÓNICA	57,00	57,00
TOTAL			376,20

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.6.1.5. Equipo de Seguridad

El equipo de seguridad es importante y necesario y estas estarán ubicado en lugares visibles el cual se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 41 Equipo de Seguridad

CANTIDAD	EQUIPOS DE SEGURIDAD	Costo Unitario	v. total
2	EXTINTOR	68,40	136,80
5	SEÑALETICAS	34,20	171,00
Total, Equipos de seguridad			307,80

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.6.1.6. Resumen de la Inversiones Fijas

Después de analizar los rubros de la inversión fija, se presenta el resumen en le siguiente cuadro.

Tabla 42 Resumen de Inversión Fija

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS		
NRO.	DESCRIPCION	v. total
INVERSIONES ÁREA ADMINISTRATIVA		
1	MUEBLES DE OFICINA	1.318,77
2	EQUIPOS DE OFICINA	262,20
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	1.578,65
	subtotal	3.159,62
INVERSIONES ÁREA VENTAS		
1	MUEBLES DE OFICINA	659,16
2	EQUIPOS DE OFICINA	114,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	564,32
	Subtotal Ventas	1.337,48
INVERSIONES OPERATIVAS		
1	MUEBLES DE OFICINA	356,64
1	MAQUINARIA Y EQUIPO HERRAMIENTA	943,24
2	EQUIPOS DE SEGURIDAD	307,80
	Subtotal	1.607,68
	INVERSIONES	6.104,78

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.7. Capital de Trabajo

El requerimiento del capital de trabajo para el proyecto es la diferencia entre los activos corrientes y pasivo.

Al establecer el capital de trabajo se tomará en cuenta los costos y gastos que serán necesarios para sustentar el proyecto durante la ejecución y puesta en marcha del proyecto, lo que se considera los siguientes costos y gastos.

El valor obtenido para el capital de trabajo fue tomado de un mes del total anual de la inversión. Donde se muestra un resumen de todos los rubros imprescindibles para la implementación de la nueva empresa dedicada a la producción y comercialización de correas artesanales.

Tabla 43 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCIÓN	MENSUAL
Proyección Costos Producción	5.234,43
Proyección Gastos Administrativos	2.818,26
Proyección Gastos Ventas	1.990,01
Proyección Gastos Financieros	173,42
TOTAL	10.216,11

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.7.1. Materia Prima

Es considerado como materia prima a los componentes para la producción de correas artesanales tanto materia prima directa como indirecta, en este caso sería los insumos, los cuales se detallan en el siguiente cuadro con sus respectivos costos a considerar, lo que ayudará a determinar si el proyecto es factible o no.

Tabla 44 Materia Prima

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD UTILIZADA ANUALMENTE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MATERIA PRIMA DIRECTA			
Vaqueta	273 vaqueta	45,00	12.285,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA			
HEBILLAS	19.358 hebillas	0,17	3.310,22
TINTA DE AGUA	1.092 Onzas	0,7	764,40
ACABADO DE CUERO	273 acabado de 100ml	1,94	529,07
ACEITE VEGETAL	273 litros	1,7	464,10
REMACHES	19.358 remaches	0,08	1.544,78
TOTAL			18897,57

Elaborado por: Estefanía Navarrete
Año: 2016

4.7.2. Mano de Obra Directa

La mano de obra directa necesaria para la planta de producción en la transformación del producto en la satisfacción del cliente que son los consumidores se detalla a continuación con sus respectivos costos.

Tabla 45 Mano de Obra Directa

PERSONAL	SUELDO BÁSICO	APOORTE PATRONAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
VENDEDOR	380	46,17	31,67	30,50	15,83	0,00	504,17	6.050,04
OPERADOR 1	366	44,47	30,50	30,50	15,25	0,00	486,72	5.840,63
OPERADOR 2	366	44,47	30,50	30,50	15,25	0,00	486,72	5.840,63
TOTAL								17.731,30

Elaborado por: Estefanía Navarrete
Año: 2016

4.7.3. Mano de Obra Indirecta

Tabla 46 Mano de Obra Indirecta

DETALLE	SUELDO O BÁSICO	IV A	APORTE PATRON AL	13er SUEL DO	14to CUAR TO	VACA CION ES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL MENSU AL	TOTA L ANUA L
ADMITRA DOR	400		48,60	33,33	30,50	16,67	0,00	529,10	6.349,2 0
CONTADO R (honorarios)	250	35 ,0 0						285,00	3.420,0 0
TOTAL									9.769,2 0

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.7.4. Servicios Básicos

El costo de la energía eléctrica por KW/hora es de 0,15 centavos de dólar, de servicio de agua potable es de 0,85 centavos de dólar por metro cubico, por el servicio telefónico es de 0.06 centavos de dólar el minuto, y el internet tiene un costo de 25 dólares por 3.3 megas de velocidad mensualmente. En el siguiente cuadro se detalla el costo de los servicios básicos para el año operacional.

Tabla 47 Servicios Básicos

DESCRIPCIO N	UNIDA D	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	TOTAL ANUAL
Energía eléctrica	KW	0,15	12	144
Agua potable	M3	0,85	19,55	234,6
Teléfono	Minutos	0,06	6	72
Internet	Megas	3,3	25,08	300,96
TOTAL				751,56

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.7.5. Gastos de Publicidad

La empresa tendrá gasto de publicidad para poder ofertar el producto y llegar a los consumidores de correas por medios de los puntos de venta como es el mercado de la ciudad de Ibarra, para ello se consideró los siguientes medios:

Tabla 48 Publicidad

DESCRIPCION	C.MENSUAL	TOTAL ANUAL
Cuñas Radio Canela	405	4.860
Tarjetas de Presentación	3,33	40
Diseño de Página Web	79,17	950
Hojas Volantes	3,33	40
TOTAL		5890

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.7.6. Arriendo

La empresa no cuenta con una planta propia la cual será arrendado y esta pueda funcionar en condiciones perfecta tanto el área admirativa como el área de producción; el arriendo se realizó a través de un contrato de estipulado durante cinco años, el valor mensual del arriendo se lo presenta a continuación.

Tabla 49 Arriendo

DESCRIPCION	C.MENSUAL	TOTAL ANUAL
Arriendo	400	4.800
TOTAL		4.800

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.7.7. Gastos de Organización

Los gastos de organización se estiman los rubros de Pre- factibilidad de la empresa la puesta en marcha incluida certificaciones, permisos, patentes entre otros, estos rubros se enviarán directamente al gasto.

Tabla 50 Gastos de Organización

GASTOS DE ORGANIZACIÓN			
CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Gastos para artesano calificado	200,00	200,00
1	Estudios y diseños	400,00	400,00
1	Publicaciones	200,00	200,00
1	Capacitación	500,00	500,00
1	Patente	100,00	100,00
TOTAL			1.400,00

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.7.8. Resumen del Capital de Trabajo

El capital de trabajo permitirá iniciar con los procesos de producción hasta conseguir obtener los primeros ingresos por ventas del producto obtenido. Los rubros del capital de trabajo que se requiere para el primer año se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 51 Resumen Capital de Trabajo

Mano de Obra Directa	1.946,88
Costos indirectos de producción	
Insumos	1.102,09
Servicios Básicos producción	120,46
Materiales de protección	17,50
SUBTOTAL	1.240,05
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldos Administrativos	1.628,20
Servicios Básicos producción	106,76
Materiales de oficina	35,30
Materiales de aseo	14,67
Gastos de Constitución	233,33
SUBTOTAL	2.018,26
GASTOS DE VENTAS	
Gastos de Publicidad	981,67
Sueldos Ventas	1.008,34
SUBTOTAL	1.990,01
GASTOS FINANCIEROS	173,42
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	9.416,11

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

4.8. Inversión total del proyecto

Tabla 52 Inversión Total del Proyecto

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	PORCENTAJE
Capital de trabajo	10.216,115	64%
Inversión Fija	5748,143	36%
Muebles de oficina	1318,7748	
Equipos de oficina	262,2	
Equipos de computación y software	1578,6456	
Muebles de oficina	659,1594	
Equipos de oficina	114	
Equipos de computación y software	564,3228	
Maquinaria y equipo herramienta	943,24	
Equipos de seguridad	307,8	
TOTAL	15.964,26	100%

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero de este proyecto tendrá como finalidad analizar los ingresos y egresos, balances y evolución de la inversión, la viabilidad el recurso económico necesario para poner en marcha el proyecto y poder terminar la rentabilidad lo que servirá para la toma de decisiones por parte de los inversionistas.

5.1. Ingresos

Los ingresos de la empresa están representados por la venta de correas artesanales y la producción asociado.

5.1.1. Proyección de Ingresos

Para el pronóstico de ingresos se analizó la capacidad de producción de la planta en el estudio técnico.

La venta está representada por unidades en correas artesanales el precio, se fijó en base al análisis de costos y gastos de producción estos crecen según la tendencia de inflación 3,38 % para el año 2015.

Tabla 53 Proyección de Ingresos

DESCRIPCION	2016	2017	2018	2019	2020
Correas de cuero	19.358	19.987	20.637	21.308	22.000
Precio	3,3	3,41	3,53	3,65	3,77
TOTAL	63.882	68.200	72.811	77.733	82.989

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

5.2. Egresos

Los egresos son la salida del dinero que se realiza para cubrir los costos de producción, gastos administrativos y ventas, los mismos que serán utilizados para realizar las actividades en la empresa. Se encuentran proyectados al 3,38% según la inflación del 2015.

