



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE
MATERIAS PRIMAS PARA LA INDUSTRIA DEL CUERO EN
COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: Patricia Morán

DIRECTOR: Econ. Manuel Corrales

Ibarra, noviembre, 2014

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se orientó a desarrollar un estudio de factibilidad en la ciudad de Cotacachi, denominando al proyecto: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa distribuidora y comercializadora de materias primas para la industria del cuero en Cotacachi, provincia de Imbabura”. El estudio parte de un diagnóstico situacional que permite conocer diferentes factores como la adquisición de materias primas, nivel de competencia, mercado potencial, lugares de compra, entre los principales. Para dar mayor soporte al estudio se ha utilizado fuentes bibliográficas como: libros, folletos, textos, internet, los cuales han permitido contar con bases teóricas para el desarrollo del estudio. Para conocer la situación real del sector se ha realizado un estudio de mercado que permite conocer las variedades y cantidades de materias primas requeridas, niveles de oferta, demanda insatisfecha que se constituye el mercado meta así como los canales adecuados de comercialización. Posteriormente se ha efectuado un estudio técnico que permite definir la localización de la nueva unidad económica, al igual que la infraestructura física para su funcionamiento, procesos de compra y venta que permitan optimizar tiempos y costos, así como equipos, muebles, recurso humano y el capital necesario para su ejecución. Con el estudio económico-financiero se ha proyectado los ingresos y gastos con los cuales se ha calculado el valor actual neto, tasa interna de retorno, costo-beneficio generando índices positivos los cuales hacen viable financieramente la inversión. Para su funcionamiento se establece una estructura orgánico-funcional, que permite conocer la misión y visión de la empresa, niveles jerárquicos con departamentos y personal idóneo para su manejo y dirección. La puesta en marcha de esta propuesta a más de generar rentabilidad, desarrolla impactos positivos tanto: sociales, económicos y ambientales que beneficiarán a sus accionistas, empleados y sociedad.

EXECUTIVE SUMMARY

The present investigation was made to develop a study of feasibility in Cotacachi city, and named as: "Feasibility study to create a distributing and selling enterprise of raw material for the leather industry in Cotacachi, in Imbabura province". This study starts with a situational diagnostic which lets to know different factors such as: raw material, acquisition, competence level, potential market, buying places, among others. In order to give more support to the study I have used some bibliographic origins such as: books, pamphlets, texts, internet, which have helped to get theoretic basis to develop the study. To know the real situation of this sector I have made a market study which let me to know the varieties and quantities of raw materials needed, levels of supply, unsatisfied demand which formed the goal market and at the same way the correct ways of commercialization. Later I have made a technical study which lets me to define the location of the new economical business, and the physical infrastructure for working, buying and selling process which help to optimize time and costs, at the same time the equipment, furniture, human resources and the money to start the business. With the economic-financial study I have projected the incomes and expenses because with them I have calculated the net actual value, internal tax of return, cost-benefit generating a positive index which made financially feasible the inversion. For its running I have established an organic-functional structure, which let to know the mission and vision of the enterprise, position levels with departments and suitable people for the correct management and direction. The implementation of this project generates incomes and at the same time it develops positive impacts such as: socials, economical and environmental which will benefit its owners, employees and society.

AUTORÍA

Yo PATRICIA MORÁN, portadora de la cédula de ciudadanía N°1002606109, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE MATERIAS PRIMAS PARA LA INDUSTRIA DEL CUERO EN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Patricia Morán

C.I. 100260610-9



CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada PATRICIA MORÁN para optar por el Título de INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS cuyo tema es: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE MATERIAS PRIMAS PARA LA INDUSTRIA DEL CUERO EN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 8 días del mes de noviembre del 2014

Econ. Manuel Corrales

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, PATRICIA MORÁN con cédula de ciudadanía N° 100260610-9 manifiesto mi voluntad de ceder a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE los derechos patrimoniales consagrados a la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador artículos 4, 5, y 6 en calidad de autor del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE MATERIAS PRIMAS PARA LA INDUSTRIA DEL CUERO EN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA" que ha sido desarrollo para optar por el título de Ingeniería en ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS en la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo fiel en formato impreso y digital a la biblioteca de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Patricia Morán

