



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

## **INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUEGOS DE COCINA Y BAÑO CONFECCIONADOS EN TELA, EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**

**PROYECTO PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN  
CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

**AUTORAS:** Cando Chávez Mayra Del Pilar  
Mejía Tirira Silvana Elizabeth

**DIRECTOR:** Ing. Manuel Chilinguina

**IBARRA - ECUADOR**

23 de Febrero del 2011

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo fundamental el buscar una alternativa de crecimiento y desarrollo al sector microempresarial de la Ciudad, con la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de juegos de baño y cocina.

El estudio de mercado determinó que el proyecto es factible debido a que las amas de casa tienen aceptación de adquirir el producto para sus hogares, dentro de la ciudad son pocas las productoras que se dedican a la confección de juegos de cocina y baño, una vez identificada esta falencia se ha propuesto realizar el presente estudio de factibilidad para crear una microempresa que permita generar fuentes de trabajo

La microempresa funcionará con una correcta y eficiente administración, cuya finalidad primordial es lograr convertirla en una microempresa líder en la zona norte del país que responda a las necesidades de todos los integrantes y beneficiarios de la misma.

En definitiva la inversión del proyecto a ejecutarse se justificará, a través de la dinamización de la actividad económica en la localidad, ya que no es considerada inversión alta, como se demuestra en los resultados correspondientes. Así pues el proyecto es rentable, tomando en cuenta que los gastos son mínimos, por lo cual puede alcanzar un buen posicionamiento en el mercado por las condiciones del mismo y la falta de competencia directa, esto permitirá mejorar el nivel de vida del productor y de los agentes involucrados en la operatividad de este proyecto, con el consiguiente desarrollo del sector artesanal de la Ciudad y la Provincia.

## EXECUTIVE SUMMARY

The present Project has like fundamental look for an alternative of increase and development to the microenterprise of the city, with the creation of a microenterprise of elaboration and commercialization of bath's sets and kitchen.

The study of market determined that Project is feasible, due to that *housewives* have acceptance of acquire the product for their homes, inside of the city are few the producing that be dedicate to the making of kitchen's sets and bath. Once identified this deficiency- be has proposed to realize the present study of easiness for create a microenterprise that permits to generate working fauntains.

The microenterprise will fuction with a correct and efficient administration, wohose fundamental parpase is abtain to convert in a leader microenterprise in the North zone of the cauntry that reply to the necessities of all integrants and beneficiarse of the some.

Finally the inversión of the Project to execute it, de will justify, through of the dinamization of the economic activity in the locality as isn't considerated high inversión, like be demonstrate in the correspondin results. As then the Project is profitable to bear in mind that expenditures are minimun by wich reach a good positionly in the marketh by conditions of the same and the shortage of direct competence. This will let to improve the level of life of the producings and of the included in the operativily of this Project, with the unfolding consequent of the artesanal sector of the city and the province.

# AUTORÍA

Nosotros, CANDO CHÁVEZ MAYRA DEL PILAR, portadora de la cédula de ciudadanía N° 040149353-1 y MEJÍA TIRIRA SILVANA ELIZABETH , portadora de la cédula de ciudadanía N° 040152285-9 declaramos bajo juramento que le trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUEGOS DE COCINA Y BAÑO COFECCIONADOS EN TELA EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma:

.....  
CI. N° 040109353-1

.....  
CI. N° 040152285-9

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por las egresadas, Cando Chávez Mayra Del Pilar y Mejía Tirira Silvana Elizabeth, para optar por el título de Ingenieras en Contabilidad Superior y Auditoria, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUEGOS DE COCINA Y BAÑO COFECCIONADOS EN TELA EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”. Considero que el mencionado trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 23 días del mes de febrero del 2011

Firma.

-----  
Ing. Manuel Chilibingua

C.I N° .....

## **DEDICATORIA**

Este trabajo que con grande esfuerzo, sacrificio y sobre todo de mucha perseverancia, se la dedico a mis padres, quienes me enseñaron a luchar y triunfar en la vida a mis hermanos que con su apoyo moral me ayudaron a culminar este trabajo.

Con Cariño MAYRA

Este trabajo de gran perseverancia lo dedico primero a Dios, a mis padres, hermanos y amigos que hicieron posible que cumpla mi meta y sueño en mi vida profesional.

Con Cariño SILVANA

VI

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a la Universidad Técnica del Norte, quien nos abrió las puertas y nos dio la oportunidad de formarnos como profesionales. De la misma manera

agradecemos a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas y todo el personal docente que laboran en la misma, quienes compartieron sus conocimientos sin ningún egoísmo.

Al Ing. Manuel Chiliquinga, quien en calidad de asesor nos supo guiarnos para la culminación de este trabajo.

Al Ing. Walter Jácome, quien nos brindó la confianza y sobre todo por el apoyo incondicional en la elaboración del proyecto.

A todos nuestros amigos y amigas que de alguna manera estuvieron apoyándonos durante este largo y arduo trabajo.

## VII

### **PRESENTACIÓN**

El presente proyecto comprende el Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de juegos de cocina y baño en la Ciudad de San Gabriel,

Cantón Montúfar, Provincia del Carchi. A continuación se expone una síntesis de lo que se trata en cada capítulo del informe final del trabajo de grado.

El proyecto está estructurado de siete capítulos, siendo los siguientes: Diagnóstico Situacional, estudio de mercado, marco teórico, estudio técnico e ingeniería del proyecto, estructura administrativa y funcional de la microempresa, estudio financiero y análisis de impactos, mismos que son necesarios y fundamentales para la elaboración y ejecución del proyecto en la ciudad de San Gabriel.

Capítulo I, diagnóstico situacional, donde se resalta los antecedentes de de la ciudad de San Gabriel, la actividad artesanal su importancia y perspectivas de desarrollo mediante la aplicación y análisis de los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

Capítulo II hace referencia a las bases teóricas donde se conceptualiza los parámetros técnicos de la elaboración y comercialización del producto, así como también aspectos relacionados a la operación administrativa y financiera de la microempresa.

Capítulo III , es el estudio de mercado, en donde se puede determinar la oferta, la demanda, precios, mediante la encuesta realizada a las amas de casa de la Ciudad, como también a los centros comerciales, considerandos demandantes del producto a ofrecer

## VIII

Capítulo IV, ingeniería del proyecto, formula un diseño técnico sobre las instalaciones de la microempresa, establece la capacidad de producción y los procesos productivos optimizando recursos, delimitando las inversiones para el funcionamiento de la misma.



Capítulo V, estructura administrativa y funcional de la microempresa, hace referencia al organigrama, descripción de puestos y funciones, así como también la matriz de competencias.

Capítulo VI, Hace referencia a la inversión del proyecto, de la misma manera se determina el capital de trabajo con el que va a partir, es decir se determina el monto que se utilizará en la adquisición de los materiales directos e indirectos, como también gastos administrativos y ventas, así mismo se determinará los ingresos y egresos producidos dentro de un periodo, con todos estos resultados se puede obtener los balances proyectados, mismos que ayudan a determinar la evaluación financiera del proyecto, siendo estas el TIR, VAN, Beneficio – Costo, mismos que son analizados para determinar la factibilidad del proyecto.

Capítulo VII, Análisis de impactos, es un análisis que se determina al establecer el proyecto, cuales son los beneficios o desventajas que tiene en la implantación del proyecto, siendo esta en el área: socio económico, educativo cultural, empresarial, ético y ambiental.

Finalmente se llega a determinar las conclusiones y recomendaciones, establecidas durante la investigación y desarrollo de todos los capítulos antes mencionados.

## IX

### ÍNDICE GENERAL

**Págs.**

PORTADA .....	I
RESUMEN EJECUTIVO.....	II
AUTORÍA.....	IV
INFORME DE PROFESOR – DIRECTOR.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
PRESENTACIÓN.....	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	X
ÍNDICE DE CUADROS.....	XVII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XX

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
--------------------------	----------

## **II. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Objetivos.....	4
1.2.1. General.....	
1.2.2. Específicos.....	
1.3. Variables Diagnósticas.....	5
1.3.1. Identificación de Variables.....	
1.3.2. Indicadores.....	
1.4. Matriz de Relación Diagnóstica.....	7
1.5. Identificación de la Población.....	8
1.6. Cálculo de la Población.....	
	X
1.7. Diseños de Instrumentos de Investigación.....	9
1.7.1. Encuesta.....	
1.7.2. Entrevista.....	10
1.7.3. Observación.....	

1.7.4. Integración de la Muestra.....	
1.8. Resultados y Análisis de Información.....	11
1.9. Diagnóstico Externo.....	22
1.9.1. Aliados.....	
1.9.2. Oponentes.....	23
1.9.3. Oportunidades.....	
1.9.4. Riesgos.....	24
1.10. Identificación del Problema Diagnóstico.....	25

## **II. MARCO TEÓRICO**

2.1. Artesanos.....	26
2.1.1. Quienes son los Artesanos.....	
2.1.2. Características de un Artesano.....	
2.1.3. Trámites para la Calificación Artesanal.....	27
2.1.4. Requisitos para la Calificación Artesanal.....	
2.1.5. Leyes y Reglamentos que Rigen a los Artesanos.....	28
2.2. Microempresa.....	
2.2.1. Visión.....	
2.2.2. Misión.....	29
2.2.3. Objetivos de la Microempresa.....	
2.2.4. Características de la Microempresa.....	
2.3. La Pequeña Industria Textil.....	30
2.3.1. Concepto.....	
2.3.2. Evolución de la Pequeña Industria Textil.....	
2.3.3. Características de la Pequeña Industria Textil.....	31
2.3.4. Ventajas y Desventajas de la Pequeña Industria Textil.....	
2.4. Proyecto.....	32
2.4.1. Concepto.....	
2.5. Estudio de Mercado.....	33

2.5.1. Concepto.....	
2.5.2. Mercado.....	
2.5.3. Segmentación de Mercado.....	34
2.5.4. Demanda.....	
2.5.5. Oferta.....	
2.5.6. Comercialización.....	35
2.5.6.1. Definición.....	
2.5.6.2. Producto.....	
2.5.6.3. Precio.....	36
2.5.6.4. Plaza.....	
2.5.6.5. Promoción.....	37
2.6. Estudio Técnico.....	
2.6.1. Concepto.....	
2.6.2. Macro y Micro Localización.....	
2.6.3. Tamaño del Proyecto.....	38
2.6.4. Punto de Equilibrio.....	39
2.7. Estudio Económico.....	
2.7.1. Concepto.....	
2.7.2. Inversión Fija.....	40
2.7.3. Inversión Variable.....	
2.7.4. Flujo de Caja o Efectivo.....	
2.8. Índices de Evaluación Financiera.....	41
2.8.1. Balances Proyectados.....	
2.8.2. Valor Actual Neto (VAN).....	
2.8.3. Tasa Interna de Retorno.....	42
2.8.4. Tiempo de Recuperación de la Inversión.....	43
2.8.5. Beneficio Costo.....	44
2.9. Impactos.....	

### III. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación.....	45
3.2. Identificación del Producto o Servicio.....	46
3.2.1. Juegos de Cocina.....	
3.2.2. Juegos de Baño.....	
3.3. Mercado Meta.....	47
3.4. Segmentación de Mercado.....	
3.5. Análisis de la Demanda.....	48
3.6. Proyección de la Demanda.....	
3.7. Análisis de la Oferta.....	51
3.8. Proyección de la Oferta.....	
3.9. Balance Oferta Demanda.....	
3.10. Análisis de la Competencia.....	52
3.11. Proyección de Precios.....	53
3.12. Sensibilidad de la Investigación.....	
3.13. Conclusiones de la Investigación.....	54

#### **IV. ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO**

4.1. Macro y Micro Localización del Proyecto.....	55
4.1.1. Macro Localización.....	
4.1.2. Micro Localización.....	56
4.2. Matriz de Factores.....	57
4.3. Ubicación de la Planta.....	60
4.4. Distribución de la Planta.....	
4.5. Tamaño del Proyecto.....	61

XIII

4.6. Proceso Productivo.....	62
4.7. Diagrama de Bloques.....	63
4.8. Flujograma Operativo.....	64
4.9. Valoración de Inversiones.....	67

4.9.1. Inversión Fija.....	
4.9.1.1. Maquinaria.....	
4.9.1.2. Muebles y Enseres.....	68
4.9.1.3. Equipo de Computación y Oficina.....	
4.9.2. Inversión a Diferirse.....	69
4.10. Resumen de Inversión Fija y a Diferirse.....	

## **V. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA**

5.1. Denominación de la Microempresa.....	70
5.2. Misión de la Microempresa.....	
5.3. Visión de la Microempresa.....	
5.4. Objetivos Microempresariales.....	
5.5. Valores Microempresariales.....	71
5.6. Organigrama Estructural.....	
5.7. Niveles Administrativos.....	72
5.7.1. Nivel Ejecutivo.....	
5.7.2. Nivel Auxiliar o de Apoyo.....	
5.7.3. Nivel Operativo.....	
5.8. Perfil de Puestos.....	73
5.8.1. Gerente Supervisor.....	
5.8.2. Secretaria Contadora.....	74
5.8.3. Producción.....	76
5.8.4. Comercialización.....	77
5.9. Matriz de Competencias.....	78

XIV

5.10. Constitución Legal de la Microempresa.....	81
--	----

## **VI. ESTUDIO FINANCIERO**

6.1. Inversión Total del Proyecto.....	83
--	----

6.2. Destino de la Inversión.....	
6.3. Cálculo del Costo de Oportunidad.....	84
6.4. Tasa de Redescuento.....	
6.5. Pronóstico de Ventas.....	85
6.6. Presupuesto de Ingresos.....	86
6.7. Presupuesto de Egresos (Costos y Gastos).....	
6.8. Determinación del Capital de Trabajo.....	91
6.9. Balance General Inicial al Año 0.....	95
6.10. Proyección de Estados Financieros de Pérdidas y Ganancias...	97
6.11. Flujos de Caja Proyectados.....	98
6.11.1. Flujo de Caja Libre Proyectado.....	
6.11.2. Flujo de Caja con Protección Proyectado.....	99
6.12. Evaluación de Inversiones.....	
6.12.1. Valor Actual Neto (VAN).....	
6.12.2. Tasa Interna de Retorno.....	100
6.12.3. Relación Beneficio Costo.....	102
6.12.4. Punto de Equilibrio.....	103
6.12.5. Período de Recuperación de la Inversión.....	104
6.12.6. Análisis de Sensibilidad y Riesgo del Proyecto.....	105

## **VII. IMPACTOS**

7.1. Impacto Socio Económico.....	107
7.2. Impacto Educativo Cultural.....	108
7.3. Impacto Empresarial.....	109

XV

7.4. Impacto Ético.....	110
7.5. Impacto Ambiental.....	111
7.6. Resumen de Impactos.....	112

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Conclusiones.....	114
Recomendaciones.....	115
Bibliografía.....	116
Anexos.....	118

XVI

## ÍNDICE DE CUADROS

**CUADRO**

**TÍTULO**

**PÁG**



CUADRO N° 1	Matriz de Relación Diagnóstica.....	7
CUADRO N° 2	Juegos de Cocina y Baño.....	11
CUADRO N° 3	Frecuencia de Compra.....	12
CUADRO N° 4	Preferencia de Compra.....	
CUADRO N° 5	Cantidad de Compra.....	13
CUADRO N° 6	Precio de los Juegos.....	
CUADRO N° 7	Lugar de Compra.....	14
CUADRO N° 8	Competencia.....	
CUADRO N° 9	Materia Prima.....	15
CUADRO N° 10	Terminados de los Juegos.....	16
CUADRO N° 11	Importancia del Servicio al Cliente.....	
CUADRO N° 12	Aceptación para la Creación de la Microempresa..	17
CUADRO N° 13	Ubicación de la Microempresa.....	18
CUADRO N° 14	Denominación de la Microempresa.....	19
CUADRO N° 15	Publicidad.....	20
CUADRO N° 16	Segmentación de Mercado.....	47
CUADRO N° 17	Determinación de la Posible Demanda.....	49
CUADRO N° 18	Tasa de Crecimiento de la Demanda.....	
CUADRO N° 19	Proyección de la Demanda.....	50
CUADRO N° 20	Proyección de la Oferta.....	51
CUADRO N° 21	Balance Oferta – Demanda.....	52
CUADRO N° 22	Proyección de Precios.....	53
CUADRO N° 23	Diseño de la Matriz.....	57
CUADRO N° 24	Diseño de la Matriz Priorizada.....	58
CUADRO N° 25	Distribución de las Áreas de Construcción.....	61
CUADRO N° 26	Capacidad Productiva.....	62
XVII		
CUADRO N° 27	Flujograma Operativo.....	64
CUADRO N° 28	Actividades del Proceso de Producción.....	65
CUADRO N° 29	Maquinaria.....	67
CUADRO N° 30	Muebles y Enseres.....	68

CUADRO N° 31	Equipo de Computación.....	
CUADRO N° 32	Inversión a Diferirse.....	69
CUADRO N° 33	Resumen de Inversión Fija y a Diferirse.....	
CUADRO N° 34	Matriz de Competencias.....	78
CUADRO N° 35	Inversión Total del Proyecto.....	83
CUADRO N° 36	Inversión Requerida.....	
CUADRO N° 37	Costo de Oportunidad.....	84
CUADRO N° 38	Pronóstico de Ventas.....	85
CUADRO N° 39	Presupuesto de Ingresos.....	86
CUADRO N° 40	Material Directo.....	
CUADRO N° 41	Mano de Obra Directa.....	87
CUADRO N° 42	Material Indirecto.....	
CUADRO N° 43	Servicios Básicos.....	88
CUADRO N° 44	Gastos de Constitución.....	
CUADRO N° 45	Resumen de Costos de Producción.....	89
CUADRO N° 46	Gasto Personal Administrativo.....	90
CUADRO N° 47	Suministros y Material de Oficina.....	
CUADRO N° 48	Gasto de Ventas.....	
CUADRO N° 49	Gastos de Comercialización.....	91
CUADRO N° 50	Capital de Trabajo.....	
CUADRO N° 51	Tabla de Amortización de la Deuda.....	93
CUADRO N° 52	Depreciación de Activos.....	95
CUADRO N° 53	Resumen de Costos y Gastos.....	
CUADRO N° 54	Balance General Inicial.....	96
CUADRO N° 55	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	97
CUADRO N° 56	Flujo de Caja Libre Proyectado.....	98
XVIII		
CUADRO N° 57	Flujo de Caja con Protección Proyectado.....	99
CUADRO N° 58	Beneficio Costo.....	103
CUADRO N° 59	Punto de Equilibrio.....	104
CUADRO N° 60	Recuperación de la Inversión.....	105

CUADRO N° 61	Escala de Impactos.....	106
CUADRO N° 62	Impacto Socio Económico.....	107
CUADRO N° 63	Impacto Educativo Cultural.....	108
CUADRO N° 64	Impacto Empresarial.....	109
CUADRO N° 65	Impacto Ético.....	110
CUADRO N° 66	Impacto Ambiental.....	111
CUADRO N° 67	Resumen General de Impactos.....	112

XIX

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

**GRÁFICO**

**TÍTULO**

**PÁG.**

GRÁFICO N° 1	Macro Localización.....	55
GRÁFICO N° 2	Croquis de Ubicación.....	56
GRÁFICO N° 3	Diseño y Distribución de la Planta.....	60
GRÁFICO N° 4	Organigrama Estructural.....	72

XX

## **INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto nace con la necesidad de crear una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de juegos de cocina y baño, para ello se

realizó un diagnóstico situacional que permitió identificar el principal problema que atraviesa la ciudad de San Gabriel esto se pudo determinar mediante una encuesta realizada a las amas de casa estableciendo así; que no existen unidades productivas que trabajen corporativamente para ofertar productos de uso doméstico a precios atractivos y que puedan competir adecuadamente en el mercado, provocan que las amas de casa produzcan en forma individual y con una comercialización que privilegia la competencia desleal.

Por lo tanto las investigaciones realizadas, durante el desarrollo del proyecto, son de tipo cualitativa, investigaciones realizadas dentro de la Ciudad, la investigación descriptiva es una investigación general y así mismo de tipo bibliográfica o documental, bases teóricas que ayudan al sustento del proyecto.

La creación de una microempresa denominada CONFECIONES SU HOGAR para la elaboración y comercialización de juegos de cocina y baño en la Ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, constituye una alternativa que ayudará a generar fuentes de empleo a las operarias involucradas en la actividad artesanal, esto a la vez ayudará a mejorar sus ingresos y por ende a mejorar la calidad de vida.