5.2.1. Costos de Producción

Los costos de producción corresponden al valor que se destina a la preparación de producto, compra de insumos, mano de obra directa y los costos indirectos. La cantidad se encuentra proyectada en función a las necesidades de la producción, el costo crece en base a la inflación del 3,38% del año 2015.

Tabla 54 Resumen de Costo de Producción

		Materia Prima Directa				
AÑOS	RUBROS	2017	2018	2019	2020	2021
Cuero						
	Cantidad vaquetas	273,00	283	294	305	317
	Precio por vaqueta	45,00	46,53	48,11	49,75	51,44
	Total	12.285,00	13.185,39	14.151,78	15.188,99	16.302,22
		Costos indirectos de producción				
AÑOS	RUBROS	2017	2018	2019	2020	2021
HEBILLAS						
	Cantidad unidad	19.358	20.094	20.857	21.650	22.472
	Precio	0,17	0,18	0,18	0,19	0,20
	Total	3.310,22	3.552,83	3.813,22	4.092,70	4.392,67
TINTA DE AGUA						
	Cantidad 4 onzas	1.092	1.133	1.177	1.221	1.268
	Precio	0,70	0,72	0,75	0,77	0,80
	Total	764,40	820,42	880,55	945,09	1.014,36
ACABADO DE CUERO						
	Cantidad frasco 100ml	273	283	294	305	317
	Precio	1,94	2,00	2,07	2,14	2,22
	Total	529,07	567,85	609,47	654,14	702,08
ACEITE VEGETAL						
	Cantidad LITRO	273	283	294	305	317

Precio	1,70	1,76	1,82	1,88	1,94
Total	464,10	498,11	534,62	573,81	615,86
REMACHES					
Cantidad unidad	19.358	20.094	20.857	21.650	22.473
Precio	0,08	0,08	0,09	0,09	0,09
Total	1.544,78	1.658,00	1.779,51	1.909,94	2.049,92
ANUAL	6.612,57	7.097,22	7.617,38	8.175,68	8.774,89

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

5.2.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos están representados por: los sueldos, suministros de oficina, servicios básicos, para la proyección se ha utilizado la tasa de inflación de 3,38%.

➤ Sueldos administrativos

Son los pagos que se realizan a los empleados del área administrativa.

Tabla 55 Sueldo Administrativos

REMUNERACIONES ADMINISTRATIVAS					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2017	2018	2019	2020	2021
Administrador Gerencial	400,00	412,32	425,02	438,11	451,60
MENSUAL	400,00	412,32	425,02	438,11	451,60
ANUAL	4.800,00	4.947,84	5.100,23	5.257,32	5.419,25
Contador (Honorarios)	285,00	288,62	297,51	306,68	316,12
MENSUAL	285,00	288,62	297,51	306,68	316,12
ANUAL	3.420,00	3.463,49	3.570,16	3.680,12	3.793,47

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

Tabla 56 Proyección Sueldo Administrativo

COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCION	2017	2018	2019	2020	2021
Salario Básico Unificado	4.800,00	4.947,84	5.100,23	5.257,32	5.419,25
Vacaciones	200,00	206,16	212,51	219,06	225,80
Aporte Patronal	583,20	601,16	619,68	638,76	658,44
Fondos de Reserva	-	412,16	424,85	437,93	451,42
Décimo Tercero	400,00	412,32	425,02	438,11	451,60
Décimo Cuarto	366,00	377,27	388,89	400,87	413,22
Total	6.349,20	6.956,91	7.171,18	7.392,06	7.619,73

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

➤ **Suministros de oficina**

En los suministros de oficina se encuentran

Tabla 57 Suministros de Oficina

		Materiales de oficina				
AÑOS		2017	2018	2019	2020	2021
RUBROS						
Carpetas archivadoras						
Cantidad		12	12	12	12	12
Precio		2,10	2,17	2,25	2,32	2,40
Valor		25,20	26,06	26,94	27,86	28,81
Facturarios						
Cantidad		5	5	5	5	5
Precio		9,00	9,31	9,62	9,95	10,29
Valor		45,00	46,53	48,11	49,75	51,44
Carpetas plásticas						
Cantidad		12	12	12	12	12
Precio		0,65	0,67	0,69	0,72	0,74
Valor		7,80	8,07	8,34	8,62	8,92
Basureros						
Cantidad		4	4	4	4	4
Precio		12,00	12,41	12,83	13,27	13,72
Valor		48,00	49,63	51,32	53,06	54,87
Bolígrafos						
Cantidad		24	24	24	24	24
Precio		0,45	0,47	0,48	0,50	0,51
Valor		10,80	11,17	11,55	11,94	12,35
Papel Bond						
Cantidad (resmas)		6	6	6	6	6
Precio		4,50	4,65	4,81	4,97	5,14
Valor		27,00	27,92	28,87	29,85	30,86
Grapadora						
Cantidad		4	4	4	4	4
Precio		6,00	6,20	6,41	6,63	6,86
Valor		24,00	24,82	25,66	26,53	27,43
Perforadora						
Cantidad		4	4	4	4	4
Precio		6,00	6,20	6,41	6,63	6,86
Valor		24,00	24,82	25,66	26,53	27,43
TOTAL		211,80	219,00	226,45	234,15	242,11

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

➤ **Servicios básicos**

Los servicios básicos son importantes para la realización de las actividades de la empresa.

Tabla 58 Servicios Básicos

SERVICIOS BÁSICOS					
DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021
Agua Potable	336,60	361,27	387,75	416,17	446,67
Energía Eléctrica	324,00	346,41	370,36	395,98	423,36
Teléfono	100,80	107,77	115,22	123,19	131,71
Internet	601,92	553,11	571,92	591,36	611,47
TOTAL	1.363,32	1.368,56	1.445,25	1.526,70	1.613,21

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

➤ Materiales de aseo

Tabla 59 Material de Aseo

Materiales de aseo					
DESCRIPCION	2017	2018	2019	2020	2021
1 Escobas					
Cantidad	4	4	4	4	4
Valor Unitario	3,50	3,62	3,74	3,87	4,00
Valor anual	14,00	14,48	14,97	15,48	16,00
2 Detergente grande					
Cantidad	4	4	4	4	4
Valor Unitario	7,00	7,24	7,48	7,74	8,00
Valor anual	28,00	28,95	29,94	30,95	32,01
3 Trapeador					
Cantidad	4	4	4	4	4
Valor Unitario	4,50	4,65	4,81	4,97	5,14
Valor anual	18,00	18,61	19,24	19,90	20,58
4 Desinfectante					
Cantidad galones	2	2	2	2	2
Valor Unitario	5,00	5,17	5,35	5,53	5,72
Valor anual	10,00	10,34	10,69	11,06	11,43
5 Recogedor					
Cantidad	2	2	2	2	2
Valor Unitario	6,00	6,20	6,41	6,63	6,86
Valor anual	12,00	12,41	12,83	13,27	13,72
6 Franelas					
Cantidad	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Valor Unitario	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71
Valor anual	6,00	6,20	6,41	6,63	6,86
TOTAL	88,00	90,99	94,09	97,28	100,59

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

➤ **Gastos de constitución**

Tabla 60 Gastos de Constitución

Gastos de Constitución			
CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Gastos para artesano calificado	200,00	200,00
1	Estudios y diseños	400,00	400,00
1	Publicaciones	200,00	200,00
1	Capacitación	500,00	500,00
1	Patente	100,00	100,00
TOTAL			1.400,00

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

➤ **Resumen de Gastos Administrativos**

Tabla 61 Resumen Gastos Administrativos

RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021
Servicios Básicos producción	640,56	605,43	639,24	675,14	713,26
Materiales de aseo	88,00	90,99	94,09	97,28	100,59
Materiales de oficina	211,80	219,00	226,45	234,15	242,11
Gastos Constitución	1.400,00				
Sueldos Administrativos	9.769,20	10.420,40	10.741,35	11.072,18	11.413,20
Arriendo	4.800,00	4.963,20	5.131,95	5.306,44	5.486,85
TOTAL	16.909,56	16.299,02	16.833,07	17.385,19	17.956,02

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

5.2.3. Gastos de Ventas

Los gastos de ventas incluyen sueldos, publicidad. Estos crecen en función de la inflación de 3,38%

Tabla 62 Sueldo en Ventas

Remuneraciones ventas					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2017	2018	2019	2020	2021
Vendedor	380,00	391,70	403,77	416,20	429,02
MENSUAL	380,00	391,70	403,77	416,20	429,02
ANUAL	4.560,00	4.700,45	4.845,22	4.994,45	5.148,28

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

Tabla 63 Proyección de Sueldo en Ventas

COMPONENTES SALARIALES						
DESCRIPCION		2017	2018	2019	2020	2021
Salario Básico Unificado		4.560,00	4.700,45	4.845,22	4.994,45	5.148,28
Vacaciones		190,00	195,85	201,88	208,10	214,51
Aporte Patronal		554,04	571,10	588,69	606,83	625,52
Fondos de Reserva		-	391,55	403,61	416,04	428,85
Décimo Tercero		380,00	415,72	454,80	497,55	544,32
Décimo Cuarto		366,00	377,27	388,89	400,87	413,22
TOTAL		6.050,04	1.951,50	2.037,88	2.129,39	2.226,42