100260610-9

Ibarra, a los 8 días del mes de noviembre del 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002606109		
APELLIDOS Y NOMBRES:	MORÁN RUIZ MÓNICA PATRICIA		
DIRECCIÓN:	COTACACHI, CALLE RÍO FRÍO 19-36 Y ESMERALDAS		
EMAIL:	Patimru_1@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062916773	TELEFONO MÓVIL:	0999219554
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE MATERIAS PRIMAS PARA LA INDUSTRIA DEL CUERO EN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA "		
AUTORA:	PATRICIA MORÁN		
FECHA:	8 de noviembre del 2014		
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO			
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/>	POSGRADO	
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.		
ASESOR / DIRECTOR:	Econ. Manuel Corrales		

2. AUTORIZACIÓN DEL USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, PATRICIA MORÁN, con cédula de ciudadanía Nro. 100260610-9, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 8 días del mes de noviembre del 2014.

EL AUTOR:

(Firma)

Nombre: Patricia Morán

C.C.: 1002606109

ACEPTACIÓN:

(Firma)

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado de manera especial a mis padres que estuvieron en todo momento impulsando la culminación de este trabajo de grado, al igual que mis hermanos quienes me han apoyado en todo momento con sus consejos más aún en los momentos difíciles o desaliento lo cual me ha permitido llegar hasta esta etapa final. De igual forma a mis compañeros de trabajo, mi jefe que siempre han estado promoviendo la ejecución de este trabajo muy importante en mi vida profesional. De igual forma dedico a las personas que no están físicamente y han sido una motivación para no decaer y avanzar día a día.

Mónica Patricia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Técnica del Norte por acogerme en sus aulas y haberme permitido aprender tan importantes conocimientos que han aportado mucho en mi desarrollo profesional, de igual forma a mis Catedráticos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, quienes supieron transmitir y compartir sus conocimientos y experiencias para guiarme en el camino de enseñanza y estudios universitarios.

Quiero agradecer de manera especial a mi distinguido Director de Trabajo de Grado, Econ. Manuel Corrales, por su paciencia y apoyo durante todo el desarrollo de mi tesis.

Agradezco a todos quienes han estado apoyándome siempre en mi arduo e importante trabajo académico.

Patricia Morán

PRESENTACIÓN

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE MATERIAS PRIMAS PARA LA INDUSTRIA DEL CUERO EN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”

Introducción:

El presente trabajo lleva el nombre de Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Distribuidora y Comercializadora de Materias Primas para la Industria del Cuero en Cotacachi, Provincia de Imbabura y está conformado por siete capítulos que a continuación se expone brevemente de lo tratado en cada fase del proceso investigativo realizado:

CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.- Es la evaluación de todos los aspectos positivos o negativos que se identifican en esta primera fase de investigación, los cuales permitirán crear o no la nueva empresa.

CAPÍTULO II: BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.- Es la descripción de los fundamentos teóricos y científicos, criterios y otros aspectos importantes los cuales se debe conocer para aplicarlos en el presente trabajo, detallándose así como principales fuentes de información: libros, folletos, documentos, textos, obras, base legal, internet, etc. Estos permiten ratificar los conocimientos para generar nuevas ideas, que den soporte en la estructura del proyecto.

CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO.- Con la aplicación de las diferentes técnicas de investigación: encuesta, entrevista y observación directa se muestra los resultados del levantamiento de la información.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO.- Es el que permite determinar la ubicación adecuada de la nueva unidad productiva, así como establecer el tamaño óptimo de instalaciones, equipos, maquinaria y recurso humano necesario para la puesta en marcha del proyecto.

CAPÍTULO V: ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.- Es el análisis económico que se ha obtenido de la información levantada, en base a los cuales se evaluará los fondos de capital necesarios para la operatividad del proyecto, así como el análisis financiero que permita medir su rentabilidad presente y futura.