Con los métodos y técnicas aplicados en la elaboración de los juegos de cocina y baño se tendrá a disposición un producto de calidad, competitivo a nivel regional y en cantidades suficientes.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

## 1.1. Antecedentes

El Cantón Montúfar pertenece a la Provincia del Carchi fue creado el 27 de septiembre de 1905. Su cabecera cantonal es **San Gabriel**, la misma que el 11 de noviembre de 1992 fue declarada por la UNESCO como “Patrimonio Nacional del Ecuador”, por la fachada colonial de sus construcciones. Conocida también como la ciudad de la Entera Primavera, se encuentra localizado en el sector sur este de la Provincia del Carchi, a 40 km. De Tulcán.

San Gabriel es el eje vial de las carreteras que conducen al bosque de los arrayanes, a la laguna del Salado y a la Cascada de Paluz.

El Cantón Montúfar tiene una extensión de 398,25 Km<sup>2</sup> y aproximadamente 32.127 habitantes de los cuales 17.335 pertenecen a la población urbana y 14.792 población rural según proyecciones del INEC para el año 2010

Este territorio se caracteriza por la organización comunitaria y de participación. El cantón cuenta con una Asamblea de Unidad Cantonal, creada en el 2003 para la consolidación del proceso de identidad de Montúfar. La Asamblea se enfoca en la participación pública y privada mediante la planificación y la coordinación interinstitucional de la sociedad civil organizada para fortalecer el desarrollo local.

El Cantón Montúfar basa su actividad económica y productiva en actividades dedicadas a la agricultura, ganadería, el comercio, los servicios y la manufactura, la agricultura es la base económica de este Cantón que es una región muy bien dotada para la actividad agrícola debido a que sus suelos son fértiles; de los cultivos agrícolas más importantes debe destacarse la papa y otros cultivos importantes como son: El maíz, trigo, arveja, frejol, haba, melloco, etc.

Este cantón cuenta con cinco parroquias rurales y dos urbanas.

### **1.1.1. Parroquias Rurales:**

- a) Chitán de Navarretes.
- b) Fernández Salvador.
- c) Cristóbal Colón.
- d) La Paz.
- e) Piartal.

### **1.1.2. Parroquias Urbanas:**

- a) González Suárez.
- b) San José.

El Cantón Montúfar posee una gran variedad de atractivos turísticos naturales, culturales, religiosos y de investigación, siendo los de mayor relevancia:

- a) La Gruta de Rumichaca de la Paz.
- b) El Bosque de los Arrayanes.
- c) La Laguna El Salado.
- d) Cascada de Palúz.

Del estudio de la situación productiva del Cantón Montúfar existe un número poco significantito de producción artesanal, debiéndose anotar que muy pocos de ellos tienen contacto con mercados nacionales y locales mismo que debe adoptar una forma de comercialización para traer beneficios económicos y consolidar esta actividad productiva.

Identificada esta falencia nos hemos propuesto realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de artículos de cocina y baño que ayuden a mejorar la actividad comercial en el Cantón.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. General**

Realizar un diagnóstico situacional externo del entorno del proyecto para establecer aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

### **1.2.2. Específicos**

- 1.2.2.1. Analizar las formas de producción que se utiliza en la confección de juegos de cocina y baño
- 1.2.2.2. Identificar las formas de comercialización que se emplea para la venta de artículos de cocina y baño.
- 1.2.2.3. Determinar los niveles de rentabilidad alcanzada en la elaboración y comercialización de los juegos de cocina y baño
- 1.2.2.4. Cuantificar y calificar la calidad del Talento Humano que labora en la zona investigada.

## **1.3. Variables Diagnósticas**

### **1.3.1. Identificación de Variables**

- 1.3.1.1. Producción
- 1.3.1.2. Comercialización



1.3.1.3. Rentabilidad

1.3.1.4. Talento Humano

### **1.3.2. Indicadores**

1.3.2.1. Producción

- Tipo de producto
- Formas de producción
- Materia prima
- Volumen de producción
- Control de calidad

1.3.2.2. Comercialización

- Tipo de mercado
- Precio de venta
- Formas de comercialización
- Competencia
- Demanda
- Estrategia de ventas
- Servicio al cliente
- Servicio posventa

1.3.2.3. Rentabilidad

- Costo de producción y ventas
- Nivel de rentabilidad
- Margen de utilidad
- Inversión
- Formas de financiamiento

1.3.2.4. Talento Humano

- Nivel de educación

- Experiencia de trabajo
- Cuantificación
- Capacitación
- Competencias laborales

## 1.4. Matriz de Relación Diagnóstica

**CUADRO N° 1  
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

<b>OBJETIVO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>
1.- Analizar las formas de producción que se utiliza en la confección de juegos de cocina y baño.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipo de producto</li> <li>- Formas de producción</li> <li>- Materia prima</li> <li>- Volumen de producción</li> <li>- Control de calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta</li> <li>- Encuesta</li> <li>- Encuesta</li> </ul>	Primaria
2.- Detectar las formas de comercialización para los juegos de cocina y baño.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipo de mercado</li> <li>- Precio de venta</li> <li>- Formas de producción</li> <li>- Competencia</li> <li>- Demanda</li> <li>- Estrategia de ventas</li> <li>- Servicio al cliente</li> <li>- Servicio Posventa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta</li> <li>- Encuesta</li> <li>- Encuesta</li> <li>- Encuesta</li> <li>- Encuesta</li> <li>- Encuesta</li> <li>- Encuesta</li> <li>- Encuesta</li> </ul>	Primaria
3.- Establecer el grado de rentabilidad alcanzado en la elaboración y comercialización de juegos de cocina y baño	Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costo de producción y ventas</li> <li>- Nivel de rentabilidad</li> <li>- Margen de utilidad</li> <li>- Inversión</li> <li>- Formas de financiamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista</li> <li>- Entrevista</li> <li>- Entrevista</li> <li>- Entrevista</li> </ul>	Primaria
4.- Cuantificar y calificar la calidad del Talento Humano que labora en la zona investigada	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nivel de educación</li> <li>- Experiencia de trabajo</li> <li>- Cuantificación</li> <li>- Capacitación</li> <li>- Competencias laborales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta</li> <li>- Encuesta</li> <li>- Encuesta</li> <li>- Encuesta</li> <li>- Entrevista</li> </ul>	Primaria

### 1.5. Identificación de la Población

La población motivo de investigación tomada en base a datos de las proyecciones del año 2010 del INEC Instituto Nacional de Estadística y Censos del Cantón Montúfar Provincia del Carchi, la conforman el número de familias ubicadas en las diferentes parroquias, cabe mencionar que se tomó en cuenta que el número de miembros que conforman una familia es de 5 personas.

### 1.6. Cálculo de la Muestra

De acuerdo a los datos tomados de la proyección realizada por el INEC para el año 2010 se determinó la muestra así:

Total población del Cantón Montúfar = 32127  
Número de miembros que conforman una familia = 5

Aplicando el número de miembros que conforman las familias del Cantón Montúfar, Provincia del Carchi tenemos

$$32127/5 = 6425$$

Número de familias del Cantón Montúfar a analizarse es de: 6425

### Fórmula de Cálculo

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

δ = Nivel de Confianza (1.96)

e = Nivel de error ( 5% = 0.05)

Entonces:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.25)(6425)}{(0.05)^2(6425 - 1) + (1.96)^2(0.25)}$$

$$n = \frac{6170.57}{17.0204}$$

$$n = 363$$

Total de muestras a analizarse = 363 familias

## **1.7. Diseños de Instrumentos de Investigación**

La información primaria y secundaria de esta investigación está diseñada en base a los objetivos, variables e indicadores, así como también aquellos aspectos externos como son los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos los instrumentos utilizados para recolectar información son:

### **1.7.1. Encuestas**

Como fuente primaria de información son las encuestas directas a las amas de casa del Cantón Montúfar, Provincia del Carchi tomando una muestra del total de la población en base a las proyecciones del año 2010.

El modelo de la encuesta a aplicar se puede observar en el Anexo. 1

### **1.7.2. Entrevista**

Será aplicada a la Sra. Fabiola Tirira por ser la persona más representativa del sector investigado.

### **1.7.3. Observación**

La observación directa está direccionada a la elaboración de los juegos de cocina y baño que realiza la Señora Fabiola Tirira domiciliada en la ciudad de San Gabriel misma que ayudó a que la investigación sea más objetiva y coherente.

### **1.7.4. Integración de la Muestra**

La muestra está conformada por las amas de casa del Cantón Montúfar, Provincia del Carchi.

## 1.8. Resultados y Análisis de Información

### Encuestas Aplicadas

#### a) Encuestas a las Amas de Casa:

#### 1. ¿Compra usted juegos de cocina y baño para su hogar?

**CUADRO N° 2**  
**JUEGOS DE COCINA Y BAÑO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	322	88.71
No	41	11.29
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a las amas de casa julio 2010

ELABORACION: Las Autoras

### 1.1. Análisis

Dentro de la investigación realizada a las amas de casa si desean comprar el producto, argumentando que les gusta mantener sus hogares arreglados y presentables; Los juegos de cocina y baño dan mayor presentación y ayudan a mantener los artículos en buen estado, mientras que un número poco significativo de amas de casa no compran, citando como razones entre ellas: no poseer vivienda propia, falta de costumbre, bajos recursos económicos y elaboración propia.

## 2. ¿Con que frecuencia compra los juegos de cocina y baño?

**CUADRO N° 3**  
**FRECUENCIA DE COMPRA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Mensual	6	1.66
Trimestral	12	3.31
Semestral	103	28.37
Una vez al año	201	55.37
En Blanco	41	11,29
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a las amas de casa julio 2010

ELABORACIÓN: Las Autoras

### 2.1. Análisis.

La mayor parte de las amas de casa compran los juegos de cocina y baño una vez al año ya que son artículos duraderos y la materia prima con la que son elaborados son de buena calidad, también existen un porcentaje significativo que compra semestralmente.

## 3. ¿Cuáles son los artículos que usted prefiere comprar?

**CUADRO N° 4**  
**PREFERENCIA DE COMPRA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Juegos de cocina	137	37.74
Juegos de baño	185	50.97
En Blanco	41	11.29
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a las amas de casa julio 2010

ELABORACION: Las Autoras

### 3.1. Análisis.

Los de mayor preferencia de compra son los juegos de baño, pues estos son cambiados cada 15 días, en lo que se refiere a los juegos de cocina solo compran limpienes porque su utilización es diaria y por ende se desgastan con frecuencia.



#### 4. ¿Qué cantidad de juegos compra usted?

**CUADRO N° 5**  
**CANTIDAD DE COMPRA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Juegos de cocina		
1 a 2	88	24.24
2 a 3	41	11.29
Más de 3	8	2.20
Juegos de baño		
1 a 2	153	42.15
2 a 3	25	6.89
Más de 3	7	1.94
No contesta	41	11.29
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a las amas de casa julio 2010

ELABORACION: Las Autoras

#### 4.1. Análisis.

La mayoría manifestaron que adquieren la cantidad de uno a dos juegos de cocina y baño porque son materiales que no se deterioran con facilidad y poseen juegos que han comprado con anterioridad.

#### 5. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por cada juego?

**CUADRO N° 6**  
**PRECIO DE LOS JUEGOS**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Juegos de cocina 6 piezas \$ 17,50	137	37.74
Juegos de baño 5 piezas \$ 24,00	185	50.97
En blanco	41	11.29
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a las amas de casa julio 2010

ELABORACION: Las Autoras

### 5.1. Análisis.

Las amas de casa manifestaron que los precios de los juegos de cocina y baño son asequibles e inferiores a los precios de la competencia. Al crear la microempresa se venderá a los precios que se muestran en el cuadro y directamente al consumidor final.

### 6. ¿En qué lugar prefiere comprar este producto?

**CUADRO N° 7**  
**LUGAR DE COMPRA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Almacenes	81	22.32
Mercados	107	29.48
Punto de venta Microempresa	134	36.91
En Blanco	41	11.29
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a las amas de casa julio 2010

ELABORACION: Las Autoras

### 6.1. Análisis.

La mayoría de amas de casa prefieren comprar los juegos de baño y cocina en el punto de venta de la microempresa.

### 7. ¿Existen almacenes o locales comerciales que se dediquen a la venta de este producto?

**CUADRO N° 8**  
**COMPETENCIA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	184	50.69
No	138	38.02
En Blanco	41	11.29
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a las amas de casa julio 2010

ELABORACION: Las Autoras

### 7.1. Análisis.

Es importante tomar en cuenta que si existen locales comerciales que se dediquen a la venta del producto como es Casa de las Telas, Mercado Popular, Comercial Vaca, Comercial Estrella entre otros, pero no hay almacenes que se dediquen a la elaboración y confección de los juegos de cocina y baño lo cual se considera una fortaleza para crear la microempresa.

### 8. ¿En qué tipo de tela le gustaría que se confeccionen los juegos de cocina y baño?

**CUADRO N°9**  
**MATERIA PRIMA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Limpión o Absorbente	14	3,86
Tela estampada	156	42,97
Tela semi pesada	25	6,89
Bengalina	127	34,99
En Blanco	41	11,29
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a las amas de casa julio 2010

ELABORACION: Las Autoras

### 8.1. Análisis.

Para la confección de los juegos de cocina y baño las amas de casa prefieren que sean elaborados en tela estampada ya que esta posee varias figuras, por otra parte también desean que se elabore en tela bengalina ya que son telas llamativas y elegantes para la decoración.

**9. ¿Cómo le gustaría que fueran los acabados de los juegos de cocina y de baño?**

**CUADRO N° 10**  
**ACABADOS DE LOS JUEGOS**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Encajes y Sesgo	181	49.86
Cinta	59	16.25
Bordados en cinta	80	22.05
Otros	2	0.55
En Blanco	41	11.29
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a las amas de casa julio 2010

ELABORACION: Las Autoras

**9.1. Análisis.**

Para la elegancia y buena presentación de los artículos de cocina y baño la mayoría de las amas de casa prefieren que los terminados sean en encajes y sesgo, pues éstos hacen relucir la materia prima, mientras que los otros acabados tienen aceptación pero no en su mayoría.

**10. ¿De las siguientes opciones cual es la más importante para usted?**

**CUADRO N° 11**  
**IMPORTANCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Calidad	216	59.50
Precio	43	11.85
Surtido	17	4.69
Servicio	46	12.67
En Blanco	41	11.29
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a las amas de casa julio 2010

ELABORACION: Las Autoras

### 10.1. Análisis.

De la investigación realizada se ha obtenido como resultado que la calidad tiene mayor aceptación, ya que constituye uno de los factores más importantes para la adquisición de la materia prima es decir que si se elabora productos de calidad se lograra la satisfacción máxima del cliente acompañada de otros factores como es el precio, surtido y servicio.

### 11. ¿Cree usted que tendrá aceptación la creación de la microempresa para la elaboración de los juegos de cocina y baño?

**CUADRO N° 12**  
**ACEPTACIÓN PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Totalmente de acuerdo	280	77.14
Medianamente de acuerdo	41	11.29
Medianamente desacuerdo	1	0.28
Totalmente desacuerdo	0	0,00
En Blanco	41	11.29
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a las amas de casa julio 2010  
ELABORACION: Las Autoras

### 11.1. Análisis.

La mayoría de familias creen que se debe crear la microempresa de elaboración de juegos de cocina y baño. Esta actividad en la ciudad ayudará a generar fuentes de trabajo para que las personas no se vean obligadas a migrar a otras ciudades.

## 12. ¿Dónde cree usted que debe ubicarse la microempresa?

**CUADRO N° 13**  
**UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Barrio San Antonio	19	5.24
Barrio San José	290	79.89
Barrio Santa Clara	13	3.58
En Blanco	41	11.29
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a las amas de casa julio 2010

ELABORACION: Las Autoras

### 12.1. Análisis.

De acuerdo a la investigación realizada a las amas de casa se puede determinar que la microempresa debe estar ubicada en Barrio San José de la ciudad de San Gabriel, considerado lugar comercial pues los productos se venderán con mayor facilidad y accesibilidad al público.

## 13. ¿Tenemos en mente ponerle COONFECCIONES SU HOGAR estaría de acuerdo con este nombre?

**CUADRO N° 14**  
**DENOMINACIÓN DE LA MICROEMPRESA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	319	87.88
No	3	0,83
En Blanco	41	11.29
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a las amas de casa julio 2010

ELABORACION: Las Autoras

### 13.1. Análisis.

Para que la elaboración y comercialización de juegos de cocina y baño tenga mejor presentación y mejor venta en el mercado, mediante las encuestas se determina como nombre de la microempresa CONFECCIONES SU

HOGAR. Este nombre nace de la actividad artesanal que algunas amas de casa hacen dentro de su hogar.

**14. ¿Por qué medio de publicidad le gustaría enterarse de esta microempresa?**

**CUADRO N° 15  
PUBLICIDAD**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Radio	183	50.41
Periódico	70	19.28
Trípticos	12	3.31
Publicidad Rodante	25	6.89
Hojas Volantes	32	8.82
En Blanco	41	11.29
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a las amas de casa julio 2010  
ELABORACION: Las Autoras

#### **14.1. Análisis.**

Para que un producto sea comercializado de manera más efectiva y de acuerdo a la investigación realizada es necesario hacer la publicidad a través de la radio como es La Integración, Hondas Carchenses y Tropicana emisoras que son escuchadas con más frecuencia.

Y para que el consumidor tenga una buena expectativa del producto será publicado sus diseños en el Diario del Norte.

## **b).- Entrevista**

### **Entrevista Realizada a la señora Fabiola Tirira**

**¿Qué cantidad de tela utiliza para la elaboración de los juegos de cocina y baño?**

Para elaborar los juegos de cocina utiliza de 2 a 3 metros y para los de baño 4 a 6 metros todo depende del número de piezas que haga confeccionar el cliente.

**¿Dónde adquiere la materia prima?**

En almacenes intermediarios ya que en la ciudad no existe fabricas que se dediquen a la producción de telas.

**¿Qué tipo de tela utiliza para la elaboración de los juegos de cocina y baño?**

La tela que más se utiliza es la tela estampada ya que los juegos se ven más elegantes y las amas de casa comprar más

**¿Cuántos Juegos de baño y cocina elabora y en qué tiempo?**

Depende de las piezas que haga confeccionar el cliente pero por las actividades que hay que realizar en casa los elabora en 4 y 8 días.

**¿Dónde comercializa los juegos de baño y cocina que elabora?**

A las amas de casa de la ciudad de san Gabriel



**¿Qué tipo de maquinaria utiliza para la elaboración de los juegos de baño y cocina?**

Para la confección de los juegos utiliza maquina familiar

**¿El precio de venta de los juegos de cocina y baño son altos, medios o bajos?**

Los precios son medios ya que el adquirir la materia prima a intermediarios e incurrir en movilización a otras ciudades hace que el consto de los productos tiendan a elevarse.

**¿En negocio es con inversión propia o con financiamiento de préstamos?**

Para el inicio de esta actividad lo realiza con un financiamiento de 1000 dólares

**¿El lugar donde funciona su negocio es propio o arrendado?**

Es propio ya que es un negocio pequeño y los productos los vende ofreciendo a la amas de casa.

## **1.9. Diagnóstico Externo**

Como parte del diagnóstico externo y luego de haber determinado características del entorno donde funcionará el proyecto, a continuación se expone la información sobre las cuatro variables: Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos que constituyen el área de influencia que tendrá el proyecto.

### **1.9.1. Aliados**

- a. La mayoría de las amas de casa compran los juegos de cocina y baño para mantener en buen estado sus artículos dentro del hogar es decir que si tendría gran aceptación la creación de la Microempresa de confección y comercialización de juegos de cocina y baño.
- b. Existen almacenes donde se venderá el producto elaborado para su comercialización en diferentes diseños, formas, figuras a un precio que esté al alcance de la economía actual.
- c. Los conocimientos adquiridos y transmitidos de generación a generación de alguna manera cada día se van perfeccionando, lo cual de manera general contribuirá para la implementación y desarrollo de la actividad artesanal dentro de la ciudad.
- d. La adquisición de la materia prima se la realizará directamente a las fabricas que producen telas para no incurrir en gastos intermediarios y lograr que el producto elaborado sea vendido a un costo bajo y alcanzar un nivel de utilidad dentro de la microempresa para nuevas inversiones.

- e. Se contará con mano de obra calificada de amas de casa de la ciudad de San Gabriel lo que permitirá la generación de empleo para los interesados en esta actividad.