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

- **Publicidad**

Tabla 64 Publicidad

Gastos de Publicidad						
AÑOS	RUBROS	2017	2018	2019	2020	2021
Radio Canela		1080	1080	1080	1080	1080
Cantidad (2 diarias)	(2 cuñas)	4,50	4,65	4,81	4,97	5,14
TOTAL		4.860,00	5.025,24	5.196,10	5.372,77	5.555,44
Tarjetas de presentación		1	1	1	1	1
Cantidad mil		40,00	41,36	42,77	44,22	45,72
TOTAL		40,00	41,36	42,77	44,22	45,72
Página WEB						
Cantidad		1,00				
Unidad		950,00				
TOTAL		950,00	-	-	-	-
Hojas volantes						
Cantidad		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Unidad		0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
TOTAL		40,00	41,36	42,77	44,22	45,72
TOTAL		5.890,00	5.107,96	5.281,63	5.461,21	5.646,89

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

- **Resumen de Gasto en Ventas**

Tabla 65 Resumen Gasto en Ventas

Resumen Gastos Ventas					
DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021
Gastos de Publicidad	5.890,00	5.107,96	5.281,63	5.461,21	5.646,89
Sueldos Ventas	6.050,04	1.951,50	2.037,88	2.129,39	2.226,42
TOTAL	11.940,04	7.059,46	7.319,51	7.590,59	7.873,30

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

5.2.4. Gastos Financieros

Para poner en marcha el proyecto se necesita un préstamo de 10.000 USD. El mismo que será financiado por el banco “Ban Ecuador” a una tasa del 9,33% a 5 años plazo, con pagos de 218,42 USD.

Tabla 66 Gastos Financieros

NRO	CUOTA FIJA	INTERES	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	218,42	93,33	125,09	9.874,91
2	218,42	92,17	126,26	9.748,65
3	218,42	90,99	127,44	9.621,22
4	218,42	89,80	128,62	9.492,59
5	218,42	88,60	129,83	9.362,77
6	218,42	87,39	131,04	9.231,73
7	218,42	86,16	132,26	9.099,47
8	218,42	84,93	133,49	8.965,98
9	218,42	83,68	134,74	8.831,23
10	218,42	82,42	136,00	8.695,24
11	218,42	81,16	137,27	8.557,97
12	218,42	79,87	138,55	8.419,42
13	218,42	78,58	139,84	8.279,58
14	218,42	77,28	141,15	8.138,43
15	218,42	75,96	142,46	7.995,97
16	218,42	74,63	143,79	7.852,17
17	218,42	73,29	145,14	7.707,04
18	218,42	71,93	146,49	7.560,55
19	218,42	70,57	147,86	7.412,69
20	218,42	69,19	149,24	7.263,45
21	218,42	67,79	150,63	7.112,82
22	218,42	66,39	152,04	6.960,78

23	218,42	64,97	153,46	6.807,33
24	218,42	63,54	154,89	6.652,44
25	218,42	62,09	156,33	6.496,11
26	218,42	60,63	157,79	6.338,31
27	218,42	59,16	159,27	6.179,05
28	218,42	57,67	160,75	6.018,30
29	218,42	56,17	162,25	5.856,04
30	218,42	54,66	163,77	5.692,28
31	218,42	53,13	165,30	5.526,98
32	218,42	51,59	166,84	5.360,15
33	218,42	50,03	168,39	5.191,75
34	218,42	48,46	169,97	5.021,78
35	218,42	46,87	171,55	4.850,23
36	218,42	45,27	173,15	4.677,08
37	218,42	43,65	174,77	4.502,31
38	218,42	42,02	176,40	4.325,90
39	218,42	40,38	178,05	4.147,86
40	218,42	38,71	179,71	3.968,15
41	218,42	37,04	181,39	3.786,76
42	218,42	35,34	183,08	3.603,68
43	218,42	33,63	184,79	3.418,89
44	218,42	31,91	186,51	3.232,38
45	218,42	30,17	188,25	3.044,12
46	218,42	28,41	190,01	2.854,11
47	218,42	26,64	191,78	2.662,33
48	218,42	24,85	193,57	2.468,75
49	218,42	23,04	195,38	2.273,37
50	218,42	21,22	197,20	2.076,17
51	218,42	19,38	199,05	1.877,12
52	218,42	17,52	200,90	1.676,22
53	218,42	15,64	202,78	1.473,44
54	218,42	13,75	204,67	1.268,77
55	218,42	11,84	206,58	1.062,19
56	218,42	9,91	208,51	853,68
57	218,42	7,97	210,46	643,22
58	218,42	6,00	212,42	430,81
59	218,42	4,02	214,40	216,40
60	218,42	2,02	216,40	0,00
TOTALES	13.105,38	3.105,38	10.000,00	

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

Tabla 67 Interés de la Deuda

TABLA DE INTERES ANUAL AL CREDITO FINANCIERO						
CONCEPTO/AÑO	2015	2016	2017	2018	2019	TOTAL
INTERES	1.040,50	854,10	645,71	412,75	152,32	3.105,38
CAPITAL	1.580,58	1.766,98	1.975,36	2.208,32	2.468,75	10.000,00
TOTAL	2.621,08	2.621,08	2.621,08	2.621,08	2.621,08	13.105,38

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

5.2.5. Depreciación y Amortización

El cálculo de la depreciación se la realizará tomando en cuenta la vida útil y el porcentaje de depreciación anual.

Tabla 68 Depreciación y Amortización

RESUMEN GASTO DEPRECIACION

N ^o	DESCRIPCION	2016	2017	2018	2019	2020	DEPRE ACUM U	SALDO LIBRO S
ÁREA ADMINISTRATIVA								
1	MUEBLES DE OFICINA	131,88	131,88	131,88	131,88	131,88	659,39	659,39
2	EQUIPOS DE OFICINA	26,22	26,22	26,22	26,22	26,22	131,10	131,10
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	526,22	526,22	526,22			1.578,65	-
4	Reinversión Equipos de computación				526,22	526,22	1.052,43	526,22
	subtotal	684,31	684,31	684,31	684,31	684,31	3.421,56	1.316,70
ÁREA DE VENTAS								
1	MUEBLES DE OFICINA	65,92	65,92	65,92	65,92	65,92	329,58	329,58
2	EQUIPOS DE OFICINA	11,40	11,40	11,40	11,40	11,40	57,00	57,00
4	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	188,11	188,11	188,11			564,32	-
5	Reinversión Equipos de computación				188,11	188,11	376,22	188,11
	Subtotal Ventas	265,42	265,42	265,42	265,42	265,42	1.327,12	574,69

INVERSIONES OPERATIVAS								
MAQUINARIA Y EQUIPO								
1	HERRAMIENTA	94,32	94,32	94,32	94,32	94,32	471,62	471,62
2	EQUIPOS DE SEGURIDAD	30,78	30,78	30,78	30,78	30,78	153,90	153,90
3	Subtotal	125,10	125,10	125,10	125,10	125,10	625,52	625,52
TOTAL, USD...		1.074,84	1.074,84	1.074,84	1.074,84	1.074,84	5.374,20	2.516,91

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

5.2.6. Resumen de Egresos

Tabla 69 Resumen de Egresos

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS ANUAL					
DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021
Proyección Costos Producción	31.406,58	24.894,54	26.545,34	28.305,43	30.192,07
Proyección Gastos Administrativos	16.909,56	16.299,02	16.833,07	17.385,19	17.956,02
Proyección Gastos Ventas	11.940,04	7.059,46	7.319,51	7.590,59	7.873,30
Proyección Gastos Financieros	1.560,74	1.281,14	968,57	619,13	228,48
TOTAL	61.816,93	49.534,15	51.666,49	53.900,34	56.249,87

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

5.3. Estados Financieros

Luego de haber presupuestado las inversiones, ingresos y egresos, se procedió a plantear los siguientes estados financieros.

5.3.1. Estados de Situación Financiera

El estado de situación financiera representa la posición financiera de la empresa en lo que se refiere a los activos fijos y pasivo.

Tabla 70 Estado de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACION INICIAL PROFORMA EMPRESA LA CORREITA AÑO 0					
ACTIVOS			Obligaciones con Institución Financiera		
Propiedad del Proyecto		10.216,11	Obligación Largo Plazo	10.000,00	
Efectivo y equivalente del efectivo	10.216,11				
Bancos (capital de trabajo)	10.216,11				
			TOTAL PASIVO	10.000,00	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		5.748,14			
Administrativos					
MUEBLES DE OFICINA	1.318,77				
EQUIPOS DE OFICINA	262,20				
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	1.578,65				
Ventas			PATRIMONIO	5.964,26	
MUEBLES DE OFICINA	659,16		Inversión Propia	5.964,26	
EQUIPOS DE OFICINA	114,00				
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	564,32		TOTAL, PATRIMONIO		
Producción					
MAQUINARIA Y EQUIPO HERRAMIENTA	943,24		TOTAL, PASIVO + OBLIGACIONES FINANCIERAS		
EQUIPOS DE SEGURIDAD	307,80				
TOTAL ACTIVO		15.964,26			15.964,26

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

5.3.2. Estado de Resultados

El estado de resultados representa la posición económica de la empresa reflejada en la utilidad o pérdida que arrojará el proyecto.