CAPÍTULO VI: ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.- En este capítulo se determina la organización de la empresa con el establecimiento de la visión, misión y estructura en base a la cual se va a desarrollar.

CAPÍTULO VII: IMPACTOS.- Este capítulo permite establecer los efectos positivos o negativos que se originen en la ejecución del proyecto en el ámbito social, económico y ambiental.

Planteamiento del Problema

El cantón Cotacachi ha sido por varias décadas un centro turístico que promueve la visita de turistas nacionales e internaciones por su gran variedad de atractivos turísticos como son la cultura, paisajes, lagunas y principalmente su gran fuente artesanal y productiva que es la elaboración de artículos de cuero.

Con el paso de los años este sector se ha convertido en un factor muy importante en la economía del cantón, el cual ha sufrido cambios significativos convirtiéndose en un precedente nacional de esta industria lo que ha permitido que cada vez sea visitado por más turistas, sin

embargo su crecimiento no ha sido al mismo nivel que la oferta de materias primas necesarias para su elaboración.

Por los antecedentes presentados, se ha podido evidenciar que los artesanos presentan dificultades para su adquisición y esto a la vez no les permita contar con materiales en el momento necesario o incluso generar mayor competitividad en el mercado actual.

Justificación

La ejecución del presente estudio se justifica por varios factores, entre ellos está la aplicación de conocimientos adquiridos en las aulas universitarias, los cuales contribuyen de manera trascendental en la generación de nuevos proyectos que permitan generar nuevas fuentes de ingresos al igual que retribuir a la sociedad con la generación de fuentes de empleo y así contribuir de manera eficiente en la solución de los problemas sociales.

Adicional la presente investigación es factible de realizarse ya que cuenta con los recursos necesarios para su avance, de igual forma se cuenta con las fuentes bibliográficas para establecer las bases teóricas que permitan su desarrollo, además se cuenta con el apoyo de personal experto y colaboración de los involucrados en la investigación. Referente a materiales y recursos económicos necesarios para su ejecución se cuenta con las facilidades del caso que permitan su puesta en marcha.

Los principales beneficiarios directos serán: la estudiante universitaria al poner en práctica los conocimientos adquiridos y obtener el título universitario y la generación de una nueva fuente de ingresos. Los beneficiarios indirectos serán la sociedad en general con la creación de una nueva fuente de empleo y los artesanos que contarán con un lugar que les permita contar con variedad de materiales según su necesidad.

El interés para realizar este proyecto se inicia al momento en que se observa una gran oportunidad de negocios en el sector artesanal al evidenciar la escasez de materias primas para esta industria.

OBJETIVOS

Objetivo General: Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una distribuidora y comercializadora de materias primas para la industria del cuero en Cotacachi, provincia de Imbabura.

Objetivos Específicos:

- Realizar un Diagnóstico Situacional del cantón Cotacachi.
- Desarrollar el Marco Teórico que fundamente la elaboración del proyecto.
- Realizar un Estudio de Mercado que permita identificar la oferta, demanda, precio, comercialización y publicidad.
- Realizar un Estudio Técnico del proyecto para determinar el tamaño, localización, inversiones y talento humano requerido para la operación del proyecto.
- Ejecutar el Estudio Financiero del proyecto para establecer la viabilidad del mismo.
- Diseñar una Estructura Organizacional para la nueva unidad productiva.
- Analizar los principales impactos que se generarán con la ejecución de este proyecto.

Se concluye este trabajo de investigación con la elaboración de conclusiones y recomendaciones que pueden ser tomadas en cuenta para posteriores investigaciones, al igual que los anexos permitan comprender su alcance y condiciones de la investigación con el apoyo de: guías de encuesta y entrevistas.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN E INTRODUCCIÓN.....	xi
ÍNDICE GENERAL.....	xv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xxiii

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes Diagnósticos.....	24
Objetivos diagnósticos.....	27
Matriz de la relación diagnóstica	28
Análisis de la información	30
Diseño de los instrumentos de investigación.....	43
Construcción de la matriz AOOD.....	44
Identificación del problema.....	45