### **1.9.2. Oponentes**

- a. Al analizar la competencia existen almacenes que ofertan productos similares como son: La casa de las telas y comerciantes de otras ciudades como es Ipiales.
- b. Por su capacidad productiva y por los escasos recursos económicos hace que exista importaciones limitadas es decir no se puede abrir un mercado competitivo. Lo cual hace que sus ventas sean dirigidas al mercado local.
- c. San Gabriel basa su actividad económica y productiva dedicada a la agricultura y ganadería lo cual hace que su gente no se interese por incrementar otro tipo de actividad que les ayude a mejorar sus ingresos económicos y generar empleo como es el sector artesanal.
- d. Existe egoísmo por parte de autoridades locales, en proyectos productivos que beneficie la implementación y desarrollo artesanal dentro de la ciudad.

### **1.9.3. Oportunidades**

- a. En lo que respecta a la producción de juegos de cocina y baño no existe competencia en el mercado local ya que la mayoría de almacenes compran el producto en otras ciudades para su venta.

- b. Existe demanda de los juegos de cocina y baño por parte de las amas de casa y por ende existe la oportunidad de abrir mercado local, y provincial para la venta directa de este producto a un bajo costo.
- c. Crear fuentes de empleo para las amas de casa de la Ciudad de San Gabriel, que se harán cargo de la fabricación y elaboración de los juegos de cocina y baño esto implica mejorar la calidad de vida de las personas involucradas dentro de esta actividad.
- d. Existe apertura de créditos por parte de las instituciones financieras y otras entidades para el fomento de la microempresa.
- e. Políticas de estado para incentivar el desarrollo de la microempresa y generar recursos económicos y por ende fuentes de trabajo.

#### **1.9.4. Riesgos**

- a. El contrabando que afecta directamente a los comerciantes establecidos legalmente por la oferta de productos con bajos precios.
- b. La inestabilidad política y económica del país ocasiona serios problemas económicos y desajustes en la actividad comercial y productiva
- c. Cambio de tendencias en algunas amas de casa hacia otros productos de consumo. **Ver Anexo A**

### **1.10. Identificación del Problema Diagnóstico.**

Luego de haber realizado el diagnóstico situacional externo de la Ciudad de San Gabriel se tiene como resultado varios aspectos. Siendo los siguientes:

**NO EXISTEN UNIDADES PRODUCTIVAS QUE TRABAJEN CORPORATIVAMENTE PARA OFERTAR PRODUCTOS DE USO DOMÉSTICO A PRECIOS ATRACTIVOS Y QUE PUEDAN COMPETIR ADECUADAMENTE EN EL MERCADO, PROVOCA QUE LAS AMAS DE CASA PRODUZCAN EN FORMA INDIVIDUAL Y CON UNA COMERCIALIZACIÓN QUE PRIVILEGIA LA COMPETENCIA DESLEAL.**

Por lo tanto se considera que para la elaboración y comercialización de juegos de cocina y baño en la Ciudad de San Gabriel se debe mantener una buena organización.

Por otra parte se concluye que en la Ciudad de San Gabriel existen las condiciones apropiadas para la formulación de un proyecto económico productivo con el siguiente tema:

**“Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de juegos de cocina y baño confeccionados en tela en la Ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi”**

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Artesanos.

##### 2.1.1. Quienes son los Artesanos

*Según la Ley del Artesano Art. N° 1 Dice “Se considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente registrado en el Ministerio de Trabajo y Empleo, hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que señala la ley, y que tuviere bajo su dependencia no más de quince operarios y cinco aprendices; pudiendo realizar la comercialización de los artículos que produce su taller. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aun cuando no hubiere invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operarios.”*

En la ciudad de San Gabriel existen personas que se dedican a la producción y comercialización de artesanías, realizan el trabajo en forma manual con la utilización de recursos propios transforman la materia prima consiguiendo elementos de utilidad o decorativos, la comercialización de los productos lo hacen en forma directa al consumidor final y buscan un mercado pequeño es decir sus productos lo exhiben a través de ferias de artesanía.

##### 2.1.2. Características de un Artesano

- a) El maestro de cualquier rama debe calificarse artesanalmente y portar su carnet profesional.
- b) Es feriante en los espacios públicos
- c) Comprometido con la lucha social

- d) Trabajador informal
- e) Autodidáctico

### **2.1.3. Trámites para la Calificación Artesanal**

Con este trámite se obtienen varios documentos que avalan la calificación de los artesanos y pequeños industriales:

- a) Formulario DICOPYME Calificación Artesanos
- b) Certificado de calificación de Pequeña Industria y Artesanos

### **2.1.4. Requisitos para la Calificación Artesanal.**

Para obtener la calificación o recalificación, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- 2.1.4.1. Copia del título o acta de grado de Maestro de Taller
- 2.1.4.2. Copia del carné actualizado de afiliación al gremio o asociación de artesanos que corresponda, si el solicitante tiene menos de 65 años de edad
- 2.1.4.3. El formulario y recibo de pago del certificado de calificación o recalificación
- 2.1.4.4. Copia de la cédula de ciudadanía y de la papeleta de votación.
- 2.1.4.5. Declaración juramentada de ejercer la artesanía, para artesanos autónomos, y
- 2.1.4.6. En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior

### **2.1.5. Leyes y Reglamentos que Rigen a los Artesanos**

Forman parte de la legislación artesanal, principalmente:

- a) Las normas contenidas en la constitución sobre artesanía.
- b) La ley de defensa del artesano y su reglamento.
- c) La ley de fomento artesanal
- d) Las normas del seguro social para afiliación de los artesanos

### **2.2. Microempresa.**

*Según la página [www.pequeñasempresas.com](http://www.pequeñasempresas.com) Dice "Microempresa es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción, o servicios que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante fuente de ingresos para el hogar."*

Son unidades familiares que están dedicadas a la producción de bienes o servicios, cuentan con la posibilidad de acceder a créditos en instituciones financieras mismo que le permite desarrollar sus actividades de producción, además de poder disponer de obra social y contar con aportes jubilatorios.

#### **2.2.1. Visión**

Sintetizar y contribuir a la reflexión sobre iniciativa económica o empresarial tomando en cuenta el impacto de tecnologías para un buen producto dentro del mercado para cumplir las expectativas y necesidades de los clientes o consumidores, llegando al mercado



nacional e internacional en un buen rango económico y siendo emprendedores en generar empleo.

### **2.2.2. Misión**

Llegar a ser empresas líderes aunque pequeñas en el mercado global para que la sociedad aproveche continuamente los diferentes productos y/o servicios disponibles generando una participación laboral más activa que permitan una satisfacción de todos los que conforme las microempresas.

### **2.2.3. Objetivos de la Microempresa**

- a) Generar fuentes de trabajo estables en las comunidades
- b) Promover la cultura emprendedora
- c) Generar redes de apoyo de tipo técnico y financiero para la reinserción de los emprendedores en la actividad económica marco legal sobre el cual se brindará el soporte y financiamiento a la microempresa

### **2.2.4. Características de la Microempresa**

La Microempresa reúne las siguientes características:

- a) Las pequeñas empresas son de carácter familiar, constituidas como personas naturales.
- b) El propietario o propietarios de la empresa laboran en la misma.
- c) El número total de trabajadores y empleados no excede de diez (10) personas.

- d) El valor total anual de las ventas no excede de doce (12) Unidades Impositivas tributarias
  
- e) La microempresa es caracterizada como pequeños productores y se encuentra en el sistema de comercio equitativo, uno de los modelos más exitosos para ofrecer a los pequeños productores la opción de obtener ingresos mediante una relación comercial de largo plazo y de manera más directa entre productores y consumidores.

## **2.3. La Pequeña Industria Textil**

### **2.3.1. Concepto**

*Según la página [www.pequeñasempresas.com](http://www.pequeñasempresas.com) Define como aquella empresa con predominio de la operación de la maquinaria sobre la manual, que se dedique a actividades de transformación de materia prima en artículos finales.*

Las industrias textiles son una parte importante dentro del estado, ya que han generado fuentes de empleo para las personas que son calificadas como maestros u obreros dentro del sector textil, por otra parte se encarga de transformar la materia prima en un bien final mismo que lo comercializan dentro del mercado local y nacional.

### **2.3.2. Evolución de la Pequeña Industria Textil**

Si recordamos al nacimiento de este núcleo de empresas denominadas pequeña industria, encontramos dos formas de surgimiento de las mismas. Por un lado aquella que se originan como empresas propiamente dichas, es decir, en las que se puede distinguir correctamente una organización y una

estructura, donde existe una gestión empresarial. Estas, en su mayoría, son de capital y se desarrollan dentro del sector formal de la economía.

Por otro lado, están aquellas que tuvieron un origen familiar caracterizadas por una gestión a lo que sólo le preocupó su supervivencia sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo y capital, o la inversión que permite el crecimiento.

Las pequeñas industrias textiles, comenzaron a adquirir importancia dentro de la economía en los años 50'y 60' con el desarrollo de la revolución industrial con el proceso de tejidos, madera, imprenta, metal, minas y alimentos.

### **2.3.3. Característica de la Pequeña Industria Textil**

Se la considera como una organización económica donde se combinan los factores productivos (naturaleza, trabajo y capital) para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción.

### **2.3.4. Ventajas y Desventajas de la Pequeña Industria Textil**

#### **Ventajas**

- a) Tiende hacer económicamente innovadora es apta para responder a los cambios y exigencias del consumidor, mas dispuesta a crear oportunidades para las mujeres o grupos minoritarios y para emprender actividades en zonas empobrecidas

- b) Tiene capacidad de realizar alianza y sociedad a diferencia de las grandes industrias con intereses competitivos

### **Desventajas**

- a) Utiliza tecnología no avanzada
- b) Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad eficiente.
- c) La producción va encaminada solamente al mercado interno
- d) Tienen dificultad de acceso a créditos.

## **2.4. Proyecto.**

### **2.4.1. Concepto.**

*Según FONTAIRE ERNESTO, (2005); "Proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver entre varias necesidades humanas,"*

Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de sus resultados esperados es también un conjunto de actividades destinadas a lograr ciertos objetivos específicos en un determinado tiempo utilizando recursos económicos, materiales y humanos.

## **2.5. Estudio de Mercado**

### **2.5.1. Concepto.**

*Según ARBOLEDA GERMÁN, (2005). "Estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado producto o servicio en un cierto período"*

El estudio de mercado en un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de la factibilidad de un proyecto, porque permite observar en forma prospectiva la aceptación o no del producto o servicio que se va a ofertar en el mercado.

### **2.5.2. Mercado**

*VACA GABRIEL, (2005); Dice “Mercado es el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”*

Mercado es un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos es donde concurren varios vendedores para ofrecer diversos productos o servicios y compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios, además un mercado es la evolución de un conjunto de movimientos a la alza y a la baja que se dan a los intercambios de mercadería específica.

### **2.5.3. Segmentación de Mercado**

*Para PHILIP KOTHER, (2008) “Segmentación de mercado es un proceso mediante el cual se identifica o se toma a un grupo de compradores homogéneos, es decir, se divide el mercado en varios submercados o segmentos de acuerdo a los diferentes deseos de compra y requerimientos de los consumidores”.*

La segmentación de mercado permite agrupar hacia una área específica, proporciona un mejor servicio a los compradores, se logra una buena imagen de exclusividad y categoría por otra parte facilita la publicidad el costo, al segmentar el mercado se logrará obtener mayores ventas y mejorar la distribución del producto hacia los compradores tomando en cuenta que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra.

#### **2.5.4. Demanda.**

*Según ARBOLEDA GERMÁN, (2005) “La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción.”*

Demanda es la cantidad de bienes o servicios que un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferentes precios

#### **2.5.5. Oferta.**

*ARBOLEDA GERMÁN, (2005) Dice “La oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto”*

La oferta es el número de unidades de un producto que será puesto en el mercado a un precio dado durante un periodo de tiempo determinado para satisfacer los deseos y necesidades de los consumidores.

#### **2.5.6. Comercialización**

##### **2.5.6.1. Definición**

*Según la página [www.monografias.com/trabajo/mercado](http://www.monografias.com/trabajo/mercado). La comercialización es “La palabra marketing (comercialización) proviene del vocablo inglés market (mercado) que representa a un grupo de vendedores y compradores deseosos de intercambiar y/o servicios por algo de valor”. Disponible:*

La comercialización es un conjunto de actividades realizadas por organizaciones y un proceso social, es decir encaminan todos sus esfuerzos a satisfacer las necesidades de sus clientes a cambio de obtener una ganancia o utilidad

#### **2.5.6.2. Producto.**

*KERIN, HARTLEY, RUDELIUS, (2007) Dicen Producto “Es un artículo, servicio o idea que consta de un grupo de atributos tangibles e intangibles que satisfacen a sus consumidores y se consiguen a cambio de dinero o algún otro elemento de valor. Entre los atributos tangibles se incluyen las características físicas tales como el color o el dulzor, y atributos intangibles tales como la mejora de la salud o de la economía personal”*

El producto es algo que se ofrece en el mercado para recibir atención, ser adquiridos utilizados o consumidos y que pueda satisfacer una necesidad o deseo de los consumidores o clientes

#### **2.5.6.3. Precio**

*Para KLOTTER, Philip, ARMASTRONG, Gary, (2008) “El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. De forma más genérica, el precio es la suma de todos los valores a los que renuncian los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar un producto o servicio”*

El precio es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto el precio es un valor que se cobra al vender un bien o servicio al consumidor.

#### **2.5.6.4. Plaza.**

*FISCHER Laura, (2007), Dice “Todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura). Es decir, cómo ponen a disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos. La plaza es un elemento de la mezcla del marketing que ha recibido poca atención en lo referente a los servicios debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos”*

La plaza es un medio de llevar el producto al consumidor, es decir son las formas y maneras de vender los bienes y servicios en un determinado lugar.

#### **2.5.6.5. Promoción**

*ARBOLEDA GERMÁN, (2005), Dice “Promoción son las actividades, diferentes de la venta personal y a la venta masiva (propaganda, publicidad), que estimulan las compras por parte del consumidor y las ventas por parte del distribuidor”*

La promoción es el elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir, y recordarles al mercado la existencia de un producto y su venta, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.



## **2.6. Estudio Técnico.**

### **2.6.1. Concepto.**

*FONTAINE ERNESTO, (2005) expresa; “El estudio técnico es la determinación del tamaño, localización, ingeniería del proyecto y análisis administrativo óptimo de la planta”*

Corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que se venen analizar en forma adecuada para lograr que el proyecto a crear tenga éxito.

### **2.6.2. Macro y Micro Localización**

*Para GERMÁN ARBOLEDA, (2005) “La macrolocalización es la zona general en donde se instalara la empresa o negocio y la microlocalización es elegir el punto preciso dentro de la zona, en donde se ubicara definitivamente la empresa o negocio”*

La macrolocalización es el proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda, y por ende lograr los objetivos de la sociedad, además se refiere a establecer con toda precisión el lugar geográfico donde va a llevarse a cabo el proyecto es decir tomando en cuenta la región, Provincia y Cantón.

La microlocalización es la ejecución de actividades que trata de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades. Por otra parte permite establecer condiciones específicas o particulares, que permiten fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto para ello hay que tomar en cuenta lo siguiente: Parroquia, calles longitudinales y transversales.

### **2.6.3. Tamaño del Proyecto**

*ARBOLEDA GERMÁN, (2005) Dice; El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para la circunstancias y tipo de proyecto de que se trata.”*

El tamaño de un proyecto consiste en determinar el tamaño o dimensión que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos por el proceso de conversión del producto, además el tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación normal.

### **2.6.4. Punto de Equilibrio.**

*FONTAINE ERNESTO, (2005); Manifiesta: “El punto de equilibrio es aquel en donde la cantidad ofrecida sea igual a la cantidad demandada; es decir que para un precio dado la cantidad demandada de un producto depende de la curva de demanda cuya posición está determinada por el tamaño de la población”*

El punto de equilibrio en un proyecto establece el número de productos o servicios que requiere el proyecto en su operación, para no tener ni pérdidas ni ganancias. El punto de equilibrio estudia la relación que existe entre costos y gastos fijos, variables, volumen de ventas y utilidades operacionales, además determina el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado.

## **2.7. Estudio Económico**

### **2.7.1. Concepto**

*Para VACA GABRIEL, (2005); “El Estudio Económico es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.*

El estudio económico trata de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere.

### **2.7.2. Inversión Fija**

*MOYA MIGUEL, (2008) Dice; “La Inversión Fija corresponde a los activos productivos sujetos a depreciación, también se incluyen como inversión fija los gastos de constitución e investigación”.*

Por tanto es la incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad de la producción. Las principales inversiones pueden ser: equipo y maquinaria

### **2.7.3. Inversión Variable**

*Según MOYA MIGUEL, (2008) “La inversión Variable es la referente a activos menores y que generalmente constituye el capital de trabajo, que debe estimarse para poner en marcha el proyecto”.*

Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, es decir los gastos operativos, organización y capital de trabajo.

#### **2.7.4. Flujo de Caja o Efectivo**

*Para VACA GABRIEL, (2005); “El flujo de Caja llamado también flujo de efectivo, presupuesto de caja o cash flow. Muestra todos los ingresos y egresos presentes y futuros de un proyecto durante un periodo determinado”.*

El flujo de caja es un presupuesto en donde presenta el proceso seguido para elaborar el presupuesto de efectivo, teniendo en cuenta las diferentes transacciones financieras que originan la entrada y salida de fondos monetarios.

Las entradas de efectivo determinan al dinero o efectivo que se espera recibir por las ventas de contado, mientras que las salidas son las compras que se realizaran de contado, todo esto dentro de un determinado periodo.

### **2.8. Índices de Evaluación Financiera**

#### **2.8.1. Balances Proyectados**

*BERK Jonathan, (2008) Manifiesta “El balance proyectado es un resumen de todos los demás presupuestos que reflejan la situación financiera de la empresa bajo el supuesto de que todos los presupuestos parciales se ejecuten de acuerdo con las estimaciones realizadas.”*

Es un control que ayuda a emitir informes sea esta interna o externa sobre todas las variaciones, que se presenten dentro de una fecha determinada además permite conocer con anticipación los objetivos planteados que determinan la rentabilidad establecida para una empresa.

### 2.8.2. Valor Actual Neto (VAN)

*La enciclopedia WIKIPEDIA (2008) Narra, “El valor actual neto, es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que utilizan para la evaluación de proyectos”*

Es el valor monetario que resulta de restar la suma del total del flujo de caja menos la inversión. Este valor permite conocer los beneficios reales que tiene un proyecto frente su inversión. La fórmula es la siguiente:

**Fórmula:**

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+i)} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

### 2.8.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

*Para DURBAN Oliva, (2008). La Tasa Interna de retorno “Es la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, mayor TIR mayor rentabilidad”*

La tasa interna de retorno (TIR) es la suma de los flujos netos descontados de cada periodo, desde el origen, considerándose desde el año o periodo cero (cero o inicial) hasta el año o periodo n (ultimo). Dependiendo de los años presupuestados. Esta evaluación señala la rentabilidad del proyecto y conduce a resultados de más fácil interpretación para los inversionistas.

**Fórmula:**

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

En donde:

Ti= Tasa inferior de redescuento

Ts= Tasa superior de redescuento

VAN= Valor positivo (+)

VAN= Valor negativo (-)

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil que estudia las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

En primer lugar hay que mencionar que esta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión si no que solo es una importante referencia a tomar en cuenta.

**Fórmula:**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VTAS}}$$

#### **2.8.4. Tiempo de Recuperación de la Inversión**

*Según la página [www.proyectos.gov.ec](http://www.proyectos.gov.ec) La tasa de recuperación de la inversión” Es el elemento de evolución económica financiera permite conocer en qué tiempo se recupera tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando existe certidumbre en lo pronosticado, lo cual en la realidad no es muy cierto porque las condiciones económicas son flotantes o cambiantes”*

El TRI tiene como objetivo determinar el número de años en que se recupera la inversión, mediante la resta sucesiva de los flujos netos anuales descontados del monto de la inversión, hasta el punto en que se iguala o sobrepasa dicha inversión.

Tomando las cantidades que arrojan la aplicación del método de VPN, es decir los flujos descontados, determinaremos el TRI mediante una mecánica simple de resta sucesiva hasta que tengamos una cifra positiva.

Cuando se analiza dos proyectos de inversión, es mejor el que tiene el menor tiempo de recuperación, porque es relevante analizar los flujos después del tiempo previsto para recuperar.

#### **2.8.5. Beneficio Costos**

*ANTICH Jorge; (2008) Dice “Este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja.”*

Si el beneficio costo es mayor que uno (1) tenemos un adecuado retorno.

Si el beneficio costo es menor que uno (1), no hay un adecuado retorno por lo tanto no hay atractiva inversión.

Si el beneficio costo es igual a uno (1), significa indiferencia tampoco es aceptable porque equivale a no haber hecho nada.