Tabla 71 Estado de Resultados

Proyección Costos de Producción					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Materia Prima Directa	12.285,00	13.185,39	14.151,78	15.188,99	16.302,22
Mano de Obra Directa	11.681,26	3.740,74	3.855,95	3.974,71	4.097,13
Costos Indirectos de Producción	7.565,43	8.093,51	8.662,72	9.266,83	9.917,82
TOTAL	31.531,69	25.019,64	26.670,45	28.430,53	30.317,17
ESTADO DE PERDIDAS O GANANCIA PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2.017	2.018	2.019	2.020	2.021
VENTAS PROYECTADAS	62.913,78	67.167,07	71.707,90	76.555,71	81.731,26
VENTAS NETAS	62.913,78	67.167,07	71.707,90	76.555,71	81.731,26
(-) Costos de Operativos	31.531,69	25.019,64	26.670,45	28.430,53	30.317,17

UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	31.382,10	42.147,43	45.037,45	48.125,18	51.414,09
GASTOS ADMINISTRACION	12.793,87	12.020,13	12.385,44	12.763,07	13.153,48
Servicios Básicos producción	640,56	605,43	639,24	675,14	713,26
Materiales de aseo	88,00	90,99	94,09	97,28	100,59
Materiales de oficina	211,80	219,00	226,45	234,15	242,11
Gastos Constitución	1.400,00				
Sueldos Administrativos	9.769,20	10.420,40	10.741,35	11.072,18	11.413,20
Gastos depreciación	684,31	684,31	684,31	684,31	684,31
GASTOS VENTAS	12.205,46	7.324,88	7.584,93	7.856,02	8.138,73
Gastos Personal	6.050,04	1.951,50	2.037,88	2.129,39	2.226,42
Gastos Publicidad	5.890,00	5.107,96	5.281,63	5.461,21	5.646,89
Gastos depreciación	265,42	265,42	265,42	265,42	265,42
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	6.382,76	22.802,42	25.067,08	27.506,09	30.121,88
GASTOS FINANCIEROS	1.040,50	854,10	645,71	412,75	152,32
Intereses Pagados	1.040,50	854,10	645,71	412,75	152,32
UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO	5.342,26	21.948,32	24.421,37	27.093,34	29.969,56
Participación trabajadores 15 %	801,34	3.292,25	3.663,21	4.064,00	4.495,43
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	4.540,92	18.656,07	20.758,17	23.029,34	25.474,13
Impuesto a la Renta	0,00	666,53	921,22	1.261,90	1.628,62
UTILIDAD O PERDIDA NETA	4.540,92	17.989,54	19.836,94	21.767,44	23.845,51

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

5.3.3. Flujo de Caja

El flujo de caja muestra la dinámica del efectivo de la microempresa en relación a la entrada y salida.

Tabla 72 Flujo de Caja

DESCRIPCIÓN/ AÑOS	FLUJO DE CAJA					
	AÑO 0	2016	2017	2018	2019	2020
Capital propio	(5.964,26)					
Capital Financiado	(10.000,00)					
INVERSION TOTAL	(15.964,26)					
Utilidad del Ejercicio		4.540,92	17.989,54	19.836,94	21.767,44	23.845,51
(+) Depreciaciones		1.074,84	1.074,84	1.074,84	1.074,84	1.074,84
TOTAL DE INGRESOS		5.615,76	19.064,39	20.911,78	22.842,28	24.920,35
Egresos						
Pago de deuda		1.580,58	1.766,98	1.975,36	2.208,32	2.468,75
Reinversión					2.142,97	
(-) Total de egresos		1.580,58	1.766,98	1.975,36	4.351,29	2.468,75
(+) Recuperación efectivo						10.216,11
(+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros)						2.516,91
FLUJO NETO	(-15.964,26)	4.035,18	17.297,40	18.936,42	18.490,99	35.184,62

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

5.4. Evaluación de la Inversión

Para evaluar el proyecto se aplicó los diferentes evaluadores financieros, que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo tales como: VAM, TIR, PRI, C/B.

5.4.1 Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

El costo de oportunidad determina la tasa de rentabilidad que tendrá el proyecto frente a la tasa de activa y del mercado financiero, demostrando matemáticamente si es viable realizar la inversión en el presente proyecto.

Tabla 73 Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO					
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO	
INV. PROPIA	5.964,26	37,36	10,00	373,60	
INV. FINANCIERA	10.000,00	62,64	11,20	701,57	
TOTAL	15.964,26	100,00%		1.075,17	10,75 0,1075
TRM = $(1+IF)(1+CK)-1$					
TRM=	$(1+0,0340)(1+0,1076)-1$		0,1452	14,52	BASE INFLACIÓN

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

CK= 10,75%

5.4.2. Tasa de Rendimiento Medio

DATOS

CK (costo de oportunidad) = 10,76%

If(inflación) = 3,40%

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

TRM= $(1+0,0340)(1+0,1076)-1$

TRM= 0,1452

TRM= **14,52%**

5.4.3. Valor Actual Neto

El valor del flujo neto, representa la rentabilidad del proyecto en términos absolutos a tiempo real.

Tabla 74 Valor Actual Neto

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
Años Flujos	FLUJOS NETOS	Factor actualización $1/(1+r)^{(n)}$	FCA
1	4.035,18	0,87	3.523,65
2	17.297,40	0,76	13.189,83
3	18.936,42	0,67	12.609,13
4	18.490,99	0,58	10.751,69
5	35.184,62	0,51	17.864,82
	93.944,61		57.939,12

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS-INVERSIÓN			
VAN =	57.939,12	-15.964,26	41.974,86 VAN

VAN= **41.974,86**

El VAN del proyecto alcanza 41.974,86, dicho valor es mayor a cero por tal razón quiere decir que el proyecto es factible.

5.4.4. Tasa Interna de Retorno

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil. Tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a cero.

Tabla 75 Tasa Interna de Retorno

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJOS NETOS.	VAN POSITIVO 35 %	VAN NEGATIVO 37 %
0	-15.964,26	-15.964,26	-15.964,26
1	4.035,18	2.989,03	2.945,39
2	17.297,40	9.491,03	9.215,94
3	18.936,42	7.696,56	7.364,38
4	18.490,99	5.567,05	5.249,02
5	35.184,62	7.846,64	7.290,38
	77.980,36	17.626,05	16.100,85

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

VAN POSITIVO 35 % = 17.626,05

VAN NEGATIVO 37 % = 16.100,85

$$TIR = T.I. + D.E.D.T. \left(\frac{VAN(T.I.)}{VAN(T.I.) - VAN(T.S.)} \right)$$

$$TIR = 35 + 2 * (323,16 / (323,16 + 305,23))$$

58,11306

La tasa interna de retorno que se obtuvo es del 58,11%, por tanto, el proyecto es factible, debido a que la tasa obtenida es mayor a la tasa de rendimiento medio.

5.4.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

Tabla 76 Periodo de Recuperación

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS				
AÑOS	FLUJOS NETOS.	FCA	CANTIDAD	RUCUPERAC.
1	4.035,18	3.523,65	3.523,65	3.523,65
2	17.297,40	13.189,83	13.189,83	16.713,48
3	18.936,42	12.609,13	12.609,13	29.322,61
4	18.490,99	10.751,69	703,01	30.025,62
5	35.184,62	17.864,82		
	93.944,61	57.939,12	30.025,62	

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

La inversión se recupera en 4 años un mes

5.4.6. Costo Beneficio

Tabla 77 Costo Beneficio

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	62.913,78	63.172,86	54.938,27	55.164,50
2	67.167,07	54.140,72	51.217,06	41.284,05
3	71.707,90	57.002,91	47.747,92	37.956,35
4	76.555,71	60.094,71	44.513,75	34.942,40
5	81.731,26	63.372,61	41.498,64	32.177,13
TOTAL	360.075,72	297.783,80	239.915,64	201.524,43

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

$$\begin{array}{rclcl}
 \text{BENEFICIO} & & \sum \text{Ingresos} & & \text{COSTO} \\
 \text{COSTO} & = & \text{Deflactados} & 239.915,64 & \text{BENEFICIO} \\
 & & \sum \text{Egresos} & 1,19 & \\
 & & \text{Deflactados} & 201.524,43 & =
 \end{array}$$

Este validador indica que por cada dólar invertido en el proyecto se generará 0,19 centavos de dólar adicionales.

5.4.7. Punto de Equilibrio del Proyecto

Este análisis determina el nivel de ventas que se necesita realizar para obtener equilibrio operativo.

Tabla 78 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2017				
PE (\$) =	Costos fijos totales	.=	42646,19	
	1-(costos variable / venta)		0,69	= 62.123,85 USD

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

Tabla 79 Punto de Equilibrio en Unidades

DESCRIPCION	PRODUCTO	PORCENTAJE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	PORCENTAJE	P.E. DÓLARES	PUNTO EQUILIBRIO
CORREAS ARTESANALES	19358	100,00%	3,25	62.913,78	100,00%	62.123,85	19.115
TOTAL	19.358	100,00%		62.913,78	100,00%	62.123,85	19.115

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

En el proyecto el punto de equilibrio indica que la empresa necesita vender 19.115 unidades para poder cubrir los egresos.