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

La empresa.....	46
-----------------	----

Mercado.....	47
Materias Primas.....	51
Estudio Técnico.....	53
Elementos de la Administración.....	55
Estados Financieros.....	57

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Finalidad del Estudio.....	61
Objetivos del Estudio de Mercado.....	62
Mercado Meta.....	63
Evaluación de la información.....	64
Identificación del producto o servicio a ofrecer.....	82
Análisis y Proyección de la Demanda	84
Análisis y Proyección de la Oferta	93
Balance entre oferta y demanda.....	96
Análisis de Precios y su Proyección.....	100
Análisis de la Competencia	103
Análisis de la Comercialización	104
Promoción y Publicidad.....	105
Conclusiones del Estudio	106

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Localización	109
Tamaño del Proyecto	115
Ingeniería del Proyecto	118
Proceso de Comercialización.....	120
Diagramas de Flujo para el Proceso de Compra	122
Diagramas de Flujo para el Proceso de Venta... ..	124
Resumen de inversión fija.....	127

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Financiamiento de la Inversión.....	132
Determinación de Ingresos Proyectados	133
Presupuesto de Costos y Gastos.....	134
Gastos Administrativos.....	135
Gastos de Venta.....	138
Gastos Financieros.....	140
Resumen de egresos proyectados.....	142
Balance General.....	142
Estado de Resultados proyectado.....	143
Flujo de Caja Proyectado	145
Evaluación Financiera.....	146

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

Denominación de la Empresa.....	154
Importancia.....	155
Beneficiarios	156
Misión y Visión de la Empresa.....	156
Políticas de la Empresa	157
Principios y Valores Corporativos.....	157
Estructura Orgánica.....	158
Estructura Funcional.....	159

Aspecto Legal.....	162
Requisitos para su Funcionamiento.....	164

CAPÍTULO VI

ANÁLISIS DE IMPACTOS

Impacto Social.....	169
Impacto Económico.....	170
Impacto Ambiental.....	177
Impacto General.....	172

CONCLUSIONES	173
RECOMENDACIONES	174
BIBLIOGRAFÍA	175
LINCOGRAFÍA	176
ANEXOS	177

ÍNDICE DE CUADROS

No	Contenido	Página
1.1	MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	28
1.2	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	33
1.3	CATEGORÍAS DE OCUPACIÓN DE LA PEA	34
1.4	MIGRACIÓN POR GÉNERO	35
1.5	IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN DE ACUERDO A SU CULTURA Y COSTUMBRES	39
1.6	TIPOLOGÍA DE VIVIENDAS DEL CANTÓN	41
1.7	CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR	44
3.1	POBLACIÓN QUE DEMANDA MATERIAS PRIMAS	64
3.2	ARTÍCULOS DE CUERO MÁS PRODUCIDOS	65
3.3	MATERIAS PRIMAS MÁS UTILIZADAS	66
3.4	FRECUENCIA DE COMPRA	67
3.5	CANTIDADES DEMANDADAS DE CUERO	68
3.6	CANTIDADES DEMANDADAS DE RUSELA	69
3.7	CANTIDADES DEMANDADAS DE CIERRES	70
3.8	CANTIDADES DEMANDADAS DE HILO	71
3.9	FACILIDAD PARA LA COMPRA DE MATERIAS PRIMAS	72
3.10	LUGARES DE COMPRA	73
3.11	FRECUENCIA DE COMPRA	74
3.12	FORMA DE PAGO A CRÉDITO	74
3.13	MESES DE MAYORES VENTAS	76
3.14	NECESIDAD DE CREAR UNA DISTRIBUIDORA	77
3.15	NECESIDAD DE UNA DISTRIBUIDORA DE MATERIALES	83
3.16	ARTÍCULOS DE CUERO MÁS PRODUCIDOS	84
3.17	MATERIAS PRIMAS MÁS UTILIZADAS	85
3.18	FRECUENCIA DE COMPRA DE MATERIALES	85
3.19	PROMEDIOS DE COMPRA DE MATERIAL CUERO	86
3.20	DEMANDA ANUAL DE CUERO, SEGÚN FRECUENCIA DE COMPRA	86