**Fórmula:**

$$B/C = \frac{\sum \text{ingreso} (1 + i)^n}{\sum \text{ingreso} / (1 + i)^n}$$

## **2.9. Impactos.**

*JÁCOME, Walter, (2005) Dice:* “Los Impactos son posibles consecuencias del entorno geográfico y social que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificando y cuantificando, porque permite establecer las posibles bondades a los posibles defectos que tiene el proyecto”.



## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Presentación**

El estudio de mercado que a continuación se desarrollará, como su nombre lo indica tiene como objetivo identificar el mercado para la venta de los juegos de cocina y baño, estimando el número de consumidores o clientes, el nivel de compra que tendrá el producto con la determinación de ciertas características, estimar la oferta o producción, precios, canales de comercialización y competencia.

Se debe considerar que el estudio de mercado en un proyecto, es un elemento de gran validez dentro de la factibilidad del mismo, considerando que dentro de este capítulo se podrá advertir en forma clara la aceptación o no del producto que se pretende ofertar.

Se analizará la demanda empleando sus variables o componentes a fin de establecer cuál es la demanda real, y grado de consumo por familia tomando en cuenta los cinco miembros que puede conformar el grupo familiar; además se aplicará la segmentación del mercado, el perfil del posible consumidor.

Se pretende también obtener un conocimiento sobre la preferencia del mercado al cual se intenta llegar con la elaboración y comercialización de juegos de cocina y baño, preferencias que ayudarán a mejorar la calidad del producto que se va a ofertar y por ende aumentar la demanda del mismo.

Finalmente el estudio de mercado nos permite obtener información apropiada en relación de precios y la competencia en el mercado.

### **3.2. Identificación del Producto o Servicio**

Dentro del estudio de mercado que se está realizando, los productos principales que esta microempresa artesanal en particular desea producir y comercializar dentro del mercado son:

- a) Juegos de Cocina.
- b) Juegos de Baño.

#### **3.2.1. Juegos de Cocina**

Elaborados en tela estampada, en diferentes diseños y acabados.

Las principales piezas que conforman el juego son:

- a) Cubre tanque de gas
- b) Porta huevos
- c) Panera
- d) Porta licuadora
- e) Limpiones
- f) Cubre microondas

#### **3.2.2. Juegos de Baño**

Elaborados en tela bengalina, con diseños y acabados diferentes

las principales piezas que conforman el juego son:

- a) Cubre tanque sanitario
- b) Cubre tapa sanitaria
- c) Porta cepillos
- d) Rodapiés
- e) Porta papel higiénico

### 3.3. Mercado Meta.

El mercado objetivo al cual se va a dirigir los productos elaborados por esta microempresa artesanal, está básicamente determinado de acuerdo a las encuestas que se realizó en el Cantón Montúfar de la provincia del Carchi, la misma que demostró que la mayoría de amas de casa están dispuestas a adquirir el producto por ser atractivo para utilizarlo como un adorno en sus hogares, por ello el mercado al cual la microempresa se dirigirá es, a todas las amas de casa.

### 3.4. Segmentación de Mercado

El mercado se subdividirá en los segmentos de acuerdo al siguiente cuadro:

**CUADRO N° 16**

<b>CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN</b>	<b>SEGMENTOS DEL MERCADO</b>
<b><u>Geográfica</u></b> Región Provincia Ciudad Sector	Sierra Carchi San Gabriel Norte, Centro, Sur
<b><u>Demográfica</u></b> Edad Sexo	25 a 50 años Femenino
<b><u>Psicográficos</u></b> Preferencia.	Productos de calidad, y a precios económicos.
<b><u>Socio-económico</u></b> Nivel Económico	Clase media – alta

### **3.5. Análisis de la Demanda**

El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de factibilidad del proyecto, ya que se debe tomar en cuenta la ocurrencia de los resultados del negocio que se va a implementar con la aceptación del producto en el mercado.

Por lo tanto dentro del estudio de la demanda se determinarán las cantidades del producto que los clientes están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción, se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición del poder adquisitivo suficiente y con gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades.

El comportamiento de la demanda se lo determinó en base al estudio de mercado que se realizó, tomando como población el número de familias que existen en El Cantón Montúfar, mismas que están conformadas por un número de 5 personas de acuerdo a datos del INEC, en el cual se establece que existe una demanda insatisfecha, esto debido a que no existen suficientes personas que se dediquen a la elaboración de los juegos cocina y baño por lo que no llegan a cubrir toda la demanda existente.

### **3.6. Proyección de la Demanda**

En vista que no existen datos históricos sobre la demanda de años anteriores de los juegos de cocina y baño, y de acuerdo a los resultados del diagnóstico realizado, en la ciudad de San Gabriel, se determinó que el Cantón Montúfar posee una población de 32127 habitantes, de acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta realizada a la población de la Ciudad se determina que 88,71 % de la población le gustaría adquirir de uno a dos juegos de cocina y baño por ello se establece que la demanda actual para el producto es:

$$32127 * 88.71\% = 28500$$

Por lo tanto la demanda del producto estaría dirigida a 28500 habitantes, pero considerando que el producto no es de uso personal sino familiar, se llega a la conclusión de que 5700 familias comprarían este producto actualmente, esto se determinó ya que la composición familiar en el Ecuador es de un promedio de 5 miembros por familia de acuerdo a la información obtenida del INEC.

**CUADRO N° 17**  
**DETERMINACION DE LA POSIBLE DEMANDA**

<b>AÑO</b>	<b>N° DE FAMILIAS</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>
2008	6275	5567
2009	6348	5631
2010	6425	5700

Fuente: Proyecciones 2001-2011 INEC  
Elaborado por: Las Autoras

**ADRO N° 18**  
**TASA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA**

<b>AÑO</b>	<b>N° DE FAMILIAS</b>	$i = \frac{Qn}{Qo} - 1$
2008	5567	0,00
2009	5631	0,01
2010	5700	0,02
<b>TOTAL</b>		$\sum i = 0,03$

Fuente: Proyecciones 2001-2011 INEC  
Elaborado por: Las Autoras

Posteriormente se procedió a la estimación de la tasa a usarse para la proyección de la demanda:

$$i = \frac{\sum i}{n}$$

$$i = \frac{0,03}{3}$$

$$i = 0,01$$

Para realizar la proyección de la demanda se utilizó el modelo exponencial con la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_o(1 + 0.01)^n$$

Dónde:

$Q_n$  = Consumo futuro

$Q_o$  = Consumo inicial

$I$  = Tasa de crecimiento anual promedio

$n$  = Año proyectado

### CUADRO Nº19 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑOS	CONSUMO FUTURO JUEGOS DE BAÑO $Q_n = Q_o(1 + 0.01)^n$	CONSUMO FUTURO JEGOS DE COCINA $Q_n = Q_o(1 + 0.01)^n$	CONSUMO FUTURO TOTAL $Q_n = Q_o(1 + 0.01)^n$
2010	3227	2473	5700
2011	3259	2498	5757
2012	3292	2523	5815
2013	3325	2548	5873
2014	3358	2574	5931

Fuente: Investigación de mercado - 2010

Elaborado por: Las Autoras

### 3.7. Análisis de la Oferta

Para identificar la oferta de los juegos de cocina y baño se ha analizado las cantidades que ofertan los almacenes, locales comerciales, mercado popular y personas dedicadas a la actividad.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a personas que se dedican a comercializar el producto se obtuvo como resultado que las ventas de año a año han tenido un incremento del 24% porcentaje que se lo utilizará para la proyección de la oferta.

### 3.8. Proyección de la Oferta

**CUADRO N°20**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

<b>AÑO</b>	<b>PRODUCCIÓN FUTURA JUEGOS DE BAÑO</b>	<b>PRODUCCIÓN FUTURA JUEGOS DE COCINA</b>	<b>PRODUCCION FUTURA TOTAL</b>
2010	425	325	750
2011	526	404	930
2012	653	500	1153
2013	810	620	1430
2014	1004	769	1773

Fuente: Investigación de mercado - 2010

Elaborado por: Las Autoras

### 3.9. Balance Oferta – Demanda

El balance oferta – demanda de los juegos de cocina y baño de acuerdo a la información obtenida en las encuestas y entrevistas se muestra en el siguiente cuadro.

**CUADRO Nº21**  
**BALANCE OFERTA DEMANDA**

<b>AÑO</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>
2010	Juegos de Baño	3227	425	2802
2010	Juegos de Cocina	2473	325	2148
<b>TOTAL</b>				4950

**Fuente:** Investigación de mercado - 2010  
**Elaborado por:** Las Autoras

De acuerdo al balance de oferta demanda de los juegos de cocina y baño se obtuvo un déficit de productos ofertantes. Lo que muestra claramente una demanda no cubierta.

### **3.10. Análisis de la Competencia**

De acuerdo a la investigación realizada se puede determinar que no existe una competencia representativa, pues existen locales comerciales que se dedican a la venta de productos similares, por otra parte existe solo dos personas que se dedican a la elaboración de los juegos de cocina y baño.

En la ciudad de San Gabriel no existen microempresas que se dediquen a la elaboración de los juegos de cocina y baño completamente y sobre todo que logre satisfacer la demanda insatisfecha existente.

Al crear al microempresa se pretende llegar a ofertar el producto en forma directa a los locales comerciales quienes son la competencia por otra parte se pretende cubrir aproximadamente el 60% de la demanda existente en la ciudad.

### **3.11. Proyección de Precios**

Para realizar el análisis de precios se utilizó datos obtenidos de las entrevistas realizadas a las personas que confeccionan los juegos de cocina y



baño para luego proyectarlos conservando un margen de utilidad aceptable que permita cubrir con los gastos.

De acuerdo al análisis realizado y a la comparación de precios entre la competencia se realiza la proyección tomando el porcentaje de inflación acumulada al año 2010 que es del 3.46% anual la proyección es como se muestra.

**CUADRO N°22**  
**PROYECCIÓN DE PRECIOS**

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Juegos de cocina 6 piezas	17,50	18,11	18,73	19,38	20,05
Juegos de baño 5 Piezas	25,00	25,87	26,76	27,69	28,64

Fuente: Investigación de mercado - 2010

Elaborado por: Las Autoras

### 3.12. Sensibilidad de la Investigación

Los precios y los gastos de la microempresa como todo lo relacionado a la situación económica en el país no son fijos, en el caso del presente proyecto los costos de producción y ventas se verán afectados por situaciones en la tasa inflacionaria del país, la misma que no se puede determinar si para los próximos años será más alta o baja que la inflación del año 2010.

Si tomamos en cuenta la situación económica que atraviesa nuestro país, la posible falta de circulante por la baja del precio en el petróleo que es el principal producto que sobresale en el país hace que los costos y gastos no sean fijos, es así que existiría una variación en los precios de las ventas y compras.

### **3.13. Conclusiones de la Investigación.**

a) Según la investigación realizada y una vez hecho el análisis oferta – demanda se puede llegar a la conclusión de que la demanda se encuentra insatisfecha, ya que no existen las personas necesarias que se dediquen a la elaboración de los juegos de cocina y baño, pues existe solo una persona dentro de la ciudad, lo que deja percibir que existe la factibilidad para la creación de la microempresa.

b) Con la creación de la microempresa en la Ciudad de San Gabriel se generará nuevas plazas de empleo y por ende mejorar los ingresos de las familias involucradas en esta actividad

c) La microempresa realizará las ventas directas a los consumidores finales, es así que de esta manera se eliminará a los intermediarios del producto.

d) A través de la investigación se determinó que en la ciudad de San Gabriel no existe una competencia significativa pues la mayoría de personas se dedican a la actividad agrícola – ganadera

e) Se establece que la ciudad cuenta con las condiciones apropiadas para la creación de la microempresa.

f) Existe apoyo por parte de la Municipalidad para la ejecución del proyecto ya que constituye la generación de una nueva actividad artesanal dentro de la ciudad.

g) En lo relacionado a los precios del producto a ofertarse se puede concluir que son menores al promedio de aquellos precios de la competencia.

## CAPÍTULO IV

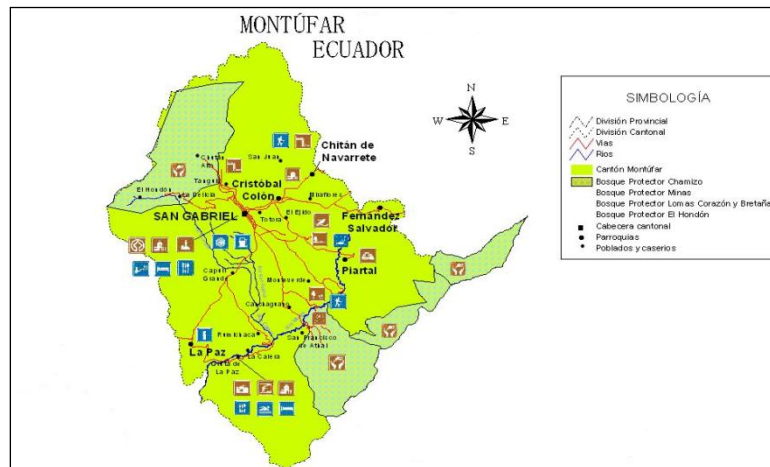
### 4. ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 4.1. Macro y Micro Localización del Proyecto

##### 4.1.1. Macro Localización

El presente proyecto estará ubicado dentro del territorio Ecuatoriano, en la Provincia del Carchi, Cantón Montúfar, este cuenta con una superficie de 400.4 Km<sup>2</sup>, limita por el Norte con los Cantones de Tulcán y Huaca; al este la Provincia de Sucumbíos, Al sur y al Oeste con los Cantones de Bolívar y Espejo el Cantón Montúfar cuenta con una población de 32.127 habitantes aproximadamente.

**GRÁFICO N° 1**  
**MACROLOCALIZACIÓN**



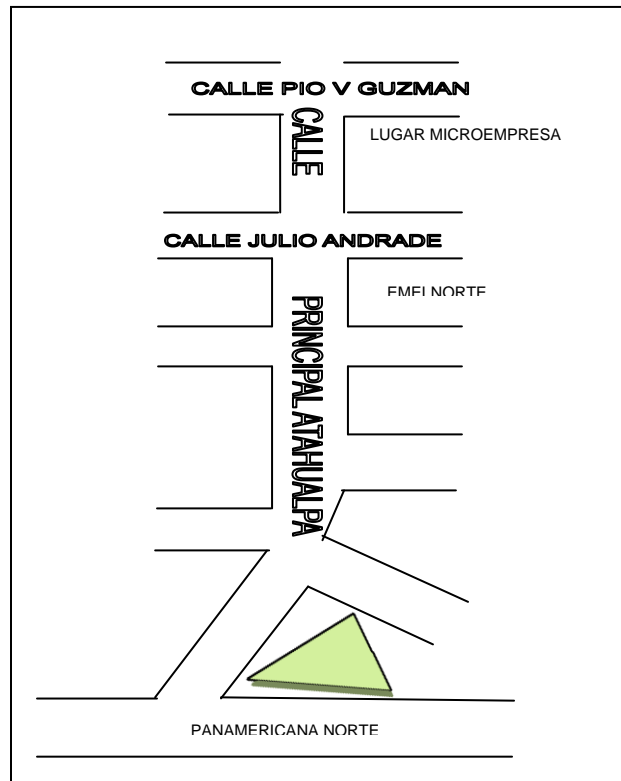
**FUENTE:** Guía Turística Montufar

**ELABORADO POR:** Las Autoras

#### 4.1.2. Micro Localización

La microempresa estará ubicada de la ciudad de San Gabriel del Cantón Montúfar y funcionará en un departamento ubicado en el Barrio San José. Los factores más importantes que se consideran para la localización geográfica de la microempresa de elaboración de juegos de cocina y baño son los siguientes: Servicios básicos, cercanía a las calles principales, disponibilidad de medios de transporte y mano de obra, factores ambientales y condiciones adecuadas de la ciudad.

**GRÁFICO N° 2**  
**CROQUIS DE UBICACIÓN**



**FUENTE:** Observación Directa

**ELABORADO POR:** Las Autoras

## 4.2. Matriz de Factores.

Para el diseño de la matriz de factores y la matriz priorizada se tomó en cuenta los siguientes lugares de la ciudad:

- a) Barrio Santa Clara (A)
- b) Barrio San Antonio (B)
- c) Barrio San José (C)

Cada uno de los factores son calificados sobre 100 puntos, a continuación se demuestra en el cuadro y los resultados correspondientes:

**CUADRO N° 23**  
**DISEÑO DE LA MATRIZ**

<b>TEMA: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUEGOS DE COCINA Y BAÑO CONFECCIONADOS EN TELA, EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI"</b>				
<b>FACTORES</b>	<b>LUGARES PRESELECCIONADOS.</b>			<b>TOTAL</b>
	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>				
Tipo de mercado	80	80	80	240
Canales de distribución	60	60	60	180
Promoción y publicidad	40	50	70	160
Puntos de venta	40	60	70	170
Competencia	60	40	50	150
Comercialización corporativa	50	50	50	150
<b>SUBTOTAL</b>	<b>330</b>	<b>340</b>	<b>380</b>	<b>1050</b>
<b>PRODUCCIÓN</b>				
Tipo de producto	70	70	70	210
Control de calidad	40	50	50	140

FACTORES	LUGARES PRESELECCIONADOS			TOTAL
	A	B	C	
Tecnología	40	60	60	160
Costos de producción	50	70	70	190
Productividad	40	60	70	170
Procesos	40	50	50	140
Mano de obra	50	50	50	150
<b>SUBTOTAL</b>	<b>330</b>	<b>410</b>	<b>420</b>	<b>1160</b>
<b>INFRAESTRUCTURA</b>				
Alcantarillado	60	60	60	180
Servicios básicos	70	70	70	210
Vías de comunicación	60	60	80	200
Instalación	70	80	80	230
<b>SUBTOTAL</b>	<b>260</b>	<b>270</b>	<b>290</b>	<b>590</b>
<b>MANEJO AMBIENTAL</b>				
Cuidado del entorno	80	80	80	240
<b>SUBTOTAL</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>240</b>
<b>TOTAL FINAL</b>	<b>1000</b>	<b>1100</b>	<b>1170</b>	<b>3040</b>

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: Las Autoras

Al analizar la matriz, se comprueba que: Los factores comercialización, producción, infraestructura tiene la más alta calificación según corresponde, por lo que es necesario dar mayor énfasis e importancia en el factor que se refiere a manejo ambiental ya que su puntaje es bajo.

#### CUADRO N° 24 DISEÑO DE LA MATRIZ PRIORIZADA

FACTORES	%
COMERCIALIZACIÓN	25
PRODUCCIÓN	50
INFRAESTRUCTURA	20
MANEJO AMBIENTAL	5
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: Las Autoras

## DISEÑO DE LA MATRIZ

**TEMA:**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUEGOS DE COCINA Y BAÑO CONFECCIONADOS EN TELA, EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”

FACTORES	%	LUGARES PRESELECCIONADOS.			TOTAL
		A	B	C	
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>					
Tipo de mercado	0,05	4	4	4	12
Canales de distribución	0,04	2,4	2,4	2,4	7,2
Promoción y publicidad	0,03	1,2	1,5	2,1	4,8
Puntos de venta	0,00	0	0	0	0
Competencia	0,03	1,8	1,2	1,5	4,5
Comercialización Corporativa	0,10	5	5	5	15
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0,25</b>	<b>14,4</b>	<b>14,1</b>	<b>15</b>	<b>43,5</b>
<b>PRODUCCIÓN</b>					
Tipo de producto	0,10	7	7	7	21
Control de calidad	0,08	3,2	4	4	11,2
Tecnología	0,04	1,6	2,4	2,4	6,4
Costos de producción	0,03	1,5	2,1	2,1	5,7
Productividad	0,15	6	9	10,5	25,5
Procesos	0,05	2	2,5	2,5	7
Mano de obra	0,05	2,5	2,5	2,5	7,5
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0,50</b>	<b>23,8</b>	<b>29,5</b>	<b>31</b>	<b>84,3</b>
<b>INFRAESTRUCTURA</b>					
Alcantarillado	0,03	1,8	1,8	1,8	5,4
Servicios Básicos	0,05	3,5	3,5	3,5	10,5
Vías de comunicación	0,04	2,4	2,4	3,2	8
Instalación	0,08	5,6	6,4	6,4	18,4
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0,20</b>	<b>13,3</b>	<b>14,1</b>	<b>14,9</b>	<b>23,9</b>
<b>MANEJO AMBIENTAL</b>					
Cuidado del entorno	0,05	4	4	4	12
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0,05</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>12</b>
<b>TOTAL FINAL</b>	<b>1,00</b>	<b>55,5</b>	<b>61,7</b>	<b>64,90</b>	<b>163,7</b>

FUENTE: Investigación de campo  
ELABORADO POR: Las Autoras

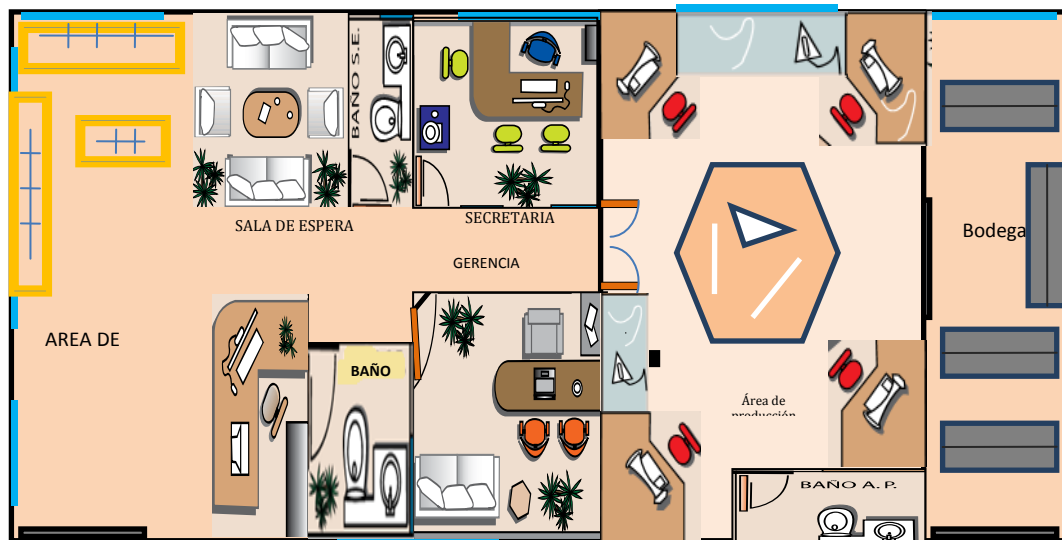
### 4.3. Ubicación de la Planta

La microempresa funcionará en la Parroquia San José, Barrio San José, entre las calles: Pio Quinto Guzmán y Julio Andrade tomando como referencia la Avenida Atahualpa.