5.4.8. Resumen de la Evaluación Financiera

Tabla 80 Resumen de la Evaluación Financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA				
NRO	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	TASA RENDIMIENTO MEDIO	14,52%	
2	TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	73,57%	ES SUPERIOR A LA TRM
3	VAN	VALOR ACTUAL NETO	41.974,86	
4	RC	RECUPERACION INVERSIÓN	RECUPERACION 4 AÑOS 1 MESES	PROYECTO PRODUCTIVO
5	CB	COSTO BENEFICIO	1,19	POR CADA DÓLAR GANA 0,20
6	PE	PUNTO DE EQUILIBRIO	62.123,85	PARA NO GANAR NI PERDER
			19.115	CORREAS ARTESANALES

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

5.5. Conclusiones del Estudio Financiero

De acuerdo a la evaluación financiera realizada, se puede concluir que la presente propuesta es viable y rentable, puesto que así lo indica los resultados de los criterios de evaluación, de la siguiente manera:

- El VAN, tiene un valor positivo al final de la evaluación de los flujos de efectivo, el mismo es de 41.974,86 dólares, lo que significa que al traer los datos a valor presente resulta rentable el proyecto.
- La TIR, es de 58,11%, superando a los costos de oportunidad que es 14,52%; indicando que el negocio es rentable.
- En el análisis de la Relación Beneficio Costo, se puede determinar que por cada dólar invertido se adquirirá \$0,19 adicionales.
- El proyecto es potencialmente factible en las condiciones analizada, para su gestión es necesario realizar ajustes de presupuesto, debido a que los escenarios de análisis son cambiantes.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Para iniciar en las operaciones de la empresa productora y comercializadora de correas artesanales, es importante determinar la parte organizacional de la empresa en la que se incluye la estructura de cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para obtener una administración eficiente y una jerarquía adecuada para la conformación de la empresa.

6.1. Análisis interno de la empresa

6.1.1. Nombre de la Empresa

La empresa tendrá como nombre “LA CORREITA” ya es un nombre fácil de mencionar y también de recordar.

6.1.2. Misión

Es una empresa dedicada a la producción y comercialización de correas artesanales de calidad, y a la vanguardia de la moda que garantiza y satisface los gustos más exigentes del mercado, utilizando procesos productivos eficientes y amigables con el medio ambiente.

6.1.3. Visión

Para el año 2021 será una empresa líder en la producción en comercialización de correas artesanales de alta calidad, garantizada a satisfacer las exigencias del consumidor, y de manera responsables con el medio ambiente.

6.1.4. Objetivo General

La creación de la empresa productora y comercializadora de correas artesanales esta direccionada a brindar el mismo que debe cumplir con las expectativas del cliente y con las personas que participan directamente en la empresa fomentar valores, calidad garantía y el cumplimiento de los diferentes compromisos comerciales.

6.1.5. Matriz de objetivos, estrategias y política

Tabla 81 Matriz de objetivos, estrategias y política

N°	Objetivos	Estrategias	Políticas
1	Ofrecer un producto integrado en la producción y comercialización de correas artesanales, que nos defina como los mejores de la provincia.	Realizar cursos de capacitación para mejorar la capacidad de en la producción de los trabajadores	Producto de calidad de manera oportuna a nuestros clientes.
2	Brindar un producto de calidad a los clientes	Realizar cursos de capacitación para mejorar el producto y este sea de mayor calidad	Satisfacción de los clientes en base a los requerimientos.
3	Promover el uso eficiente y responsable de los recursos que se disponga en la elaboración del producto.	Realizar conferencias sobre el buen manejo de los recursos de la organización	Preservar el entorno ambiental y la seguridad de la comunidad en todo trabajo.
4	Desarrollar sistema de información lo que facilite la toma de decisiones.	Capacitación para efectuar el trabajo en equipo, talleres de liderazgo y toma de decisiones.	Los puestos de trabajo de la empresa son de carácter poli funcional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
5	Desarrollar y fortalecer la cadena de valor de la empresa.	Comprometer en maximizar la creación de valor y minimizar costos para mantener una ventaja en el mercado.	Examinar procesos apropiados de producción, aumentar la confianza de los clientes manejando herramientas adecuadas para conseguir competir en el mercado con un precio asequible y la calidad del producto
6	Alcanzar alto prestigio e imagen lo cual garanticen a la empresa su permanencia en el mercado	Contar con publicidad extra mediante la cual el producto penetre en el mercado	Puntualidad y seriedad en el trabajo.

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

6.1.6. Principios y Valores

6.1.6.1. Principios

Calidad: Producir un producto de calidad basándose en normas de calidad, que ayudaran que le producto sea de calidad y así lograr la preferencia de los consumidores.

Liderazgo: el guiar a todos los miembros de la empresa a la excelencia y al trabajo en equipo, creando un ambiente de respeto mutuo, motivación, cumplimiento de los objetivos con los recursos y tiempo previsto, resolviendo los problemas e incidencias con eficiencia y sin pérdidas de tiempo.

Competitividad: La empresa buscara competitividad en lo referente a precios y calidad del producto, al igual que en las expectativas de los clientes, logrando permanentemente ser el número uno en el campo de acción de la empresa.

Servicio eficaz: dirigir todos los esfuerzos hacia la satisfacción de los clientes, solucionando reclamos o quejas inmediatamente.

Mejoramiento continuo: La empresa se fundamentará en el mejoramiento continuo de los procesos, basándose en la calidad del producto del servicio y de los resultados finales que busca el cliente.

6.1.6.2. Valores

Calidad: el cliente siempre nos exigirá calidad, debemos dar el máximo de nosotros mismo para ofrecer lo mejor al mejor precio.

Liderazgo: capacidad de asumir la responsabilidad de conducir a otros al logro de sus metas colectivas y personales, influyendo en ellos, al compartir sus valores con visión, buen juicio, buen ejemplo, creatividad, espíritu de iniciativa, comunicación eficaz y promoviendo el trabajo en equipo.

Honestidad: actuar con transparencia en todo momento, rechazando toda propuesta incorrecta que vaya en contra de nuestros principios y valores éticos, moral y espirituales.

Lealtad: ser leal a la empresa y a nosotros mismo, defendiendo en todo momento los intereses y valores de la Organización; así como también cumplir con todas las responsabilidades adquiridas y mantener los pactos convenios con los clientes.

Ser resolutivos: El día viene cargado de problemas y situaciones inesperadas. Debemos solucionar todos los problemas con éxito, aportando soluciones y sin transmitir nuestros problemas al cliente.

6.2. Aspecto Organizativo

Es un sistema de roles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar en equipo, de forma óptima y alcanzar las metas propuestas en el plan estratégico y plan de empresa.

6.2.1. Organigrama Estructural

A continuación, se presenta el organigrama propuesto para la empresa productora y comercializadora de correas artesanales en la ciudad de Ibarra.

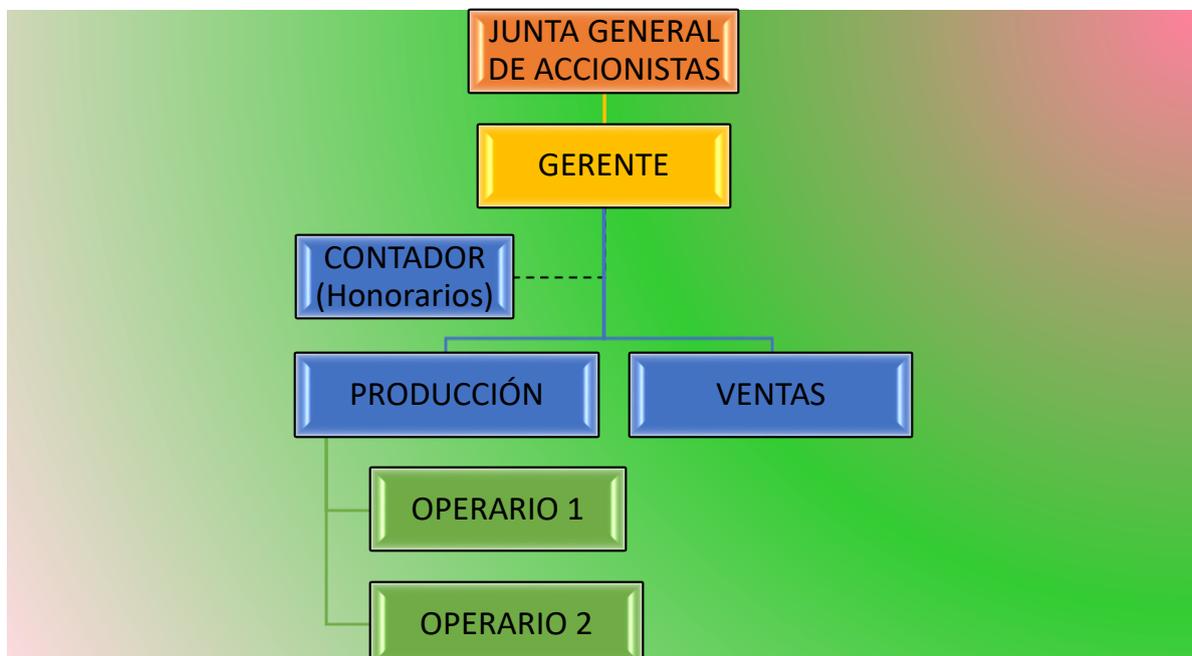


GRAFICO 26 Organigrama

Elaborado por: Estefanía Navarrete
Año: 2016

6.2.2. Identificación de Puestos y Funciones

CARGO: GERENTE

Tabla 82 Funciones Gerente

CARGO	GERENTE
N° DE CARGOS	1
REPORTA A:	Socios
MISIÓN	
Desarrollar estrategias que permitan identificar el segmento de mercado al cual se va a dirigir nuestro producto. Creando una adecuada mezcla de marketing (producto, precio, plaza y promoción); que permita posicionar a nuestra empresa como proveedora eficiente de productos de calidad que satisfagan las necesidades del consumidor.	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Administración y dirección de la empresa. • Representar a la empresa y realizar las gestiones de la empresa. • Presidir todas las reuniones de la empresa. • Coordinar las relaciones entre la empresa y cualquier otro organismo ya sea público o privado, para de esa manera obtener beneficios para la organización. • Formalizar con su firma cuantos documentos emanen de la empresa. • Cumplir y hacer cumplir con todos los acuerdos establecidos por la empresa. • Identificar las oportunidades del mercado para nuevas alianzas estratégicas. • Tomar decisiones acertadas, de tal forma que permita utilizar de una manera eficiente los recursos de la empresa, logrando alcanzar con objetivos económicos que se haya planteado la organización. 	
REQUERIMIENTOS	
NIVEL DE ESTUDIOS	ING. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
EXPERIENCIA LABORAL	CONOCIMIENTO DE MANEJO DE PERSONAL
IDIOMAS	INGLES MEDIO
CONOCIMIENTOS ADICIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad para trabajo en equipo. - Fácil adaptación a cambios estructurales. - Flexibilidad. - Poseer conocimientos de liderazgo. - Actualización permanente en administración. 	