3.21	PROMEDIOS DE COMPRA DE RUSELA.	87
3.22	DEMANDA ANUAL DE RUSELA, SEGÚN FRECUENCIA DE COMPRA.	87
3.23	PROMEDIOS DE COMPRA DE CIERRES.	88
3.24	DEMANDA ANUAL DE RUSELA, SEGÚN FRECUENCIA DE CIERRES.	88
3.25	PROMEDIOS DE COMPRA DE LLAVES.	89
3.26	DEMANDA ANUAL DE RUSELA, SEGÚN FRECUENCIA DE LLAVES.	89
3.27	PROMEDIOS DE COMPRA DE HILO.	90
3.28	DEMANDA ANUAL DE RUSELA, SEGÚN FRECUENCIA DE HILO.	90
3.29	RESUMEN DE CANTIDADES DEMANDADAS DE MATERIALES. AÑO 2013.	91
3.30	TURISTAS QUE VISITAN COTACACHI.	92
3.31	PROYECCIÓN CANTIDADES DEMANDADAS DE MATERIALES.	93
3.32	FUENTES O PROCEDENCIA DE OFERTA DE MATERIALES.	94
3.33	ESTIMACIÓN DE LA OFERTA LOCAL DE MATERIALES.	95
3.34	PROYECCIÓN DE LA OFERTA LOCAL DE MATERIALES. PARA LA INDUSTRIA DEL CUERO EN COTACACHI.	96
3.35	BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE MATERIALES AÑO 2013.	97
3.36	BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE MATERIALES AÑO 2014.	97
3.37	BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE MATERIALES AÑO 2015.	98
3.38	BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE MATERIALES AÑO 2016.	98
3.39	BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE	99

	MATERIALES AÑO 2017.	
3.40	BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE MATERIALES AÑO 2018.	99
3.41	PRECIOS DE MATERIALES AÑO 2013.	101
3.42	REFERENCIAL DE PRECIOS DE MERCADO (PROVEEDORES ACTUALES) PRECIOS DE MATERIALES AÑO 2013.	101
3.43	EVOLUCIÓN DE LA INFLACIÓN DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2013.	102
3.44	PROYECCIÓN DE PRECIOS DE MATERIALES PARA LAS MANUFACTURAS EN CUERO.	103
4.1	MATRIZ DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN.	113
4.2	PONDERACIÓN DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN.	114
4.3	DECISIÓN DE LOCALIZACIÓN.	114
4.4	DEMANDA LOCAL INSATISFECHA MATERIALES PARA LOS ARTESANOS DEL CUERO.	117
4.5	TAMAÑO SEGÚN FACTOR DE CRECIMIENTO	118
4.6	DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO REQUERIDO	119
4.7	EQUIPO DE CÓMPUTO REQUERIDO	125
4.8	MUEBLES Y ENSERES REQUERIDOS	126
4.9	EQUIPOS DE OFICINA REQUERIDOS	127
4.10	RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA	127
4.11	SALARIOS TALENTO HUMANO	128
4.12	MATERIALES PARA LA VENTA	129
4.13	SERVICIOS BÁSICOS	129
4.14	CAPITAL DE TRABAJO	130
4.15	INVERSIÓN DIFERIDA (GASTOS PREOPERATIVOS)	131
4.16	RESUMEN DE INVERSIONES REQUERIDAS	131
5.1	INVERSIONES Y SU FINANCIAMIENTO	132
5.2	MERCADERÍA PROYECTADA VENDER	133
5.3	PRECIOS DE MERCADERÍA PROYECTADA VENDER	133
5.4	INGRESOS PROYECTADOS	134
5.5	INVENTARIO DE MERCADERÍA AÑO 2014	135