### 4.4. Distribución de la Planta

La microempresa se instalará en la planta baja del departamento a usarse con una superficie de construcción de 63 m<sup>2</sup>. La organización y distribución de oficinas serán de la siguiente manera:

**GRÁFICO N° 3**  
**DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**





**CUADRO N° 25**  
**DISTRIBUCIÓN DE LAS AREAS DE CONSTRUCCIÓN**

AREA DE CONSTRUCCIÓN	M <sup>2</sup>
Área Operativa – Producción	
Bodega	9 m <sup>2</sup>
Producción	16 m <sup>2</sup>
<b>Subtotal</b>	<b>25 m<sup>2</sup></b>
Área Administración - Ventas	
Técnico Administrativo	7,30 m <sup>2</sup>
Secretaria Contadora	7,30 m <sup>2</sup>
Comercialización – Vendedora	15,40 m <sup>2</sup>
Baños	8 m <sup>2</sup>
<b>Subtotal</b>	<b>38 m<sup>2</sup></b>
<b>TOTAL</b>	<b>63 m<sup>2</sup></b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Las Autoras

#### 4.5. Tamaño del Proyecto.

Para determinar el tamaño del proyecto de la microempresa, de manera óptima y racional se toma en cuenta algunos factores que determinan el mismo, como por ejemplo: Volumen de demanda, capacidad de producción u oferta efectiva, capacidad instalada, ubicación e inversión.

El análisis de estos factores permiten determinar un panorama claro con respecto a cuan viable o riesgoso resulta la implementación del proyecto. Las perspectivas en este sentido dan la pauta de atractivo o no al inversionista además de tomar en cuenta variables como: demanda, oferta, desarrollo futuro de la microempresa la disponibilidad de recursos financieros, tecnología entre otros.

El cálculo de la capacidad instalada se lo realiza tomando en cuenta el número de operarias y la cantidad de juegos que elabore cada una de ellas como se demuestra en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 26**  
**RENDIMIENTO APROXIMADO ANUAL POR OPERARIA**

<b>N° OPERARIAS</b>	<b>DIARIO</b>	<b>TOTAL DIARIO</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>TOTAL PRODUCCIÓN ANUAL</b>
4	4	16	80	320	3840

**FUENTE:** Opinión de expertos 2010

**ELABORADO POR:** Las Autoras

#### **4.6. Proceso Productivo**

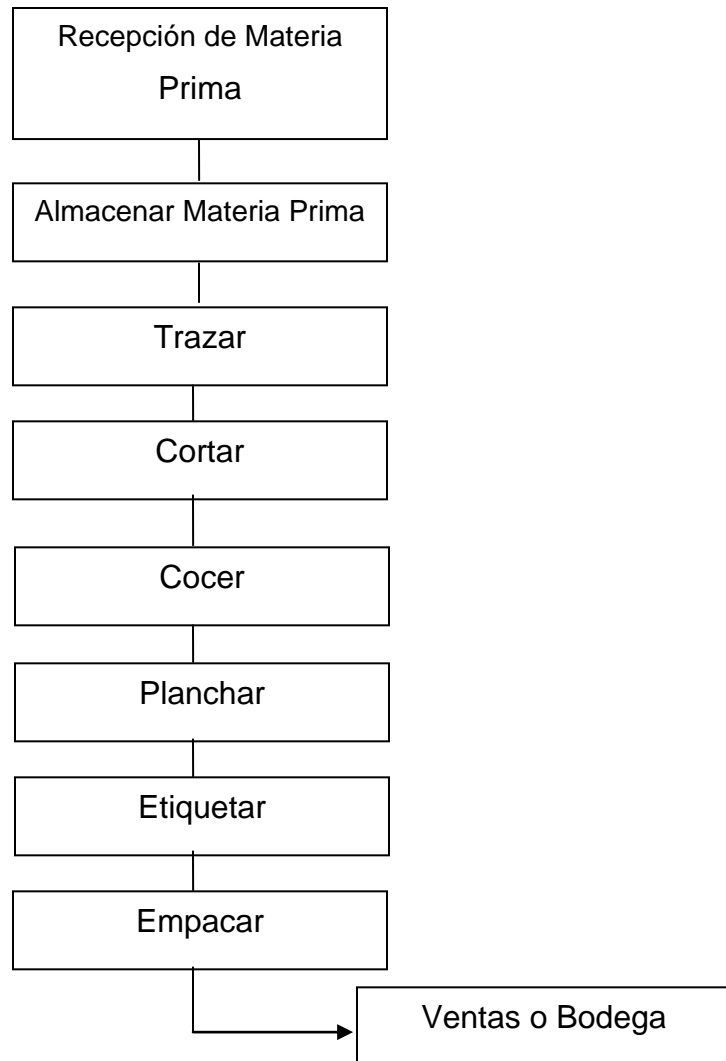
Los procesos de producción que se requiere para confeccionar los juegos de cocina y baño están en función a los diagramas y planes definidos en el ámbito del presente proyecto, con la finalidad de que la producción cubra en términos económicos y financieros las inversiones iniciales del proyecto y costos de operación.

El proceso productivo se desarrollara en las siguientes etapas:

- a) Recepción de la materia prima.
- b) Almacenamiento de la materia prima.
- c) Trazar.
- d) Cortar.
- e) Cocer.
- f) Planchar.
- g) Etiquetar.
- h) Empacar.







#### 4.7. Diagrama de Bloques

Para la elaboración y comercialización de los juegos de cocina y baño se ha elaborado el siguiente diagrama:



#### 4.8. Flujograma Operativo

**CUADRO N° 27**  
**FLUJOGRAMA OPERATIVO (SIMBOLOGÍA)**

<b>SIMBOLOGÍA</b>	<b>SIGNIFICADO</b>
	OPERACIÓN
	TRANSPORTE
	INSPECCIÓN
	DEMORA O ESPERA
	ALMACENAMIENTO
	VERIFICACIÓN

**FUENTE:** Investigación de mercado 2010

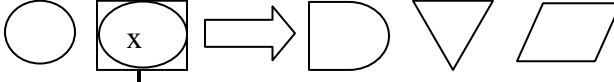
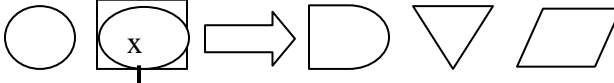
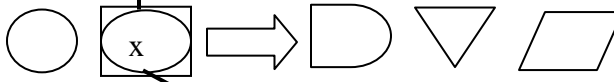

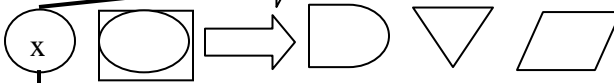
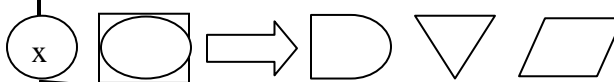
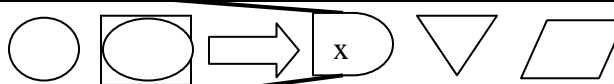
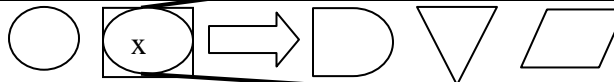
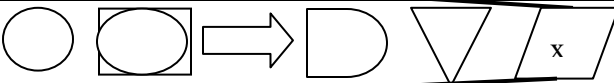
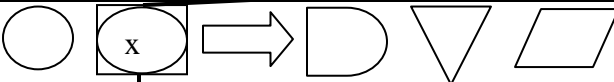
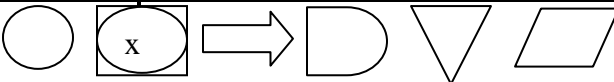
**ELABORADO POR:** Las Autoras

**CUADRO N° 28**  
**ACTIVIDADES DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN**

N°	LISTADO DE ACTIVIDADES	TIEMPO ESTIMADO DIAS
1	Recepción de materia prima	1
2	Almacenar la materia prima en bodega	1
3	Selección de materia prima que se va a utilizar	1
4	Ubicación de la materia prima en el departamento de producción	1
5	Trazar la tela	1
6	Cortar la tela	1
7	Cocer	3
8	Planchar los juegos elaborados	2
9	Verificación de los juegos elaborados	2
10	Etiquetar y empacar	3
11	Comercialización del producto final	1

**FUENTE:** Observación Directa

**ELABORADO POR:** Las Autoras

SIMBOLOGÍA	ACTIVIDAD	TIEMPO DIAS
	Recepción de materia prima	1
	Almacenar la materia prima en bodega	1
	Selección de materia prima que se va a utilizar	1
	Ubicación de la materia prima en el departamento de producción	1
	Trazar la tela	1
	Cortar la tela	1
	Cocer	3
	Planchar los juegos elaborados	2
	Verificación de los juegos elaborados	2
	Etiquetar y empacar	3
	Comercialización de producto final	1

#### 4.9. Valoración de Inversiones.

Dentro de la planificación del proyecto es necesario determinar la compra de accesorios, herramientas, y materiales necesarios para la producción. Por tanto la inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos, variables, diferidos y capital de trabajo.

##### 4.9.1. Inversión Fija

El detalle de la inversión necesaria de activos fijos se presenta de acuerdo a la necesidad del proyecto.

##### 4.9.1.1. Maquinaria

Los costos se determinaron de acuerdo a información proporcionada por Mainco de la maquinaria que se necesitará para la producción de los juegos de cocina y baño en la ciudad de San Gabriel, para lo cual se detalla en el siguiente cuadro.

**CUADRO Nº 29**  
**MAQUINARIA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>FIJOS</b>			
Maquina recta PFAFF	4	570,00	2.280,00
Maquina Overlock	4	850,00	3.400,00
Herramienta menor	4	100,00	4.00,00
<b>VARIABLE</b>			
Delantal	8	12,00	96,00
<b>TOTAL</b>			<b>6.176,00</b>

Fuente: Mainco

Elaborado por: Las Autoras

#### 4.9.1.2. Muebles y Enseres

Se requiere de un mobiliario básico para la organización, y el funcionamiento de la microempresa

**CUADRO N° 30  
MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNIT	V. TOTAL
Escritorios Ejecutivos	3	212,00	636,00
Sillas Giratorias	3	60,00	180,00
Archivadores	3	180,00	540,00
Sillas	8	37,00	296,00
Mostradores	3	300,00	900,00
Stan	3	200,00	600,00
Mesas	1	120,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>3.272,00</b>

Fuente: Línea Nueva

Elaborado por: Las Autoras

#### 4.9.1.3. Equipo de Computación y Oficina

Para el buen funcionamiento del proyecto es necesario tomar en cuenta equipos de computación mismo que servirán para el buen manejo de las diferentes actividades que se presenten.

**CUADRO N° 31  
EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNIT	V. TOTAL
Computadores	3	900,00	2.700,00
Impresora Epson FX 300	2	70,00	140,00
Sumadora	2	80,00	160,00
Telefax	1	150,00	150,00
Teléfono	1	50,00	50,00
<b>TOTAL</b>			<b>3.200,00</b>

Fuente: Worldcomputers

Elaborado por: Las Autoras



#### 4.9.2. Inversión a Diferirse

**CUADRO N° 32**  
**INVERSIÓN A DIFERIRSE**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNIT</b>	<b>V. TOTAL</b>
Estudio de Factibilidad	1	700,00	500,00
Gastos de Constitución	1	300,00	300,00
<b>TOTAL</b>			<b>800,00</b>

Fuente: Base de datos  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.10. Resumen de Inversión Fija y a Diferirse

**CUADRO N° 33**  
**RESUMEN INVERSIÓN FIJA Y A DIFERIRSE**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Maquinaria y Equipo	6.176,00
Muebles y Enseres	3.272,00
Equipo de Computación	2.840,00
Equipo de Oficina	360,00
<b>TOTAL ACTIVO FIJO Y VARIABLE</b>	<b>12.648,00</b>
Inversión Diferida	800,00
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>800,00</b>
<b>TOTAL ACTIVO FIJO Y DIFERIDO</b>	<b>13.448,00</b>

Fuente: Base de datos (Cuadro 29, 30, 31, 32)  
Elaborado por: Las Autoras

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA**

#### **5.1. Denominación de la Microempresa**

La microempresa de elaboración y comercialización de juegos de baño y cocina de la ciudad de San Gabriel se denominará “**CONFECIONES SU HOGAR**”

#### **5.2. Misión de la Microempresa.**

Elaborar productos de buena calidad, que garanticen la excelencia y competitividad en el ámbito de acción, fortaleciendo el desarrollo del sector artesanal en la Ciudad de San Gabriel que permita obtener los rendimientos económicos y sociales.

#### **5.3. Visión de la Microempresa**

Constituirse en una microempresa líder en la zona norte del país y proveer artículos de cocina y baño para satisfacer las exigencias de los clientes, así como sus requerimientos en forma eficiente y eficaz, buscando de esta manera la excelencia en el servicio y producto.

#### **5.4. Objetivos Microempresariales.**

- a) Utilizar herramientas administrativas y financieras para alcanzar una participación de liderazgo en el mercado.

- b) Definir un plan de mercadeo que permita dar a conocer las características y bondades de los productos que admitan hacer frente a la competencia de productos sustitutos.
- c) Incrementar el volumen de ventas anuales de los productos.
- d) Capacitación permanente al artesano para incorporar nuevas técnicas de producción.
- e) Contribuir con el desarrollo de la ciudad generando fuentes de trabajo.

#### **5.5. Valores Microempresariales.**

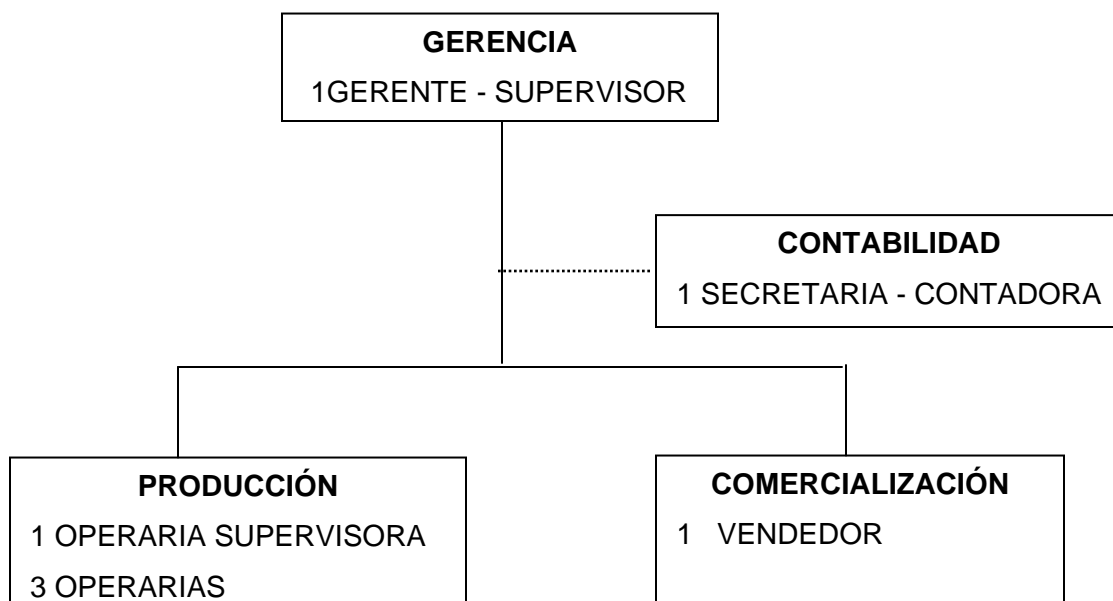
La microempresa incluirá en su cultura organizacional los siguientes valores empresariales.

- a) Compromiso
- b) Honestidad
- c) Trabajo en Equipo
- d) Puntualidad
- e) Innovación y creatividad
- f) Identidad y compromiso
- g) Equidad
- h) Transparencia

#### **5.6. Organigrama Estructural.**

El organigrama que adoptara la empresa demuestra, la relación existente entre los departamentos determinando los responsables de los mismos.

**GRÁFICO N° 4**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



**5.7. Niveles Administrativos.**

Los niveles administrativos que se manejarán en la microempresa son los siguientes:

**5.7.1. Nivel Ejecutivo**

- a) Gerente – Supervisor

**5.7.2. Nivel Auxiliar o de Apoyo**

- a) Secretaria - Contadora

**5.7.3. Nivel Operativo**

- a) Producción
- b) Comercialización

## **5.8. Perfil de Puestos.**

De acuerdo a los datos y el organigrama anterior se puede determinar cómo puestos de trabajo para la microempresa y para la elección de personal a contratar son: Gerente supervisor, secretaria contadora, producción y comercialización.

### **5.8.1. Gerente Supervisor.**

El gerente supervisor representa el nivel directivo de la microempresa, delegará su autoridad mas no su responsabilidad, de sus decisiones, dependerá el curso normal de la organización, deberá diseñar previsiones futuras que ayuden al crecimiento de la microempresa, bajo su dependencia están sus subordinados.

#### **a) Perfil del Puesto.**

- ✓ Mantener un espíritu emprendedor y dinámico.
- ✓ Ser positivo
- ✓ Ser flexible
- ✓ Ser responsable en las funciones encomendadas
- ✓ Poseer experiencia en la estructura y función de la microempresa
- ✓ Agilidad para la toma de decisiones

#### **b) Requisitos**

- ✓ Contar con un título en administración de empresas y/o carreras afines
- ✓ Tener experiencia mínima de tres años en cargos similares

- ✓ Facilidad para relacionarse
- ✓ Dinámico
- ✓ Proactivo
- ✓ Poseer liderazgo
- ✓ Trabajo bajo presión

**c) Deberes y Responsabilidades.**

- ✓ Representar legalmente a la microempresa en forma judicial y extrajudicial.
- ✓ Controlar y decidir en todos los aspectos el funcionamiento de la microempresa.
- ✓ Orientar y ejecutar la política administrativa, técnica y financiera de la microempresa.
- ✓ Presentar a los propietarios anualmente un informe sobre la situación administrativa y financiera de la microempresa.
- ✓ Suscribir toda clase contratos cuya cuantía no exceda el 50% del valor del capital suscrito y pagado.
- ✓ Nombrar y remover a los empleados y fijar sus remuneraciones.
- ✓ Adquirir o enajenar bienes muebles o enseres.
- ✓ Firmar en las cuentas corrientes de ahorro e inversiones.
- ✓ Firmar balances y presentar la información a los clientes.

**5.8.2. Secretaria- Contadora.**

Quien tendrá que realizar dos funciones y por ende también debe poseer algunas aptitudes y actitudes especiales, entre las que sobresale su capacidad para relacionarse con el público, puesto que estará siempre en contacto directo con el cliente.