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

Tabla 83 Funciones Contador

CARGO	CONTADOR (honorarios)
N° DE CARGOS	1
REPORTA A:	GERENTE
MISIÓN	
<p>Un Contador General es un individuo que completa los derechos de contabilidad para las empresas. En función de las especialidades de la contaduría y la escala de la empresa, la documentación contable que procesa normalmente, corresponde a impuestos, registros financieros y 163 de rendición de cuentas para la distribución de informes económicos. Los Contadores juegan un papel vital en los negocios que las trabajan, ya sea una pequeña empresa o una corporación global.</p>	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Estar constantemente actualizándose con lo que respecta al Servicio de Rentas Internas y asuntos afines a su cargo. • Realizar los pagos autorizados por la gerencia y realizar las retenciones dispuestas por la ley. Tener la documentación del control contable al día. • Cumplir con el pago de remuneraciones, servicios, bienes y otros gastos. • Estar pendiente e informar a administrador sobre el vencimiento de documentos. • Elaborar estados financieros y poner a conocimiento de la gerencia el presupuesto anual. 	
REQUERIMIENTOS	
NIVEL DE ESTUDIOS	TITULO DE COANTADOR CPA
EXPERIENCIA LABORAL	EXPERIENCIA EN MANEJO DE SISTEMAS CONTABLES
CONOCIMIENTOS ADICIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad para trabajo en equipo. - Fácil adaptación a cambios estructurales. - Flexibilidad. - Poseer conocimientos de liderazgo. - Actualización permanente en contabilidad. 	

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

Tabla 84 Funciones Operario

CARGO	OPERARIO
Nº DE CARGOS	2
REPORTA A:	ADMINISTRADOR
MISIÓN	
Conjunto de trabajadores que aportan básicamente el factor trabajo en la producción y a cambio reciben un salario o contraprestación económica, sin ser propietarios individuales de los medios de producción.	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de las correas artesanales. • Elaboración de órdenes de requisición de materias primas y materiales de aseo. • Entrega de productos terminados en el tiempo requerido y de la calidad deseada. • Mantenimiento y aseo del área de producción. • Aplicar eficientemente cada proceso establecido para la elaboración de correas artesanales. • Optimizar costos y tiempo en la producción 	
REQUERIMIENTOS	
NIVEL DE ESTUDIOS	BACHILLERATO
EXPERIENCIA LABORAL	CONOCIMIENTO EN LA ELABORACION DE CORREAS ARTESANALES
CONOCIMIENTOS ADICIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad para trabajo en equipo. - Fácil adaptación a cambios. - Flexibilidad. - Poseer conocimientos en producción de correas. 	

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

Tabla 85 Funciones Vendedor

CARGO	VENDEDOR
Nº DE CARGOS	1
REPORTA A:	ADMINISTRADOR
MISIÓN	
Lograr buenos resultados en la zona o sector de ventas que le ha sido asignado para vender los productos o servicios que la empresa comercializa.	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los clientes en todos los requerimientos. • Mantener limpio y organizado el espacio de trabajo. • Mantener un registro organizado de las ventas que realice la empresa. • Apoyar al contador en las actividades que corresponda. 	
REQUERIMIENTOS	
NIVEL DE ESTUDIOS	BACHILLERATO
EXPERIENCIA LABORAL	CONOCIMIENTO EN VENTAS
IDIOMAS	INGLES BÁSICO
CONOCIMIENTOS ADICIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad para trabajo en equipo. - Fácil adaptación a cambios estructurales. - Flexibilidad. - Poseer conocimientos de ventas y atención al cliente. - Actualización permanente en estrategias de ventas. 	

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

6.3. Aspecto Legal

6.3.1. Base Legal de Constitución

la razón social será “LA CORREÍTA” correa artesanal de calidad y duradera.

Personería Jurídica

La empresa de producción y comercialización de correas artesanales se creará como empresa en sociedad comercial.

Domicilio. el domicilio de la empresa será en la República del Ecuador, Provincia Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia San Francisco.

Objeto. la empresa “LA CORREITA ”.; tiene como objeto y finalidad, brindar un producto de calidad; por ello se dedicara a la producción y comercialización de correas artesanales en la parroquia San Francisco de Ibarra, la misma que podrá ejercer todas las actividades permitidas por la Ley y aporta a la formación de otras compañías.

Escritura Pública. el futuro representante de la empresa deberá acudir ante el notario de la provincia para realizar la escritura pública de constitución.

Aprobación. La escritura pública será presentada ante un Juez de lo Civil solicitando su constitución, mismo que publicará en un diario de mayor circulación, un extracto de la constitución de la empresa.

Inscripción. Una vez autorizada el gerente o propietario deberá inscribir en el Registro mercantil.

6.3.2. Permisos de Funcionamiento.

Los permisos de funcionamiento de la empresa de producción y comercialización de correas artesanales serán los Siguietes.

a) Obtención del Registro Único de Contribuyentes.

- Cedula de identidad del representante legal.

- Copia del certificado de votación.
- Recibo de uno de los servicios básicos.

b) Obtención de Patente Municipal

- Recibo del último pago del impuesto Predial.
- Copia del RUC.
- Documentos personales del representante legal.

c) Requisitos para Obtener el Permiso del Ministerio de Salud

- Llenar la solicitud del permiso de funcionamiento.
- Reunir la documentación necesaria para ingresar junto con la solicitud.
- Al ingresar la solicitud y documentación, se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- Entrega de informe final.

6.4. Control interno

6.4.1. Manejo de recursos humanos

- Cumplimiento de las leyes, reglamentos, políticas establecidas dentro y fuera de la organización.
- Confiabilidad de la información.
- Eficiencia y eficacia de las operaciones.
- Planeación, planes de trabajo anual, mensual e individual.
- Elaborar y mantener datos financieros confiables y presentarlos correctamente en informes oportunos.
- Control de recursos de todo tipo, a disposición de la entidad.
- Control de asistencia.
- Segregación de funciones de acuerdo a las capacidades laborales de los empleados.

6.4.2. Manejo de inventarios

- Establecer relaciones exactas entre las necesidades probables y el abastecimiento del producto.
- Definir características para los inventarios y clasificar cada mercadería en la categoría adecuada.
- Mantener los costos de abastecimiento al más bajo nivel posible.
- Mantener un nivel adecuado de inventario
- Satisfacer rápidamente la demanda.
- Ordenes de ingreso y salida de la mercadería
- Fichas de entrada y salida.
- Utilización de kardex.
- Fijación de niveles máximos y mínimos para el control de existencias

6.4.3. Manejo de efectivo

- Conciliación bancaria
- Comprobantes de egresos de efectivo
- Constatación física de dinero
- Formulación y ajuste de las partidas de conciliación
- Arqueo de caja sorpresivo.

6.4.4. Manejo de la documentación presentada

- El buen manejo de la documentación a cargo de la persona responsables.
- Proteger los documentos ordenadamente
- Correctos archivos de documentos como: facturas depósitos, notas de crédito, notas de débito, comprobantes de ingreso y egreso, comprobantes de liquidación.

CAPITULO VII

7. IMPACTOS.

Para el respectivo análisis de los impactos generados en el presente proyecto, se efectuó aplicando la matriz de valoración en una escala de 1 al 3, con valores positivos y negativos, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 86 Valoración Impactos

POSITIVO	NIVEL
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
NEGATIVO	NIVEL
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

Esta fórmula permite el análisis respectivo en cada uno de los ámbitos tales como.

- Económico
- Productivo -empresarial
- Ambiental
- Socio- cultural
- Educativo

7.1. Impacto Económico

Tabla 87 Impacto Económico

IMPACTO ECONÓMICO								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Clientes satisfechos por distribución directa						x		2
Creación de nuevas fuentes de empleo					x			2
Producto nuevo y a precio razonable							x	3
Rentabilidad del proyecto							x	3
							TOTAL	7

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{7}{4} = 2,5 \text{ Medio positivo } = 3$$

ANÁLISIS

De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis del impacto económico, se determina que la creación de la nueva empresa productora y comercializadora de correas artesanales, generará en la sociedad un impacto alto positivo, ya que por medio de esta se mejorará la calidad de vida de las personas que trabajaran en el proyecto porque generará un buen nivel de sus ingresos, se brindará a todo el personal tanto administrativo como de producción una estabilidad laboral tal como se estipula en las Leyes Ecuatoriana, así como también los clientes estarán satisfechos con el producto que ofreceremos ya que este será de calidad.