5.6	PROYECCIÓN DE INVENTARIO DE MERCADERÍA.	135
5.7	EVOLUCIÓN DE SALARIO BÁSICO UNIFICADO.	136
5.8	SUELDO BÁSICO UNIFICADO ADMINISTRATIVO MENSUAL Y ANUAL.	136
5.9	GASTO PERSONAL ADMINISTRATIVO.	137
5.10	GASTO DEPRECIACIÓN ANUAL ADMINISTRATIVO.	137
5.11	PROYECCIÓN DEL GASTO ADMINISTRATIVO.	138
5.12	SUELDO BÁSICO UNIFICADO VENDEDOR.	138
5.13	GASTO PERSONAL DE VENTAS.	139
5.14	DEPRECIACIÓN ANUAL MUEBLES Y EQUIPOS DE VENTAS	139
5.15	PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS.	140
5.16	PAGO DE INTERÉS DE PRÉSTAMO POR AÑO.	141
5.17	FLUJO DE PAGOS DE PRÉSTAMO.	141
5.18	RESUMEN DE EGRESOS PROYECTADOS.	142
5.19	ESTADO DE SITUACION INICIAL AL 1DE ENERO DEL 2014.	143
5.20	ESTADO DE RESULTADOS.	144
5.21	ESTADO DE FLUJO DE CAJA	145
5.22	CÁLCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO	146
5.23	CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO	147
5.24	CÁLCULO DEL VAN CON TASA INFERIOR	148
5.25	CÁLCULO DEL VAN CON TASA SUPERIOR	148
5.26	INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS	150
5.27	PROYECCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	151
5.28	PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	152
5.29	RESUMEN DE INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	153
7.1	NIVELACIÓN DE IMPACTOS	168
7.2	IMPACTO SOCIAL	169
7.3	IMPACTO ECONÓMICO	170
7.4	IMPACTO AMBIENTAL	171
7.5	IMPACTO GENERAL	172

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No	Contenido	Página
1.1	MAPA POLÍTICO DEL CANTÓN COTACACHI.	31
1.2	DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN COTACACHI.	32
1.3	LAGUNA DE CUICOCHA	38
3.1	ARTÍCULOS DE CUERO MÁS PRODUCIDOS	65
3.2	MATERIAS PRIMAS MÁS UTILIZADAS	66
3.3	FRECUENCIA DE COMPRA	67
3.4	CANTIDADES DEMANDADAS DE CUERO	68
3.5	CANTIDADES DEMANDADAS DE RUSELA	69
3.6	CANTIDADES DEMANDADAS DE CIERRES	70
3.7	CANTIDADES DEMANDADAS DE HILO	71
3.8	FACILIDAD PARA LA COMPRA DE MATERIAS PRIMAS	72
3.9	LUGARES DE COMPRA	73
3.10	RECUENCIA DE COMPRA	74
3.11	PLAZO DE PAGOS A CRÉDITO	75
3.12	MESES DE MAYORES VENTAS	76
3.13	NECESIDAD DE CREAR UNA DISTRIBUIDORA	77
3.14	ROTULO PUBLICITARIO	106
4.1	MACROLOCALIZACIÓN DEL CANTÓN COTACACHI	110
4.2	PLANO DE LA CIUDAD DE COTACACHI	111
4.3	CROQUIS DE UBICACIÓN	115
4.4	PLANO DE ESPACIOS REQUERIDOS	120
4.5	DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE COMPRA	122
4.6	DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE VENTA	124
6.1	LOGOTIPO	155

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

En la provincia de Imbabura, específicamente en el cantón Cotacachi se efectúa el presente diagnóstico situacional, considerando que es el lugar donde se proyecta ubicar la distribuidora y comercializadora de materias primas para la industria del cuero. La importancia del presente diagnóstico radica en la caracterización de diferentes aspectos económico-sociales, políticos y culturales del entorno o área de influencia del proyecto a desarrollar.

1.1.1 Aspectos Económicos

El Plan de Desarrollo Económico Sustentable de Cotacachi tiene un alcance de 5 años, el cual está enfocado a dinamizar el desarrollo económico a través del incremento de iniciativas empresariales, generando capacidades para el desarrollo de las personas y producción de calidad, aprovechando los recursos naturales con enfoque de sostenibilidad, se garantiza la seguridad alimentaria a través de la cadena agroalimenticia eficiente y de calidad, se genera oportunidades productivas y empleos de calidad a la población que permitan reducir la pobreza, se garantiza el respeto a los derechos humanos y la seguridad .