**a) Perfil del Puesto.**

- ✓ Ser una persona íntegra y ética profesionalmente
- ✓ Trabajar en equipo
- ✓ Contar con iniciativa y emprendimiento
- ✓ Demostrar buen trato a los clientes y relaciones humanas
- ✓ Capacidad de responder al trabajo bajo presión
- ✓ Confidencialidad de la información que maneja en su trabajo diario.

**b) Requisitos.**

- ✓ Contar con título de contador bachiller o contador público autorizado.
- ✓ Tener por lo menos 2 años de experiencia en cargos similares.
- ✓ Poseer conocimientos de computación.
- ✓ Cursos relacionados a la profesión.
- ✓ Facilidad para relacionarse, dinámico, proactivo, liderazgo, trabajo bajo presión.

**c) Deberes y/o Responsabilidades.**

- ✓ Ofrecer un trato cordal, amable y respetuoso al cliente
- ✓ Realizar los registros de ingresos y egresos de las actividades diarias.
- ✓ Registrar facturas de compras, y realizar pagos, previa autorización de la gerencia.
- ✓ Recibir y responder todo tipo de comunicación que llegue a la microempresa.

- ✓ Elaborar, pagar y registrar los roles de pagos de los empleados, y sus aportes al IESS, previa autorización de gerencia.
- ✓ Manejo de libro bancos de la empresa
- ✓ Adquisición de suministros, materia prima con autorización de la gerencia
- ✓ Elaborar las declaraciones de impuestos mensuales y anexos de la microempresa
- ✓ Manejo del fondo de caja chica de la microempresa y su respectiva reposición mensual
- ✓ Elaboración de libros diarios y mayores de la microempresa.

### **5.8.3. Producción.**

El área de producción representa el nivel operativo de la microempresa y controlará el proceso productivo, la calidad del producto, contando con un grupo de personas capacitadas en la ejecución de las actividades.

#### **a) Perfil de Puestos.**

- ✓ Poseer actitud de trabajo en equipo.
- ✓ Tener buena iniciativa de trabajo.
- ✓ Poseer buenas relaciones personales.
- ✓ Capacidad de trabajo a presión.

#### **b) Requisitos.**

- ✓ Poseer título de maestro artesanal
- ✓ Tiempo y experiencia previa requerida mínimo 1 año



- ✓ Tener conocimientos en computación
- ✓ Poseer conocimientos básicos en contabilidad

**c) Deberes y/o Responsabilidades.**

- ✓ Supervisar, dirigir y controlar que las actividades productivas se cumplan en forma eficiente.
- ✓ Reportar diariamente el informe de producción
- ✓ Coordinar la provisión oportuna de materia prima
- ✓ Velar por los estándares de calidad
- ✓ Conservar en forma óptima la maquinaria y equipo de la microempresa.

**5.8.4. Comercialización.**

El área de comercialización representa el nivel operativo de la microempresa y se encarga de realizar los contactos directos con los clientes a los cuales se va a vender los productos.

**a) Perfil del Puesto.**

- ✓ Mantener un espíritu emprendedor y dinámico.
- ✓ Poseer actitud de trabajo en equipo.
- ✓ Poseer buenas relaciones personales (atención al cliente).
- ✓ Disposición para trabajar bajo presión.
- ✓ Ser responsable.

**b) Requisitos.**

- ✓ Poseer título de técnico en marketing y ventas o carreras afines.
- ✓ Tener 1 año de experiencia en ventas.
- ✓ Poseer conocimientos básicos de computación.

**c) Deberes y/o Responsabilidades.**

- ✓ Identificar y satisfacer las necesidades de los consumidores.
- ✓ Supervisar en forma diaria la calidad del producto.
- ✓ Establecer convenios con otras instituciones que faciliten el proceso de publicación, distribución y venta de productos.
- ✓ Determinar los canales adecuados de comercialización de los productos.
- ✓ Comunicar diariamente sobre las ventas realizadas y novedades de clientes.
- ✓ Cumplir con los objetivos de venta propuestos por la microempresa.
- ✓ Llevar un adecuado control de ventas a contado y a crédito.

## 5.9. Matriz de Competencias

**CUADRO N° 34  
MATRIZ DE COMPETENCIAS**

IDENT. DEL PUESTO	PERFIL	COMPETENCIAS		REQUISITOS
		ESTRUCTURALES	LABORALES	
Gerente Supervisor	Representar legalmente a la microempresa en forma judicial y extrajudicial.	Ser responsable en las funciones encomendadas	Coordinar la formulación del plan estratégico de la microempresa con la participación del personal	Contar con un título en administración de empresas y/o carreras afines
	Controlar y decidir en todos los aspectos el funcionamiento de la microempresa.	Ser flexible	Modificar la estructura orgánica de la organización	Tener experiencia mínima de tres años en cargos similares
	Orientar y ejecutar la política administrativa, técnica y financiera de la microempresa.	Ser Líder	Formular políticas de Organización y gestión	Haber realizado cursos de computación, contabilidad o materias a fines
	Presentar a los propietarios anualmente un informe sobre la situación administrativa y financiera de la microempresa	Ser eficiente y eficaz	Supervisar el cumplimiento de planes y programas Trabajo bajo presión	
Secretaria Contadora	Ser una persona íntegra profesionalmente	Ser ético	Realizar los registros de ingresos y egresos de las actividades diarias.	Contar con un título de Contador
	Trabajar en equipo	Ser líder	Registrar facturas de compras, y realizar pagos, previa autorización de la gerencia.	Tener experiencia mínima de dos años en cargos similares
	Contar con iniciativa y emprendimiento	Ser dinámico	Recibir y responder todo tipo de comunicación que llegue a la microempresa.	Haber realizado cursos de computación, contabilidad o materias a fines
	Demostrar buen trato a los clientes y relaciones humanas	Ser cortés	Elaborar, pagar y registrar los roles de pagos de los empleados, y sus aportes al IESS, previa autorización de gerencia.	Haber realizado cursos de computación, contabilidad o materias a fines
	Capacidad de responder al trabajo bajo presión	Responsable	Manejo del fondo de caja chica de la microempresa y su respectiva reposición mensual	

	Confidencialidad de la información que maneja en su trabajo diario.	Ético y eficiente	Elaboración de libros diarios y mayores de la microempresa.	
Operarias	Supervisar, dirigir y controlar que las actividades productivas se cumplan en forma eficiente.	Ser responsable	Poseer actitud de trabajo en equipo.	Poseer título de maestro artesanal
	Reportar diariamente el informe de producción	Ser eficiente	Tener buena iniciativa de trabajo.	Tiempo y experiencia previa requerida mínimo 1 año
	Coordinar la provisión oportuna de materia prima	Ser responsable	Poseer buenas relaciones personales.	Tener conocimientos en computación
Vendedora	Identificar y satisfacer las necesidades de los consumidores.	Ser creativo	Poseer buenas relaciones personales (atención al cliente).	Poseer título de técnico el marketing y ventas o carreras a fines.
	Supervisar en forma diaria la calidad del producto.	Ser responsable	Poseer actitud de trabajo en equipo.	Tener 1 año de experiencia en ventas.
	Establecer convenios con otras instituciones que faciliten el proceso de publicación, distribución y venta de productos.	Ser responsable	Mantener un espíritu emprendedor y dinámico.	Poseer conocimientos básicos de computación.
	Comunicar diariamente sobre las ventas realizadas y novedades de clientes.	Ser ético	Disposición para trabajar bajo presión.	

## **5.10. Constitución Legal de la Microempresa**

Una vez analizado los factores para determinar el tipo de microempresa y la razón social se debe seguir ciertos pasos legales requeridos para la incorporación de la misma:

**5.10.1.** Decidir si se establece la microempresa y determinar qué tipo de estructura corporativa tendrá la misma.

**5.10.2.** Elegir el nombre de la microempresa y obtener la aprobación del registro mercantil.

**5.10.3.** Abrir una cuenta de integración del capital, para los aportes entregados por los futuros socios y así se cubra el requerimiento legal.

**5.10.4.** Legalizar los documentos de establecimiento de la microempresa vía escritura pública.

**5.10.5.** Obtener la aceptación de los documentos de establecimiento de la microempresa mediante revisión y aprobación de un abogado.

**5.10.6.** Registrar a la microempresa a la cámara de la pequeña industria, adjuntando un formulario, copia de estatutos y el pago del costo por el registro.

**5.10.7.** Registrar la microempresa en el Registro Mercantil de acuerdo con la legislación ecuatoriana la microempresa.

**5.10.8.** Obtener el número de identificación tributaria (RUC), el cual permitirá imprimir facturas y ejecutar legalmente las actividades comerciales.

**5.10.9.** Obtener la aceptación de las personas designadas a los puestos por los estatutos, dichas posiciones incluyen los representantes legales y sus suplentes, el miembro principal, la carta de designación del representante legal debe ser registrada para su efecto en el registro mercantil, y toda su disposición legal será mediante el código civil y la ley de compañías a través del ministerio de inclusión económica y social.

**5.10.10.** Abrir una cuenta bancaria en el banco de su preferencia.

**5.10.11.** Una vez establecida la microempresa, transcurrido los tres meses de ejecución podrá acceder al trámite de la patente municipal misma que se realiza en las oficinas de comprobación y renta de la municipalidad del Cantón Montúfar.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero que soporta el proyecto se expone a continuación.

#### 6.1. Inversión Total del Proyecto.

La inversión total del proyecto es:

**CUADRO N°35**  
**INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO**

<b>INVERSIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>% COMPOSICIÓN</b>
Inversión Propia	13.996,87	30
Inversión Financiada	32.659,37	70
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>46.656,25</b>	<b>100</b>

Fuente: Base de datos cuadro  
Elaborado por: Las Autoras.

#### 6.2. Destino de la Inversión

**CUADRO N° 36**  
**DESTINO DE LA INVERSIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Activo Fijo	12.648,00	27,11
Activo Diferido	800,00	1,71
Capital de Trabajo	33.208,25	71,18
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>46.656,25</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Base de datos cuadro  
Elaborado por: Las Autoras.

### 6.3. Cálculo del Costo de Oportunidad.

El cálculo del costo oportunidad del proyecto se lo obtendrá de acuerdo a la composición del capital de la microempresa, para el caso de la inversión propia se aplicará la tasa referencial del mercado que es del 7%, y para el caso de la inversión financiada se trabajará con la tasa de interés de la Cooperativa Pablo Muñoz Vegas que es del 16,30%.

Para el cálculo del valor ponderado se procede a utilizar la tasa de inflación, en remplazo del riesgo país, considerando que en la actualidad está en 1016 lo que distorsiona el análisis de la inversión, obteniendo una tasa de descuento demasiado alta.

**CUADRO N° 37**  
**COSTO DE OPORTUNIDAD**

<b>INVERSIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>% COMPOSICIÓN</b>	<b>TASA DE PONDERACIÓN</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
Inversión Propia	13.996,87	30	7	2,10
Inversión Financiada	32.659,37	70	16,30	11,41
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>46.656,25</b>	<b>100</b>		<b>13,51</b>

Fuente: Base de datos cuadro

Elaborado por: Las Autoras.

### 6.4. Tasa de Redescuento.

La tasa de redescuento o llamada también tasa de rendimiento medio, es el valor a aplicarse en la evaluación financiera del proyecto y se obtiene con la fórmula:

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



### Significado:

$i$  = Tasa de rendimiento o redescuento

$C_k$  = Costo de oportunidad = 13,51%

$R_p$  = Riesgo país (Inflación) 3.46%

La tasa de rendimiento para el proyecto es de:

$$i = (1 + 0,1351) (1 + 0,0346) - 1$$

$$i = 0,1744$$

$$i = 17,44\%$$

La tasa de redescuento muestra teóricamente que el proyecto generará el 17% de rentabilidad.

### 6.5. Pronóstico de Ventas

**CUADRO N° 38**  
**PRONÓSTICO DE VENTAS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Juegos de Cocina	1536	1589	1644	1701	1760
Juegos de Baño	2304	2384	2466	2552	2640
<b>TOTAL</b>	<b>3840</b>	<b>3973</b>	<b>4110</b>	<b>4253</b>	<b>4400</b>

Fuente: Base de datos cuadro

Elaborado por: Las Autoras

## 6.6. Presupuesto de Ingresos (Por Ventas)

**CUADRO N° 39**  
**PRESUPUESTO DE INGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Venta juegos de cocina	1536	1589	1644	1701	1760
Precio Unitario	21,90	22,65	23,44	24,25	25,09
<b>TOTAL VENTA</b>	<b>33.634,28</b>	<b>36.002,03</b>	<b>38.536,47</b>	<b>41.249,33</b>	<b>44.153,17</b>
Venta Juegos de baño	2304	2384	2466	2552	2640
Precio Unitario	25,81	26,71	27,63	28,59	29,57
<b>TOTAL VENTA</b>	<b>59.471,83</b>	<b>63.658,48</b>	<b>68.139,86</b>	<b>72.936,71</b>	<b>78.071,25</b>
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>93.106,11</b>	<b>99.660,51</b>	<b>106.676,33</b>	<b>114.186,04</b>	<b>122.224,41</b>

Fuente: Anexo C

Elaborado por: Las Autoras

## 6.7. Presupuesto de Egresos (Costos y Gastos)

Se considera egresos todos los costos requeridos para la operación del proyecto siendo estos: Materia Prima, Mano de Obra y Costos Generales de Fabricación.

### a) Materia Prima Directa.

Los materiales directos que se requieren en relación al volumen de producción presupuestada son los que se muestra en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 40**  
**MATERIAL DIRECTO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tela Estampada	10.368,00	10.726,73	11.097,88	11.481,86	11.879,14
Tela Bengalina	13.824,00	14.302,31	14.797,17	15.309,15	15.838,85
<b>TOTAL MPD</b>	<b>24.192,00</b>	<b>25.029,04</b>	<b>25.895,05</b>	<b>26.791,02</b>	<b>27.717,99</b>

Fuente: Anexo D

Elaborado por: Las Autoras

## b) Mano de Obra Directa

La mano de obra directa se calcula con respecto al recurso humano que presta servicios en la elaboración de los juegos de cocina y baño.

**CUADRO N° 41**  
**MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Operarias	14839,68	15353,13	15884,35	16433,95	17002,56
<b>TOTAL</b>	<b>14839,68</b>	<b>15353,13</b>	<b>15884,35</b>	<b>16433,95</b>	<b>17002,56</b>

Fuente: Anexo E

Elaborado por: Las Autoras

## c) Costos Generales de Fabricación

Comprenden todos los gastos adicionales que se presentan en la producción y comercialización de los juegos de cocina y baño.

## Material Indirecto

**CUADRO N° 42**  
**MATERIALES INDIRECTOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Encaje delgado	368,64	381,39	394,59	408,24	422,37
Encaje ancho	3.456,00	3.575,58	3.699,29	3.827,29	3.959,71
Cinta	192,00	198,64	205,52	212,63	219,98
Sesgo	1.152,00	1.191,86	1.233,10	1.275,76	1.319,90
Hilo	30,80	31,87	32,97	34,11	35,29
Etiqueta	76,80	79,46	82,21	85,05	87,99
Empaque	38,40	39,73	41,10	42,53	44,00
<b>TOTAL</b>	<b>5.314,64</b>	<b>5.498,53</b>	<b>5.688,78</b>	<b>5.885,61</b>	<b>6.089,25</b>

Fuente: Anexo D

Elaborado por: Las Autoras

## Servicios Básicos

**CUADRO N° 43**  
**SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Consumo energía	470,40	486,68	503,51	520,94	538,96
Consumo Agua Potable	48,60	50,28	52,02	53,82	55,68
Teléfono	240,00	248,30	256,90	265,78	274,98
Internet	360,00	372,46	385,34	398,68	412,47
Arriendo	1.800,00	1.862,28	1.926,71	1.993,38	2.062,35
<b>TOTAL</b>	<b>2.919,00</b>	<b>3.020,00</b>	<b>3.124,49</b>	<b>3.232,60</b>	<b>3.344,44</b>

Fuente: Anexo F

Elaborado por: Las Autoras

## Amortización Gasto de Constitución.

De acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno Art. 17 Numeral 7 considera lo siguiente: “La amortización de inversiones en general, se hará en un plazo de cinco años, a razón del veinte por ciento (20%) anual.”

**CUADRO N° 44**  
**GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Estudio de factibilidad	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Gastos de Constitución	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
<b>TOTAL</b>	<b>160,00</b>	<b>160,00</b>	<b>160,00</b>	<b>160,00</b>	<b>160,00</b>

Fuente: Base de datos cuadro

Elaborado por: Las Autoras

**CUADRO N° 45**  
**RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>					
Tela estampada	10.368,00	10.726,73	11.097,88	11.481,86	11.879,14
Tela Bengalina	13.824,00	14.302,31	14.797,17	15.309,15	15.838,85
<b>TOTAL MPD</b>	<b>24.192,00</b>	<b>25.029,04</b>	<b>25.895,05</b>	<b>26.791,02</b>	<b>27.717,99</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
Operarias	14.839,68	15.353,13	15.884,35	16.433,95	17.002,56
<b>TOTAL MOD</b>	<b>14.839,68</b>	<b>15.353,13</b>	<b>15.884,35</b>	<b>16.433,95</b>	<b>17.002,56</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>MATERIAL INDIRECTO</b>					
Encaje delgado	368,64	381,39	394,59	408,24	422,37
Encaje ancho	3.456,00	3.575,58	3.699,29	3.827,29	3.959,71
Cinta	192,00	198,64	205,52	212,63	219,98
Sesgo	1.152,00	1.191,86	1.233,10	1.275,76	1.319,90
Hilo	30,80	31,87	32,97	34,11	35,29
Etiqueta	76,80	79,46	82,21	85,05	87,99
Empaque	38,40	39,73	41,10	42,53	44,00
<b>TOTAL CIF</b>	<b>5.314,64</b>	<b>5.498,53</b>	<b>5.688,78</b>	<b>5.885,61</b>	<b>6.089,25</b>
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>					
Consumo energía	470,40	486,68	503,51	520,94	538,96
Consumo Agua Potable	48,60	50,28	52,02	53,82	55,68
Teléfono	240,00	248,30	256,90	265,78	274,98
Internet	360,00	372,46	385,34	398,68	412,47
Arriendo	1.800,00	1.862,28	1.926,71	1.993,38	2.062,35
<b>TOTAL SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>2.919,00</b>	<b>3.020,00</b>	<b>3.124,49</b>	<b>3.232,60</b>	<b>3.344,44</b>
<b>GASTOS DE COSTITUCIÓN</b>					
Estudio de factibilidad	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Gastos de Constitución	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>160,00</b>	<b>160,00</b>	<b>160,00</b>	<b>160,00</b>	<b>160,00</b>
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>47.425,32</b>	<b>49.060,70</b>	<b>50.752,66</b>	<b>52.503,17</b>	<b>54.314,24</b>

Fuente: Base de datos (cuadros 40, 41, 42, 43, 44)

Elaborado por: Las Autoras

#### d) Gastos Administrativos

**CUADRO N° 46**  
**GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente – Supervisor	6.023,20	6.231,60	6.447,22	6.670,29	6.901,08
Secretaria – Contadora	5.300,30	5.483,69	5.673,43	5.869,73	6.072,82
<b>TOTAL</b>	<b>11.323,50</b>	<b>11.715,29</b>	<b>12.120,64</b>	<b>12.540,02</b>	<b>12.973,90</b>

Fuente: Anexo D

Elaborado por: Las Autoras

#### e) Suministros y Materiales de Oficina

**CUADRO N° 47**  
**SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sumadora Casio	140,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tinta para Impresora	50,00	51,73	53,52	55,37	57,29
Grapadoras	7,50	0,00	0,00	0,00	0,00
Perforadoras	18,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resma de Papel Bond	14,00	14,48	14,99	15,50	16,04
Carpetas	10,00	10,35	10,70	11,07	11,46
Archivadores	75,00	77,60	80,28	83,06	85,93
Esferos	10,56	10,93	11,30	11,69	12,10
<b>TOTAL</b>	<b>325,06</b>	<b>165,08</b>	<b>170,79</b>	<b>176,70</b>	<b>182,82</b>

Fuente: Anexo D

Elaborado por: Las Autoras

#### f) Gatos de Ventas

**CUADRO N° 48**  
**GASTOS DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedora	3.709,92	3.838,28	3.971,09	4.108,49	4.250,64
<b>TOTAL</b>	<b>3.709,92</b>	<b>3.838,28</b>	<b>3.971,09</b>	<b>4.108,49</b>	<b>4.250,64</b>

Fuente: Anexo E

Elaborado por: Las Autoras

**g) Gastos de Comercialización**

**CUADRO N° 49  
GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Publicidad	150,00	120,00	124,15	128,45	132,89
Movilización	480,00	496,61	513,79	531,57	549,96
<b>TOTAL</b>	<b>630,00</b>	<b>616,61</b>	<b>637,94</b>	<b>660,02</b>	<b>682,85</b>

Fuente: Base de datos cuadro

Elaborado por: Las Autoras

**6.8. Determinación del Capital de Trabajo.**

**CUADRO N° 50  
CAPITAL DE TRABAJO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>TOTAL</b>
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>		<b>39.031,68</b>
Materia Prima Directa	24.192,00	
Mano de Obra Directa	14.839,68	
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>		<b>7.033,64</b>
Material Indirecto	5.314,64	
Arriendo	600,00	
Servicios Básicos	1.119,00	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>12.848,56</b>
Gerente – Supervisor	6.023,20	
Secretaria –Contadora	5.300,30	
Arriendo de Oficina	1.200,00	
Suministros de Oficina	325,06	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		<b>4.339,92</b>
Vendedora	3.709,92	
Comercialización	630,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>63.253,80</b>
IMPREVISTOS 5%		3162,69
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>66.416,49</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO 6 MESES</b>		<b>33.208,25</b>

Fuente: Base de datos (cuadros 45,46, 47, 48,49)

Elaborado por: Las Autoras

## h) Gastos Financieros

Para el funcionamiento del proyecto se tiene la necesidad de contar con una inversión total de \$ 46.656,25 Para cubrir el 70% de la inversión se obtendrá con los recursos de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega mediante un crédito a una tasa de interés del 16,30% anual a 5 años, los pagos del crédito se realizarán de forma mensual.