7.2. Impacto Productivo- Empresarial

Tabla 88 Impacto Productivo-Empresarial

IMPACTO PRODUCTIVO- EMPRESARIAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Fuentes de trabajo						x		2
Infraestructura adecuada						x		2
Generar emprendimiento						x		2
mejorar la atención al cliente						x		2
TOTAL								8

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

ANÁLISIS

Con la implantación de la unidad productiva se pretende incrementar, aunque en menor proporción fuentes de trabajo que beneficia a las familias, con una infraestructura adecuada lo que fortalecerá el crecimiento empresarial del sector lo que quiere decir que habrá un impacto positivo en un nivel alto.

La generación de este tipo de proyecto mostraría las posibilidades productivas y empresariales que tendría la industria de correas, esto incentivará a las microempresas a dar un servicio completo el cual ayudará directamente al aumento de ingresos, aspecto que derivará en una importante comercialización del producto.

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{8}{4} = 2,00 \quad \text{Alto positivo} = 2$$

7.3. Impacto Ambiental

Tabla 89 Impacto Ambiental

IMPACTO AMBIENTAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Utilización del internet para ahorro papel					x			1
Contaminación auditiva						x		2
Clasificación de desechos Orgánicos						x		2
Mantenimiento constante de instalaciones					x			1
								TOTAL
								6

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{6}{4} = 1,50 \text{ Medio positivo } = 2$$

ANÁLISIS

La utilización de papel genera un impacto ambiental alto por lo tanto las ordenes y las comunicaciones internas se realizará mediante internet a los correos electrónicos de cada empleado con la finalidad del ahorro de papel, la contaminación audita dentro de empresa se generará por el uso constante del martillo lo que es para evitar eso se utilizara tapones auditivos para así mitigar este impacto. La clasificación de los desechos ayudará a contribuir tendrá un ingreso extra de autogestión, el mantenimiento de las instalaciones se realizará constantemente ya que existe mucho desperdicio esto genera basura y esta debe ser limpiado y botada a la basura.

7.4. Impacto Socio-Cultural

Tabla 90 Impacto Socio-Cultural

IMPACTO SOCIO-CULTURAL								
INDICADORES	-	-	-	0	1	2	3	Σ
	3	2	1					
Satisfacción de todos los requerimientos del producto							x	3
Disponibilidad inmediata del producto							x	3
Calidad del producto						x		2
Imagen empresarial						x		2
								TOTAL
								10

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,50 \quad \text{Alto positivo} = 2,50$$

La satisfacción de los requerimientos del producto este deber estar al alcance de los clientes y satisfaciendo los requerimientos de dicho cliente, la disponibilidad inmediata del producto ya que este debe mantener un stock adecuado del producto, de tal manera que permita cubrir la demanda de sus clientes. la empresa dispondrá de productos de calidad acorde a las exigencias del cliente, lo que permitirá que la empresa tenga una buena imagen empresarial.

7.5. Impacto educativo

Tabla 91 Impacto educativo

IMPACTO EDUCATIVO								
INDICADORES	-	-	-	0	1	2	3	Σ
	3	2	1					
Conocimiento e investigación						x		2
Incentivo a la iniciativa privada							x	3
Aporte a la comunidad universitaria						x		2
TOTAL								7

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{7}{4} = 1,75 \quad \text{Medio positivo} \quad =2$$

Al contar con un impacto de educación alto positivo se busca que la realización de este trabajo al ser donado a la biblioteca de universidad sirva como fuente de investigación para futuros proyectos, siendo un tema desarrollado en la producción y comercialización de correas artesanales, en donde se maneja bases teóricas, práctico, técnico, lo humano y la rentabilidad social y económico, contribuye al avance educativo de la sociedad.

7.5. Impacto General

Tabla 92 Impacto General

IMPACTO GENERAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
IMPACTO SOCIAL						x		2
IMPACTO ECONÓMICO						x		2
IMPACTO ETICO							x	3
IMPACTO AMBIENTAL						x		2
IMPACTO EDUCATIVO						X		2
TOTAL								11

Elaborado por: Estefanía Navarrete

Año: 2016

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{11}{5} = 2,20 \quad \text{Alto positivo} \quad =2$$

ANÁLISIS

El proyecto en estudio tiene impacto general alto positivo, pues no hay elemento dañino o dudoso que pueda poner en peligro a la sociedad o a la naturaleza, pues esto implica que es factible realizar.

CONCLUSIONES

Al concluir el estudio de factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de correas artesanales se obtuvo las siguientes conclusiones:

- Mediante el Diagnóstico Situacional se identificará los aliados, oponentes, oportunidades, riesgos y se concluye que en la Ciudad de Ibarra no existe empresas que produzcan correas artesanales por lo tanto las condiciones son adecuadas para la ejecución del proyecto debido a que la empresa se adapta a estas condiciones siendo la de más incidencia la obtención de materia prima, que es la suficiente para cubrir la producción.
- El Marco Teórico se realizó como sustentación de la propuesta de la creación de la Empresa, de tal manera que proporcionó información importante del tema en estudio, a través de un diagnóstico externo del entorno e información bibliográfica.
- Se realizó un Estudio de Mercado mediante la aplicación de encuestas a los posibles consumidores, para identificar los gustos y preferencia de los potenciales clientes, permitiendo demostrar la existencia de un mercado potencial insatisfecho de Correas Artesanales de 83.173 unidades demanda actual que no logra cubrir la oferta
- Se determinó en el Estudio Técnico la Macrolocalización, Microlocalización que más se ajuste para la ubicación de la Empresa. Las instalaciones de la Empresa estarán acorde a las actividades de producción y administrativas para garantizar un ambiente laboral sano, así como también la disponibilidad de recursos necesarios para el buen funcionamiento.
- De acuerdo al análisis financiero, el VAN determinó un resultado \$ 41.974,86; siendo mayor a cero concluyéndose que el proyecto es rentable, y se obtuvo un TIR de 58.71%, una relación de costo/beneficio de 0.19 ctvs., con un período de recuperación de 4 años, 1 meses.

- La estructura organizativa se concluye que la Microempresa estará sustentada en la creación de funciones administrativas, políticas, objetivos, misión, visión, diseño de funciones del talento humano requerido para la producción de correas artesanales.
- Una vez analizado los impactos que genera el proyecto se concluye que el proyecto tiene un impacto alto positivo, lo que significa que la creación de la Empresa representa una alternativa de generación de fuentes de trabajo, réditos económicos y la contribución al cambio de la matriz productiva del país.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda la ejecución del proyecto puesto que se determinó la factibilidad a lo largo de todas a fases del estudio y aprovechar los aliados y oportunidades, ya que la zona es considerada como potencial para la producción de correas artesanales.
- Se debe tomar en cuenta los conceptos teóricos, ya que sirve de base para el análisis e interpretación del proyecto, así como también para su ejecución.
- El producto deberá responder a las exigencias del mercado manteniendo precios cómodos de forma que garantice su posicionamiento y permanencia, eso como resultado de interacción de la competencia, gustos y preferencias del consumidor.
- Emplear y aprovechar los factores de localización, como facilidad del transporte e implementación de normas creadas por el Estado para el incremento de nuevos mercados y poder conseguir mayor cobertura en el ámbito de comercialización.
- En el presente estudio financiero es recomendable buscar alianzas estratégicas financieras para evitar gastos en la inversión inicial lo que mejora la rentabilidad y utilidad. Organizar adecuadamente todo lo que tiene que ver con la documentación contable financiera y otros aspectos para la toma de decisiones. Además, estar en constante actualización con respecto a las nuevas normas, leyes, reglamentos establecidas por el gobierno.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos que se plantearon desde un inicio de sus actividades para garantizar el éxito de la empresa en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, H. V. (2013). Ingeniería Económica Básica . México : Cengage Learning.
- Arboleda, V. (2010). Proyecto, Forulación, Evaluacion y Control. AC Editores.
- Arnstrong, K. P. (2013). Fundmentos de Marketing. México: Perason.
- Baca, G. (2013). Evaluación de Proyectos Septima Edición. México : McGraw Hill Editores.
- Baca, U. G. (2013). Evaluación de Proyectos Septima Edición . México: Mc Graw Hill.
- Bravo, M. (2009). Estudio Financiero .
- Bravo, M. (2013). Contabilidad General. Quito Ecuador.
- Camarero, A. (2010). Focal Points in Manufacturing Strategic Planning in Spain. .
- Cantos, E. A. (2008). Diseño y Gestión de Microempresas. CODU.
- Cantos, E. A. (2008). Evaluación de Proyectos . México : CoDu.
- Chamorro, J. (2010). Manual de Economía . Ibarra.
- Chiliquina, M. (2007). Costos por órdenes de Producción Primera Edición . Graficolor
Imprenta .
- Córdova, M. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos . Bogotá: Ecoe.
- Córdova, P. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos . Ecoe Ediciones .
- D´Alessio, F. (2008). David y Goliat Iniciacion del Proyecto Primera edicion . México :
Grupo Editor Alfaomega .
- DeConceptos . (s.f.). Recuperado el Lunes 09 de Mayo de 2016, de
<http://deconceptos.com/general/cuero#ixzz3fydZrbsb>
- Fernandez, R. V. (2011). Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnica Primera Edicion .
Mexico : McGraw-Hill Interamerica .
- Flores, J. (2007). Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresa, Primera
Edición . Colombia : Editorial Ecoe Ediciones Ltda.
- Hernandez, R. Y. (2011). Introducción a la Administración. Mexico.