### Cálculo del Valor Presente de la Deuda

El valor presente de la inversión financiada constituye el costo del dinero en el valor actual y la determinación de las cuotas fijas del préstamo para dicha inversión

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

Dónde:

VP = Valor Presente

VF = Valor Futuro (32.659,37)

I = Tasa de interés (16,30%)

N = Tiempo de Préstamo (5 años)

$$VP = (32.659,37 * 0,1630/12 * (1 + 0,1630/12)^{60}) / (1 + 0,1630/12)^{60} - 1)$$

$$VP = \mathbf{799,43}$$



**CUADRO N° 51****TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA**

<b>N° PAGOS</b>	<b>V.P</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CAPITAL SOLUTO</b>	<b>CAPITAL INSOLUTO</b>
1	799,43	443,62	355,80	32.303,57
2	799,43	438,79	360,64	31.942,93
3	799,43	433,89	365,54	31.577,39
4	799,43	428,93	370,50	31.206,89
5	799,43	423,89	375,53	30.831,36
6	799,43	418,79	380,64	30.450,72
7	799,43	413,62	385,81	30.064,92
8	799,43	408,38	391,05	29.673,87
9	799,43	403,07	396,36	29.277,51
10	799,43	397,69	401,74	28.875,77
11	799,43	392,23	407,20	28.468,57
12	799,43	386,70	412,73	28.055,84
13	799,43	381,09	418,34	27.637,51
14	799,43	375,41	424,02	27.213,49
15	799,43	369,65	429,78	26.783,71
16	799,43	363,81	435,62	26.348,10
17	799,43	357,89	441,53	25.906,56
18	799,43	351,90	447,53	25.459,03
19	799,43	345,82	453,61	25.005,42
20	799,43	339,66	459,77	24.545,65
21	799,43	333,41	466,02	24.079,64
22	799,43	327,08	472,35	23.607,29
23	799,43	320,67	478,76	23.128,53
24	799,43	314,16	485,27	22.643,26
25	799,43	307,57	491,86	22.151,41
26	799,43	300,89	498,54	21.652,87
27	799,43	294,12	505,31	21.147,56
28	799,43	287,25	512,17	20.635,39
29	799,43	280,30	519,13	20.116,26
30	799,43	273,25	526,18	19.590,07
31	799,43	266,10	533,33	19.056,74
32	799,43	258,85	540,57	18.516,17
33	799,43	251,51	547,92	17.968,25
34	799,43	244,07	555,36	17.412,90

35	799,43	236,53	562,90	16.849,99
36	799,43	228,88	570,55	16.279,44
37	799,43	221,13	578,30	15.701,15
38	799,43	213,27	586,15	15.114,99
39	799,43	205,31	594,12	14.520,88
40	799,43	197,24	602,19	13.918,69
41	799,43	189,06	610,37	13.308,32
42	799,43	180,77	618,66	12.689,67
43	799,43	172,37	627,06	12.062,61
44	799,43	163,85	635,58	11.427,03
45	799,43	155,22	644,21	10.782,82
46	799,43	146,47	652,96	10.129,86
47	799,43	137,60	661,83	9.468,03
48	799,43	128,61	670,82	8.797,21
49	799,43	119,50	679,93	8.117,28
50	799,43	110,26	689,17	7.428,11
51	799,43	100,90	698,53	6.729,58
52	799,43	91,41	708,02	6.021,56
53	799,43	81,79	717,63	5.303,93
54	799,43	72,05	727,38	4.576,54
55	799,43	62,16	737,26	3.839,28
56	799,43	52,15	747,28	3.092,00
57	799,43	42,00	757,43	2.334,58
58	799,43	31,71	767,72	1.566,86
59	799,43	21,28	778,14	788,71
60	799,43	10,71	788,71	0,00

**Fuente:** Base de datos

**Elaborado por:** Las Autoras

### i) Depreciación de Activos

**CUADRO N° 52**  
**DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS**

<b>ACTIVO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Maquinaria y Equipo	608,00	608,00	608,00	608,00	608,00
Muebles y Enseres	327,20	327,20	327,20	327,20	327,20
Equipo de Computación	937,20	937,20	937,20		
Equipo de Oficina	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.908,40</b>	<b>1.908,40</b>	<b>1.908,40</b>	<b>971,20</b>	<b>971,20</b>

Fuente: Anexo H

Elaborado por: Las Autoras

### j) Resumen de Costos y Gastos

**CUADRO N° 53**  
**RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Costos de Producción	48.060,12	49.695,50	51.387,46	53.137,97	54.949,04
Gastos					
Administrativos	12.390,16	12.621,97	13.033,03	12.841,22	13.281,22
Gastos de Ventas	4.871,92	4.986,89	5.141,03	4.980,40	5.145,39
Gastos Financieros	4.603,53	5.412,58	6.363,82	7.482,24	8.797,21
<b>TOTAL</b>	<b>69.925,73</b>	<b>72.716,95</b>	<b>75.925,35</b>	<b>78.441,83</b>	<b>82.172,86</b>

Fuente: Base de datos (cuadros 45, 46, 48, 51, 52)

Elaborado por: Las Autoras

## 6.9. Balance General Inicial

El balance General Proyectado presenta la situación financiera y económica del proyecto, de manera estimada, registrando fuentes de capital, activos fijos y el patrimonio con que cuenta para iniciar la actividad, como se detalla a continuación:

**CUADRO N° 54****BALANCE GENERAL INICIAL DE ARRANQUE AL AÑO 0**

<b>ACTIVOS</b>		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>33.208,25</b>
Capital de Trabajo	33.208,25	
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		
<b>DEPRECIABLES</b>		<b>12.648,00</b>
Maquinaria y Equipo	6.176,00	
Equipo de Computación	2.840,00	
Muebles y Enseres	3.272,00	
Equipo de Oficina	360,00	
<b>OTROS ACTIVOS</b>		790,00
Estudio de Factibilidad	160,00	
Gastos de Constitución	630,00	
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>46.646,25</b>
<b>PASIVOS</b>		
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>		
Préstamo Bancario	32.659,37	
<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>32.659,37</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital Propio		13.996,87
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>13.996,87</b>
<b>TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO</b>		<b>46.656,25</b>

Fuente: Base de datos (cuadros 29, 30, 31, 44, 50)

Elaborado por: Las Autoras

## 6.10. Proyección de Estados Financieros de Pérdidas y Ganancias.

Los estados de pérdidas y ganancias proyectados muestran la gestión de la microempresa para obtener utilidades o pérdidas al término de un año económico, se comparan los ingresos operacionales que son las ventas de los juegos de cocina y baño, versus el detalle de gastos operativos y financieros y se obtiene la utilidad respectiva de la cual se restan los impuestos de ley, se obtiene la utilidad, como se muestra a continuación:

**CUADRO N° 55**  
**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	93.106,11	99.660,51	106.676,33	114.186,04	122.224,41
Costo de Producción	47.425,32	49.060,70	50.752,66	52.503,17	54.314,24
Utilidad Bruta en Ventas	45.680,79	50.599,81	55.923,67	61.682,87	67.910,17
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>					
Gastos Administrativos	11.648,56	11.715,29	12.120,64	12.540,02	12.973,90
Gastos de Ventas	4.339,92	4.454,89	4.609,03	4.768,50	4.933,49
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	15.988,48	16.170,18	16.729,67	17.308,52	17.907,39
<b>UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA</b>	<b>29.692,31</b>	<b>34.429,63</b>	<b>39.193,99</b>	<b>44.374,35</b>	<b>50.002,77</b>
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>					
Gastos Financieros	4.603,53	5.412,58	6.363,82	7.482,24	8.797,21
Gasto Depreciación	1.908,40	1.908,40	1.908,40	971,20	971,20
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	6.511,93	7.320,98	8.272,22	8.453,44	9.768,41
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>	<b>23.180,38</b>	<b>27.108,65</b>	<b>30.921,77</b>	<b>35.920,91</b>	<b>40.234,37</b>
15% PTU	3.477,06	4.066,30	4.638,27	5.388,14	6.035,15
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>19.703,32</b>	<b>23.042,35</b>	<b>26.283,51</b>	<b>30.532,78</b>	<b>34.199,21</b>
25% DE IMPUESTOS	4.925,83	5.760,59	6.570,88	7.633,19	8.549,80
<b>UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>14.777,49</b>	<b>17.281,76</b>	<b>19.712,63</b>	<b>22.899,58</b>	<b>25.649,41</b>

Fuente: Base de datos (cuadros 39, 46, 48, 51 )

Elaborado por: Las Autoras

## 6.11. Flujos de Caja Proyectados

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo, derivadas de ingresos (Ingresos Proyectados) y egresos de efectivo (Proyección de Gastos), constituye el circulante que tiene la empresa para seguir operando.

### 6.11.1. Flujo de Caja Libre Proyectado

**CUADRO N° 56  
FLUJO DE CAJA LIBRE PROYECTADO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas Proyectadas		93.106,11	99.660,51	106.676,33	114.186,04	122.224,41
Otros (inversión)						
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>93.106,11</b>	<b>99.660,51</b>	<b>106.676,33</b>	<b>114.186,04</b>	<b>122.224,41</b>
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Costos Operativos		47.425,32	49.060,70	50.752,66	52.503,17	54.314,24
Gastos Administrativos		11.648,56	11.715,29	12.120,64	12.540,02	12.973,90
Gastos de Ventas		4.339,92	4.454,89	4.609,03	4.768,50	4.933,49
<b>TOTAL EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>63.413,80</b>	<b>65.230,88</b>	<b>67.482,34</b>	<b>69.811,69</b>	<b>72.221,64</b>
<b>GASTOS NO OPERACIONALES</b>						
Obligaciones Financieras		4.603,53	5.412,58	6.363,82	7.482,24	8.797,21
Depreciaciones		1.908,40	1.908,40	1.908,40	971,20	971,20
Participación de los Trabajos		3.477,06	4.066,30	4.638,27	5.388,14	6.035,15
Pago Impuesto a la Renta		4.925,83	5.760,59	6.570,88	7.633,19	8.549,80
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>14.914,82</b>	<b>17.147,86</b>	<b>19.481,36</b>	<b>21.474,77</b>	<b>24.353,37</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>78.328,62</b>	<b>82.378,75</b>	<b>86.963,70</b>	<b>91.286,46</b>	<b>96.575,00</b>
INVERSIÓN	<b>-46.656,25</b>					
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA</b>		<b>14.777,49</b>	<b>17.281,76</b>	<b>19.712,63</b>	<b>22.899,58</b>	<b>25.649,41</b>

Fuente: Base de datos (cuadro 55)

Elaborado por: Las Autoras

## 6.11.2. Flujo de Caja Proyectado con Protección

**CUADRO N° 57**  
**FLUJO DE CAJA PROYECTADO CON PROTECCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Inversión</b>	<b>-46.656,25</b>					
<b>INGRESOS</b>						
Utilidad Neta proyectada		14.777,49	17.281,76	19.712,63	22.899,58	25.649,41
Depreciaciones		1.908,40	1.908,40	1.908,40	971,20	971,20
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>16.685,89</b>	<b>19.190,16</b>	<b>21.621,03</b>	<b>23.870,78</b>	<b>26.620,61</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago del Principal		4.603,53	5.412,58	6.363,82	7.482,24	8.797,21
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>4.603,53</b>	<b>5.412,58</b>	<b>6.363,82</b>	<b>7.482,24</b>	<b>8.797,21</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO</b>		<b>12.082,36</b>	<b>13.777,58</b>	<b>15.257,21</b>	<b>16.388,55</b>	<b>17.823,40</b>

Fuente: Base de datos (cuadro 55)

Elaborado por: Las Autoras

## 6.12. Evaluación de la Inversión.

La evaluación de proyectos es una técnica que permite disminuir el riesgo de la inversión, por tal razón es indispensable conocer la tasa y valores que despliegan los indicadores como:

### 6.12.1. Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador muestra el monto de los beneficios reales a que tendrá el proyecto ante la inversión y considera el valor cronológico del dinero, como su costo de rentabilidad (Tasa de Redescuento), al aplicar la fórmula se define los flujos netos de efectivo actualizados y las inversiones actualizadas a la misma tasa, para aplicar esta fórmula se utiliza los resultados obtenidos en el cálculo de la tasa de redescuento de 17,44%.

## Simbología

FNE = Flujo neto de efectivo

i = Tasa de rendimiento

I = Inversión

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+i)} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

	INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FNE =	-46.656,25					
		14.777,49	17.281,76	19.712,63	22.899,58	25.649,41

$$VAN = -46.656,25 + \frac{14.777,49}{(1+0,1744)} + \frac{17.281,76}{(1+0,1744)^2} + \frac{19.712,63}{(1+0,1744)^3} + \frac{22.899,58}{(1+0,1744)^4} + \frac{25.649,41}{(1+0,1744)^5}$$

$$VAN = 14.146,79$$

El valor del VAN es positivo lo que significa que supera a 0, esto implica una ganancia adicional dentro del periodo de cinco años.

### 6.12.2. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno, nos muestra la rentabilidad que devuelve el proyecto durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es = 0



### Fórmula:

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

Dónde:

Ti = Tasa Inferior

Ts = Tasa Superior

VPN Ti = Valor Presente Neto de la Tasa Inferior

VPN Ts = Valor Presente Neto de la Tasa Superior

Calculo del VAN cuando la tasa es del 29%

$$VAN = -46.656,25 + \frac{14.777,49}{(1 + 0,29)} + \frac{17.281,76}{(1 + 0,29)^2} + \frac{19.712,63}{(1 + 0,29)^3} + \frac{22.899,58}{(1 + 0,29)^4} + \frac{25.649,41}{(1 + 0,29)^5}$$

**VAN = 832,06**

Cálculo del VAN cuando la tasa es del 30%

$$VAN = -46.656,25 + \frac{14.777,49}{(1 + 0,30)} + \frac{17.281,76}{(1 + 0,30)^2} + \frac{19.712,63}{(1 + 0,30)^3} + \frac{22.899,58}{(1 + 0,30)^4} + \frac{25.649,41}{(1 + 0,30)^5}$$

**VAN = -183,60**

## Interpolando

$$TIR = 29 + (30 - 29) \left[ \frac{832,06}{832,06 - (-183,60)} \right]$$

$$TIR = 29 + 0,8192$$

$$TIR = 30\%$$

De los resultados obtenidos sobre la tasa de rendimiento se determina que el 30% es mayor que la tasa mínima, lo cual indica rentabilidad y el proyecto es viable

### 6.12.3. Relación Beneficio – Costo

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

Si B/C es mayor que uno, tenemos un adecuado retorno.

Si B/C es menor que uno, no hay un adecuado retorno por tanto no es atractiva la inversión.

Si B/C es igual a uno, significa indiferencia tampoco es aceptable por que equivale a no haber hecho nada.

Fórmula:

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

**CUADRO N°58**  
**BENEFICIO COSTO**

<b>AÑO</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>17,44%</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>17,44%</b>
1	93.106,11	16.237,71	78.328,62	13660,51
2	99.660,51	17.380,79	82.378,75	14366,85
3	106.676,33	18.604,35	86.963,70	15166,47
4	114.186,04	19.914,05	91.286,46	15920,36
5	122.224,41	21.315,94	96.575,00	16842,68
<b>TOTAL</b>	<b>535.853,40</b>		<b>435.532,53</b>	

Fuente: Base de datos cuadro 56

Elaborado por: Las Autoras

$$B/C = \frac{535.853,40}{435.532,53}$$

$$B/C = 1,23$$

Se puede notar que el retorno de los ingresos es favorable, ya que por cada dólar de gasto, el proyecto está generando 1,23 dólares de ingresos o retorno de la inversión.

**6.12.4. Punto de Equilibrio.**

El cálculo del punto de equilibrio es válido únicamente para el primer año del proyecto, porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto.

**Fórmula:**

$$PE(x) = \frac{CF}{MCu \text{ Promedio Ponderado}}$$

**CUADRO N° 59**  
**CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>VALORES EN DÓLARES</b>	<b>JUEGOS DE COCINA</b>	<b>JUEGOS DE BAÑO</b>
Precio de Venta	21,90	25,81
Costo Variable Unitario	16,84	19,12
Margen de Contribución U	5,05	6,69
Costos Fijos	30.389,82	30.389,82
Mezcla de Ventas	40%	60%

Fuente: Ver Anexo I

Elaborado por: Las Autoras

MCu Promedio Ponderado =  $5,05 \times 0,40 + 6,69 \times 0,60 = 6,03$

$$PE(x) = \frac{30.389,82}{6,03} = 5040 \text{ unidades}$$

Prorratio:  $5040 \times 0,40 = 2016$  unidades (Juegos de Cocina)

$5040 \times 0,60 = 3024$  unidades (Juegos de Baño)

**6.12.5. Período de Recuperación de la Inversión.**

El tiempo de recuperación de la inversión es importante conocerlo, para poder tomar la decisión de si se realiza o no dicha inversión.

Su cálculo se lo realiza como se muestra el cuadro siguiente:

**CUADRO N° 60**  
**RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>INVERSIÓN</b>
		<b>46.656,25</b>
1	14.777,49	31.878,76
2	17.281,76	14.597,00
3	19.712,63	
4	22.899,58	
5	25.649,41	

Fuente: Base de datos cuadro 55  
Elaborado por: Las Autoras

$$\frac{19.712,63}{12 \text{ meses}} = 1.642,72 \text{ por mes}$$

El tiempo de recuperación de la inversión es 2,9 años

**6.12.6. Análisis de Sensibilidad y Riesgo del Proyecto**

De acuerdo al análisis realizado con el 4% de disminución, en los ingresos del proyecto aún puede desarrollarse, siendo así que sus ingresos totales ascienden \$ 89.381,86 para el año uno, en el flujo de caja tenemos \$ 11.053,25 para el año uno, con estos valores se puede determinar que el Valor actual neto (VAN) es de 861,31 positivo, mientras que la Tasa interna de retorno (TIR) tiene el 17% positivo, igual que a la tasa mínima que se estableció. **Ver Anexo J y K**

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

La evaluación de impactos realizados a la ejecución del proyecto de elaboración y comercialización de juegos de baño y cocina se realiza mediante el empleo de la matriz de impactos, la misma que funciona con la asignación de una calificación a los componentes del entorno sean estos directos o indirectos que afecten o no en el entorno en el que se instale el proyecto.

La evaluación se hace aplicando la siguiente escala:

**CUADRO N° 61**  
**ESCALA DE IMPACTOS**

<b>VALORACIÓN CUALITATIVA</b>	<b>VALORACIÓN CUANTITATIVA</b>
Alto	3
Medio	2
Bajo	1
Indiferente	0
Bajo	-1
Medio	-2
Alto	-3

A continuación se realiza el análisis de cada uno de los impactos de acuerdo a la tabla anterior, asignando a cada uno de ellos la calificación correspondiente.

## 7.1. Impacto Socio Económico

**CUADRO N°62  
IMPACTO SOCIO ECONÓMICO**

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Nivel de Ingresos							x	
Generación de Empleo						x		
Efecto Multiplicador							X	
Normativa Legal							X	
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>9</b>	<b>11</b>

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Impactos}}{N^{\circ} \text{Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{11}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2,8$$

### a) Análisis:

El impacto socio económico es alto positivo, ya que la producción de juegos de cocina y baño requieren de una inversión mínima durante todo el proceso, de la misma manera brinda oportunidades de empleo dentro de las familias de los miembros de la organización, mejorando así los niveles de ingreso, contribuyendo a la productividad y al desarrollo del sector.

## 7.2. Impacto Educativo Cultural

**CUADRO N° 63**  
**IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL**

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de Conocimientos							X	
Aplicación de Conocimientos							X	
Capacitación						X		
Distracción y Descanso						X		
Tradición						X		
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>	<b>6</b>	<b>12</b>

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Impactos}}{N^{\circ} \text{ Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{12}{5}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2.40$$

### b) Análisis:

Dentro del nivel educativo cultural se estaría mejorando los niveles de cultura al capacitar y concienciar a las artesanas sobre la elaboración de los juegos de cocina y baño, además les permitirá desarrollar y poner en práctica sus conocimientos obtenidos.

En la actualidad los niveles de competencia son cada vez más exigentes. De ahí la necesidad de mejorar los índices comerciales,



los mismos que irán en beneficio del desarrollo personal y la sociedad.

### 7.3. Impacto Empresarial.

**CUADRO N° 64  
IMPACTO EMPRESARIAL**

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Manejo de Recursos							x	
Clima Organizacional							x	
Gestión						x		
Creatividad							x	
Atención y Servicio al Cliente						x		
Posicionamiento en el mercado							x	
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>12</b>	<b>16</b>

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Impactos}}{N^{\circ} \text{Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{16}{6}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2.67$$

#### c) Análisis:

Con la ejecución del proyecto se integrará a las artesanas de la ciudad de San Gabriel, esto permitirá establecer la organización, para con ello mantener y mejorar el manejo de los recursos, siendo estos: Registros contables, rentabilidad del negocio, los costos de producción, administración de la microempresa.

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

#### 7.4. Impacto Ético.

**CUADRO N°65  
IMPACTO ÉTICO**

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Personal Ético							x	
Condiciones de Trabajo						x		
Credibilidad Profesional							x	
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Impactos}}{N^{\circ} \text{Indicadores}}$$

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

$$\text{Nivel de Impacto} = 2.67$$

#### d) Análisis:

En el aspecto ético el proyecto influirá en medio positivo pues pretende crear una cultura nueva en las personas donde prime la ética.

La creación de la microempresa en la Ciudad de San Gabriel, contribuye con el sector artesanal, el proyecto pretende crear una

conciencia de trabajo leal y con salarios acordes al medio donde funcionará el mismo.

### 7.5. Impacto Ambiental.

**CUADRO N° 66  
IMPACTO AMBIENTAL**

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Reciclaje de desechos						x		
Contaminación				X				
Salud Humana							x	
Polución Ambiental				X				
Deforestación				X				
<b>TOTAL</b>				<b>0</b>		<b>2</b>	<b>3</b>	<b>5</b>

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Impactos}}{N^{\circ} \text{Indicadores}}$$

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

$$\text{Nivel de Impacto} = 1$$

**e) Análisis:**

Tomando en cuenta que el proyecto va dirigido al sector artesanal, no puede tener incidencia en el medio ambiente.

La matriz muestra una incidencia de bajo positivo pues se relaciona estrictamente con el tratamiento de los desechos que genera las actividades diarias en el departamento de producción como en la

oficina de la microempresa, a lo que se pretende realizar ciertas medidas preventivas como, reciclaje de materiales, el menor uso posible de artefactos que causen contaminación ambiental.

## 7.6. Resumen General de Impactos

**CUADRO N° 67  
RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS**

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Socio Económico							x	
Impacto Educativo Cultural							x	
Impacto Empresarial							x	
Impacto Ético							x	
Impacto Ambiental					x			
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>		<b>12</b>	<b>13</b>

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Impactos}}{N^{\circ} \text{Indicadores}}$$

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

$$\text{Nivel de Impacto} = 2.60$$

### f) Análisis:

Se puede apreciar en la matriz general de impactos, los indicadores que influyen en el proyecto de confección de juegos de cocina y baño y el resultado correspondiente que es de 2.60 es un nivel alto, lo que significa que con la ejecución del proyecto no afecta en ninguno de los

impactos, esto indica que el proyecto es factible para el desarrollo de la ciudad de San Gabriel.

## CONCLUSIONES

Después de haber terminado todo el proceso de investigación, en todas sus fases, especialmente lo relacionado al estudio económico-financiero, se puede concluir que el presente proyecto es factible, en vista de que los índices de evaluación financiera son favorables: \$ 14.146,79 valor del VAN es positivo lo que significa que supera a 0, esto implica una ganancia adicional dentro del periodo de cinco años. La tasa de rendimiento del 30% misma que es mayor que la tasa mínima, lo cual indica rentabilidad y el proyecto es viable. Además se puede notar que el retorno de los ingresos es favorable, ya que por cada dólar de gasto, el proyecto está generando 1.23 dólares de ingresos o retorno de la inversión.

- a) En la ciudad de San Gabriel, aun no existe en su totalidad una concientización por parte de las autoridades, para incrementar y fomentar la actividad artesanal misma que ayudaría a mejorar la actividad económica de las amas de casa.
- b) Las amas de casa, son personas que trabajan en forma aislada, no existe una organización, coordinación, y estrategias de ventas, esto impide el progreso de las mismas y por ende retrasa el desarrollo en la producción y comercialización de los juegos de cocina y baño.
- c) Las artesanas de la ciudad de San Gabriel que se dedican a la producción y venta de juegos de cocina y baño, no tienen conocimiento de un registro de cuentas que ayuden a determinar un costo real de sus producciones, por tanto no toman en cuenta los costos y gastos utilizados en la producción, siendo así que el precio de venta no es determinado con su valor real.
- d) La producción y comercialización de los juegos de cocina y baño en el mercado local y regional se presenta como un rubro promisorio para la investigación artesanal de la Ciudad; representa un rendimiento financiero atractivo sobre el costo de oportunidad del capital

## RECOMENDACIONES

- a) . El presente proyecto debe promoverse a través de las instituciones de desarrollo urbano y rural sostenible para la función de entes emprendedores. Esto ayudará a una mejor práctica y crecimiento para el pequeño y gran productor. Para un mejor desempeño de sus funciones y fortalecimiento organizativo.
  
- b) La aplicación de nuevas técnicas en el proceso productivo ayudará a fortalecer y mejorar la productividad, así como también en la comercialización de los juegos de cocina y baño. De esto depende el buen ingreso económico para las amas de casa involucradas en la actividad artesanal.
  
- c) Para la venta de los juegos de cocina y baño es necesario llevar un registro y tomar en cuenta todos y cada uno de los gastos y costos utilizados en la producción, con ello se determinará el precio real para la venta al público, y por ende se determinara la utilidad real obtenida dentro de un lapso de tiempo.
  
- d) Para que la microempresa tenga éxito en las ventas y llegue a formar parte de las microempresas líderes en el norte del país es necesario realizar publicidades y promociones constantes sobre los juegos de cocina y baño que realizarán las amas de casa dentro de la misma.

## BILBIOGRAFÍA

- ARBOLEDA, Germán, Proyectos, 2005
- BERK, Jonathan, Finanzas Corporativas, México, 2008
- FONTAIRE, Ernesto, Evaluación Social de Proyectos, 2005
- GARCIA, Juan, Contabilidad de Costos, Segunda edición, 2005
- FISCHER, Laura, Mercadotecnia, 2007
- HARJADON, Bernard, Principios de contabilidad, Cuarta Edición, Colombia, 2007
- HERNANDEZ Roberto, FERNANDEZ. Carlos, BAPTISTA Pilar, Metodología de la investigación, cuarta edición, Colombia, 2005
- HOLLEN, Norma, SANDDLER, Janes, LANGFORD, Ana Introducción a los textiles, 2006
- JACOME. Walter, Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, Ibarra, 2005
- KEVIN, HARTHLEY, RUDELIUS, Marketing, Segunda Edición, Madrid, 2007
- LEIVA. Francisco, Nociones de la investigación científica, Segunda edición, Quito, 2005
- MONTEROS, Edgar, Manual de Gestión Empresarial, Editorial universitaria, Ibarra 2005
- NARANJO, Marcelo, Contabilidad de costos, bancaria, gubernamental, nueva edición 2007
- PHILIP, Kotler, Principios de Marketing, 2008
- SANTANDREW, Eliseu, Manual de Finanzas; 2005
- SERRANO, Javier, Fundamentos de Finanzas, Segunda Edición, 2005
- STANLEY B. BLOCK Y GEOFFREY A HIRT, Administración Financiera, México 2005.
- VACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, 2005
- ZAPATA, Pedro, Contabilidad General, Sexta Edición, 2008



## LINCOGRAFÍA

- [www.google.com](http://www.google.com)
- [www.pequeñasempresas.com](http://www.pequeñasempresas.com)
- [www.altavista.com](http://www.altavista.com)
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- [www.ispjae.cu/eventos/colaeiq/Cursos](http://www.ispjae.cu/eventos/colaeiq/Cursos)

ANEXOS

**ANEXO A. MATRIZ ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos**

<b>VARIABLES</b>	<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<b><u>Producción</u></b>				
Tipo de producto	2	1	5	2 E
Formas de producción	1	2	4	2 E
Materia prima	1	4	3	2e
Volumen de producción	0	1	5	2e
Cantidad y calidad	0	2	5	0E
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>22</b>	<b>8</b>
<b><u>Comercialización</u></b>				
Tipo de mercado	2	1	4	3E
Precio de venta	1	2	5	2E
Formas de comercialización	1	3	4	1E
Competencia	0	0	5	2E
Demanda	1	3	4	3e
Estrategia de ventas	0	2	5	2E
Servicio al cliente	2	2	5	2E
<b>Total</b>				
<b><u>Rentabilidad</u></b>				
Costo de producción y ventas	2	2	4	2e
Nivel de rentabilidad	0	3	4	1e
Margen de utilidad	1	0	3	2e
Inversión	4	2	5	1e
Formas de financiamiento		3	5	2e
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>21</b>	<b>8e</b>
<b><u>Talento Humano</u></b>				
Nivel de educación	2	2	4	2E
Experiencia de trabajo	1	4	5	1e
Cuantificación	3	4	5	1e
Capacitación	1	3	5	1E
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>19</b>	<b>5</b>

## ANEXO B. ENCUESTA

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A LAS AMAS DE CASA**

La presente investigación tiene por objetivo ver la factibilidad de crear una microempresa de elaboración y comercialización de juegos de cocina y baño confeccionados en tela en la ciudad de San Gabriel

### 1.- ¿Compra usted juegos de cocina y baño para su hogar?

Si ( )    No ( )

### 2.- ¿Con qué frecuencia compra los juegos de cocina y baño?

Mensual ( )    Trimestral ( )    Semestral ( )    Una vez al año ( )

### 3.- ¿Cuáles son los artículos que usted prefiere comprar?

Juegos de Cocina ( )    Juegos de Baño ( )

### 4.- ¿Qué cantidad de juegos compra usted?

Juegos de cocina      1 a 2 ( )    2 a 3 ( )    más de 3 ( )  
Juegos de baño        1 a 2 ( )    2 a 3 ( )    más de 3 ( )

### 5.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por cada juego?

Juegos de cocina 6 piezas    17,00 ( )    17,50 ( )    18,00 ( )  
Juegos de baño 5 piezas        23,00 ( )    24,00 ( )    25,00 ( )

### 6.- ¿En qué lugar prefiere comprar este producto?

Almacenes ( )    Mercados ( )    Punto de venta de la microempresa ( )

**7.- ¿Existen almacenes o locales comerciales que se dediquen a la venta de este producto?**

Si ( ) No ( )

**8.- ¿En qué tipo de tela le gustaría que se confeccionen los juegos de cocina y baño?**

Limpión o Absorbente ( ) Tela Estampada ( ) Tela Semi Pesada ( )  
Bengalina ( )

**9.- ¿Cómo le gustaría que fueran los acabados de los juegos de cocina y baño?**

Encajes y sesgo ( ) Cinta ( ) Bordados en cinta ( ) Otros ( )

**10.- ¿De las siguientes Opciones cual es la más importante para usted?**

Calidad ( ) Precio ( ) Surtido ( ) Servicio ( )

**11.- ¿Cree usted que tendrá aceptación la creación de la microempresa para la elaboración de los juegos de cocina y baño?**

Totalmente de acuerdo ( ) Medianamente de Acuerdo ( ) Medianamente desacuerdo ( ) Totalmente Desacuerdo ( )

**12.- ¿Dónde cree usted que debe ubicarse la microempresa?**

Barrio San Antonio ( ) Barrio San José ( ) Barrio Santa Clara ( )

**13.- ¿Tenemos en mente ponerle CONFECCIONES SU HOGAR estaría de acuerdo con este nombre?**

Si ( ) No ( )

**14.- ¿Por qué medio de publicidad le gustaría enterarse de esta microempresa?**

Radio ( ) Periódico ( ) Trípticos ( ) Publicidad Rodante ( ) Hojas Volantes ( )

## ANEXO C DETERMINACIÓN DE PRECIOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	% CP	TOTAL C.P.\$	P.U.CTO	% UTILIDAD	PRECIO VENTA
Juegos de Cocina	1536	37%	25872,52	16,84	30%	21,90
Juegos de Baño	2304	63%	44053,21	19,12	35%	25,81
<b>TOTAL</b>	<b>3840</b>	<b>100%</b>	<b>69.925,73</b>			

## ANEXO D MATERIALES DIRECTOS E INDIRECTOS

### JUEGOS DE COCINA

DESCIPCIÓN	CANTIDAD	CANT. ROLLOS	V. UNIT.	V. TOTAL
Tela estampada	3840	38,4	270,00	10.368,00
Encaje delgado	3072	30,72	12,00	368,64
Cinta	768	7,68	10,00	76,80
Sesgo	7680	76,8	15,00	1.152,00
Hilo	8	6	2,20	13,20
Etiqueta	1536	15,36	2,00	30,72
Empaque	1536	15,36	1,00	15,36
<b>TOTAL</b>				<b>12.024,72</b>

### JUEGOS DE BAÑO

DESCIPCIÓN	CANTIDAD	CANT. ROLLOS	V. UNIT.	V. TOTAL
Tela Bengalina	3456	34,56	400,00	13.824,00
Encaje ancho	23040	230,4	15,00	3.456,00
Cinta	1152	11,52	10,00	115,20
Hilo	10	8	2,20	17,60
Etiqueta	2304	23,04	2,00	46,08
Empaque	2304	23,04	1,00	23,04
<b>TOTAL</b>				<b>17.481,92</b>
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>				<b>29.506,64</b>

## ANEXO E ROLES

CARGO	N° DE TRABA	SUELDO BÁSICO	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	APORTE PATRONAL 12,15%	LÍQUIDIDO A RECIBIR
<b>PERSONAL OPERATIVO</b>							
Operarias	4	240,00	11.520,00	960,00	960,00	1.399,68	14.839,68
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>							
Gerente Supervisor	1	400,00	4.800,00	400,00	240,00	583,20	6.023,20
Secretaria Contadora	1	350,00	4.200,00	350,00	240,00	510,30	5.300,30
<b>PERSONAL DE VENTAS</b>							
Vendedora	1	240,00	2.880,00	240,00	240,00	349,92	3.709,92

## ANEXO F SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	P.U.\$	P.T.\$ MENSUAL	P.T ANUAL
Consumo energía	Kwn	392	0,10	39,20	470,40
Consumo Agua Potable	m3	15	0,27	4,05	48,60
Teléfono	Minutos	400	0,05	20,00	240,00
Internet	Banda ancha			30,00	360,00
Arriendo			150,00	150,00	1.800,00

## ANEXO G SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	Q* SEMESTRE	P.U.\$	CONSUMO SEMESTRAL	CONSUMO ANUAL
Sumadora casio	2	70,00	140,00	140,00
Tinta para impresora	1	25,00	25,00	50,00
Grapadoras	3	2,50	7,50	7,50
Perforadoras	3	6,00	18,00	18,00
Resma de papel bond	2	3,50	7,00	14,00
Carpetas	20	0,25	5,00	10,00
Archivadores	15	2,50	37,50	75,00
Esferos	1	5,28	5,28	10,56
<b>TOTAL</b>				<b>325,06</b>

## ANEXO H DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

ACTIVO	%	VALOR DEL ACTIVO	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria y Equipo	10%	6.080,00	608,00
Muebles y Enseres	10%	3.272,00	327,20
Equipo de Computación	33%	2.840,00	937,20
Equipo de Oficina	10%	360,00	36,00
<b>TOTAL</b>		<b>12.552,00</b>	<b>1.908,40</b>

## ANEXO I DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS

<b>COSTOS FIJOS</b>		
<b>ADMINISTRACIÓN</b>		<b>12.065,10</b>
Sueldos y Salarios	11.323,50	
Depreciación de Activos	741,60	
<b>VENTAS</b>		<b>4.241,92</b>
Sueldos y Salarios	3.709,92	
Depreciación de Activos	532,00	
<b>PRODUCCIÓN</b>		<b>634,80</b>
Depreciación de Activos	634,80	
<b>INVERSIÓN FIJA</b>		<b>13.448,00</b>
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>		<b>30.389,82</b>



**ANEXO J FLUJO DE CAJA SENSIBILIZADO CUANDO LOS INGRESOS BAJAN EN UN 4%**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas Proyectadas		89.381,86	95.674,09	102.409,28	109.618,60	117.335,44
Otros (inversión)						
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>89.381,86</b>	<b>95.674,09</b>	<b>102.409,28</b>	<b>109.618,60</b>	<b>117.335,44</b>
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Costos Operativos		47.425,32	49.060,70	50.752,66	52.503,17	54.314,24
Gastos Administrativos		11.648,56	11.715,29	12.120,64	12.540,02	12.973,90
Gastos de Ventas		4.339,92	4.454,89	4.609,03	4.768,50	4.933,49
<b>TOTAL EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>63.413,80</b>	<b>65.230,88</b>	<b>67.482,34</b>	<b>69.811,69</b>	<b>72.221,64</b>
<b>GASTOS NO OPERACIONALES</b>						
Obligaciones Financieras		4.603,53	5.412,58	6.363,82	7.482,24	8.797,21
Depreciaciones		1.908,40	1.908,40	1.908,40	971,20	971,20
Participación de los Trabajos		3.477,06	4.066,30	4.638,27	5.388,14	6.035,15
Pago Impuesto a la Renta		4.925,83	5.760,59	6.570,88	7.633,19	8.549,80
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>14.914,82</b>	<b>17.147,86</b>	<b>19.481,36</b>	<b>21.474,77</b>	<b>24.353,37</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>78.328,62</b>	<b>82.378,75</b>	<b>86.963,70</b>	<b>91.286,46</b>	<b>96.575,00</b>
INVERSIÓN	-46.656,25					
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA</b>		<b>11.053,25</b>	<b>13.295,34</b>	<b>15.445,58</b>	<b>18.332,14</b>	<b>20.760,43</b>

**ANEXO K VALOR ACTUAL NETO (VAN) SENSIBILIZADO**

$$VAN = -46.656,25 + \frac{11.053,25}{(1 + 0,1744)} + \frac{13.295,34}{(1 + 0,1744)^2} + \frac{15.444,58}{(1 + 0,1744)^3} + \frac{18.332,14}{(1 + 0,1744)^4} + \frac{20.760,43}{(1 + 0,1744)^5}$$

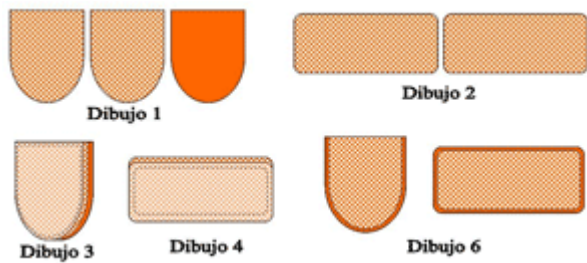
$$VAN = 861,31$$

## ANEXO L PROCESO PRODUCTIVO

### a. SELECCIÓN LA MATERIA PRIMA (TELA)



### b. TRAZADO DE FIGURAS



c. CORTADO DE LAS FIGURAS



d. COCER LAS FIGURAS



e. TERMINADOS DE LOS DISEÑOS



f. LISTOS PARA COMERCIALIZAR

JUEGOS DE BAÑO



# JUEGOS DE COCINA