- Jácome, W. (2005). Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión. Ibarra: CUDIC Editorial Universitaria.
- Padilla, C. (2011). Formulacion y Evaluacion de Proyectos. Ecoe Ediciones.
- Quintero, F. L. (2010). Formulación Evaluación de Proyectos de Inversión . México : Instituto Politrcnico Nacional .
- Ramos, M. V. (2012). Principios de la Microempresa. México: Pearson.
- Sapag, N. C. (2011). Proyectos de Inversión, Formulacion y EValuación Segunda Edición. México: Editores Prentice hall.
- Vásquez, L. (2012). Scribd. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>.
- Zapata, P. S. (2008). Contabilidad General sexta edicion . México D.F.: Mc graw-hill interamericana edictores S.A .

ANEXOS

ANEXO A:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE CORREA

OBJETIVO: la presente encuesta tiene como objetivo conocer la oferta de correa en el área de investigación.

8 ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad de producción de correas?

- Menos de 5 años ()
- De 5 años a 10 años ()
- De 10 años en adelante ()

9 ¿La rentabilidad de la comercialización de correas es?

- Muy rentables ()
- Rentable ()
- Poco rentables ()

10 ¿Qué presentación utiliza usted para la comercialización de la correa

- En cajitas de cartón ()
- En fundas personalizadas ()
- Fundas de plástico ()

11 ¿El precio de venta de la correa en docenas es?

- Menos de 15 dólares ()

- Entre 15 y 25 dólares ()
- Más de 25 dólares ()

12 ¿Qué cantidad de correas en docenas vende semanalmente?

- Entre 5 y 10 unidades ()
- Entre 11 y 16 unidades ()
- Entre 16 y 21 unidades ()
- Más de 21 unidades ()

13 ¿Los precios de la correa que aspectos depende?

- Por los costos ()
- Por el mercado ()
- Por la calidad ()

14 ¿Cuál es la forma de comercialización de correas?

- Directa ()
- Indirecta o intermediarios ()
- Otro ()

15 ¿Cuál es el mercado de comercialización de correas?

- Local ()
- Otavalo ()
- Cotacachi ()
- Otro ()



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POSIBLES CONSUMIDORES DE CORREAS
ARTESANALES EN LA CIUDAD DE IBARRA

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

INSTRUCCIONES:

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

1.- ¿Cuántos personas de género masculino son en su familia?

2.- ¿Entre qué edad se encuentran?

5-10 () 11-16 () 17-22 () adulto mayor ()

3.- ¿Los miembros de su hogar utilizan correas artesanales de cuero?

Si () No ()

4.- ¿Está de acuerdo con la creación de una empresa que confeccione correas de cuero en la ciudad de Ibarra?

SI () NO ()

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

Mensualmente () Semestralmente () Anualmente () Otra () 6.-

¿Cree usted que las correas de cuero que compra cumple con sus expectativas?

SI () NO ()

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

Entre:

5-8 ()

9-11 ()

12- 13 ()

14- 17 ()

Otro ()

8.- ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique exclusivamente a la confección de correas artesanales de cuero?

SI () NO ()

9.- ¿En base a qué características elige correas de cuero a la hora de comprar?

Calidad () Precio () Elegancia ()

10.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una correa de cuero artesanal?

5-10 () 11-15 () 16-20 ()

11.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se comercialicen las correas de cuero artesanales?

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

Datos Informativos:

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

Sexo: Masculino () Femenino ()

Instrucción: Primaria () Secundaria () Superior ()

¡Gracias por su colaboración!

Producto Interno Bruto por clase de Actividad Económica

	2014	2015	%
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4,497,878	4,524,478	0.59%
Pesca y Acuicultura	738,094	780,454	5.74%
Explotación de minas, canteras, petróleo, gas natural y actividades de servicio relacionadas	5,943,445	6,033,135	1.51%
Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	7,204,954	7,452,506	3.25
Fabricación de productos de la refinación de petróleo	959,240	1,000,295	4.28%
Suministro de electricidad y agua	909,500	949,973	4.45%
Construcción	5,964,491	6,537,062	9.60%
Comercio al por mayor y al por menor, y reparación de vehículos automotores y motocicletas	6,681,137	6,938,361	3.85%
Transporte, almacenamiento, correo y telecomunicaciones	5,763,794	5,968,901	3.56%
Actividades de servicios financieros y Financiación de planes de seguro, excepto seguridad social	1,673,635	1,782,634	6.50%
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	3,124,777	3,546,622	13.60%
Otros elementos del PIB	2,931,389	3,044,694	3.87%
Hogares privados con servicio doméstico	145,485	146,940	1.00%
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	4,052,160	4,266,924	5.30%
Otros servicios	9,371,499	9,949,201	6.16%
Hoteles y Restaurantes	1,159,790	1,263,928	8.96%
PIB Total	61,121,458	64,186,129	5.01%

[Volver al listado](#) | [Hogar y Muebles](#) > [Muebles](#)

Publicación #10



Archivadores Aéreos Somos Fabricantes

Me gusta 0

U\$S 98⁰⁰

Artículo nuevo - Pichincha (Quito) (Quito)

Pago a acordar con el vendedor. Más información.

Envío a acordar con el vendedor.

Comprar





LINEA NUEVA

mobiliario Cia. Ltda.
PROFORMA
N°02669

RUC:1091734547001

Cliente:

Dirección JUAN ATABALIPA 9-124 Y TOBIA MENA

TELF: 2605465

Ruc: #1003535661

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
1	ESTACIÓN DE TRABAJO Modelo "ECO" Elaborada en Melamínico Duraplac Doble Cara de 25mm Con filo PVC muy resistente, Tamaño 1.40cm x 1.70cm cen "L", Contiene 1 Faldón en Melamínico, 1 Placa Lateral, 1 Base Mixta (Metal y Melamínico) (1) Cajonera Triple en Melamínico con seguridad para las 3 gavetas, (1) Porta Teclado de Riel con portalápices frontal (1) Pasacable Redondo de plástico.		236.61
2	SILLA OPERATIVA "FOCUS" Nacional C/brazos Espaldar Semireclinable sistema de regulación de altura, Base 5 Puntas con garruchas Plásticas Tapiz en Cuerina Negra.	77.68	155.36
6	SILLAS VISITA APILABLE MODELO "ERGO" (Sensa) Estructura en tubo redondo 7/8 x 1,2mm. Acabados en Pintura Electroestática y Texturizada Su Asiento y Espaldar son Anatómicos y está provistos de tuercas Tern. Tapiz Cuerina Negra. Sin Brazos.	41.96	251.76
4	ARCHIVADOR O CANCEL AÉREO METÁLICO, Tamaño 0,90cm Con Puerta Curva sistema de Riel Interno, con Seguridad. Acabados en Pintura Electroestática Texturizada. Con Laterales en Melamínico. Color Negro.	120.54	482.16
1	SILLON ESPERA TRIPESONAL CIMA estructura metálica tapiz en Cuerina Negra s/b.		196.43
Tiempo de Entrega: 15 Días Laborables		Subtotal \$	1,322.32
Forma de Pago: 60% AL Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma: Quince días		IVA 12%	158.68
Tiempo de Garantía: Un Año por Daños de Fabricación		TOTAL \$	1,481.00


Entregué Conforme
Irene Játiva

Reinventamos espacios
Muebles para Oficina y Hogar

Recibí Conforme
Exhibición: Pedro Moncayo y Olmedo Esq.
(Frente al Banco Pacifico) **Tel:** 2953-400 / 2611-107
Fábrica: Juan Montalvo 6-59 y Oviedo
(Frente Iglesia San Francisco) **Tel:** 2612-791
Ibarra - Ecuador



Proveedores de Partes
Venta de Computadores
Mantenimiento

Importadores de partes, Accesorios, Suministros de Computadores

VASQUIN Cia. Ltda.

RUC: 10910720112001

Asesoramiento Técnico
Instalaciones de Redes
Desarrollo de Software

Dirigido:
Fecha:

Prof. Num: 04VlIdr-014
Telf: 062 605465
098 4652891

PROFORMA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR U.	VALOR T.
2	COMPUTADOR INTEL CORE I3 COMBO CASE NEGRO T/M/P Teclado USB Español Mouse Optico USB Parlantes 2pz MAINBOARD DESKTOP S-1151 for i3/5/7 Video Incorporado Puertos USB Tarjeta de Red Puerto PCI Express Sonido Incorporado PROCESADOR INTEL CORE I3 S1150 DISCO DURO 500GB SATA 7200 RPM MEMORIA 4GB DDR3 PC 1333 DVD WRITER - LG LECTOR MULTITARJETAS INTERNO MONITOR 20" LED FLAT PANEL Incluye: Regulador de Voltaje, Pad-Mouse	495.02	990.04
2	IMPRESORA MULTIFUNCION EPSON L355	246.00	492.00
2	TELEFONO PANASONIC INALAMBRICO 2X1 C-ID	63.40	126.80
		SubTotal	1608.84
		Iva 12%	193.06
		Total	1801.90

GARANTIA:

Esta proforma caduca en 8 días

1 Año en Partes y Piezas Contra defectos de Fabricación

Forma de Pago:

De **CONTADO**, se haría un descuento del 5% al valor indicado.

Financiado con Tarjeta de crédito.

A 3 meses sin intereses y hasta 18 - 24 meses con intereses, dependiendo de la tarjeta.

Dirección: Sanchez y Cifuentes 21-134 y Tobias Menu Telf: 2640-617 / 2610-997 / 2610-998
Ibarra-Ecuador