Su principal fuente de ingreso proviene de la industria del cuero, misma que en la actualidad ha ido creciendo notablemente con el incremento de varios negocios que se dedican básicamente a la producción y/o comercialización de prendas y artículos de cuero en diferentes locales ubicados en la calle 10 de Agosto.

1.1.2 Aspectos Sociales

Dentro de los aspectos sociales que se pueden resaltar está el aporte que se ha logrado con la creación de la Asamblea Cantonal de Cotacachi, la cual ha permitido incluir a todos los sectores de la sociedad con el propósito de mejorar el nivel de vida de su gente, esto a través de la organización de diversas actividades como las ferias de artículos de cuero que permitan proyectar a nivel nacional e internacional el potencial que tiene el cantón, esto además ha permitido generar mayores fuentes de empleo lo cual se ve reflejado en el estilo de vida de su gente ya que en su mayoría cuenta con los servicios básicos y vías en buen estado.

Todo esto se ha logrado ya que los nuevos gobiernos municipales han enfocado su trabajo en generar mayores y mejores oportunidades para el desarrollo de su pueblo en todos sus aspectos preocupándose más por el ornato de la ciudad, seguridad, educación, salud, lo cual permite medir el nivel de desarrollo de un pueblo.

1.1.3 Aspectos Políticos

Actualmente se está en un momento diferente a la década de los 90, ya que se cuenta con una Nueva Constitución y Leyes que amplían y garantizan los derechos de la población a la participación, además han surgido más de 20 organizaciones zonales y cantonales desde que inició la Asamblea de Unidad Cantonal de Cotacachi(AUCC). Por ello, se hace necesario un nuevo pacto político con el estado local y entre las mismas organizaciones, por esta razón el lema de la XIV Asamblea Anual (2009) fue “Participación Renovada con Identidad”, porque jamás se ha tenido temor a los cambios, al contrario, siempre ha existido predisposición, basta observar las continuas modificaciones de sus integrantes y su práctica misma.

Parte de este nuevo pacto fueron los diálogos mantenidos para retomar la relación entre Gobierno Municipal y la Asamblea de Unidad Cantonal de Cotacachi (AUCC), la misma que se concretó con la resolución del Concejo Municipal actual, relación suspendida en la administración anterior por resistirnos al sometimiento del poder concentrador; no obstante, nunca dejaron de lado los prejuicios sobre la AUCC. En el continuo accionar han sido incluyentes, diversos, equitativos (no iguales), respetuosos de las decisiones de cada organización, siempre en el marco de un proyecto político común de las organizaciones, confrontativo al sistema dominante y a favor de la construcción de un nuevo poder que revierta las desigualdades.

Dicho de otra manera, las leyes no son una camisa de fuerza, por lo tanto deben ajustarse a los procesos sociales locales, en este caso al de la participación en Cotacachi que ha fomentado una nueva forma de ejercicio de derechos con dignidad y una nueva forma de entender la participación, en este sentido existen ya experiencias en el país a tomarse en cuenta; por lo tanto no se deben adaptar los procesos a las leyes, aunque en otros territorios del país sea válido.

1.1.4 Aspectos Culturales

Debido a su gran población indígena, Cotacachi es un importante lugar de encuentro, para observar fiestas y tradiciones locales. Una de las mejores épocas para visitarla, es alrededor del solsticio de verano a finales de junio, durante este tiempo hay una serie de diferentes festivales tradicionales tales como: Inti Raymi (Fiesta del Sol) y los San Juanes. Durante el Inti Raymi, el chamán se dirige a la laguna de Cuicocha, para realizar un baño para un ritual de limpieza en sus frías aguas.

1.2 OBJETIVO

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional en el cantón Cotacachi sobre la producción de prendas y artículos de cuero para determinar la situación comercial actual sobre las materias primas utilizadas para su fabricación.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.2.2.1** Analizar los aspectos geográficos en los cuales se va a desarrollar el presente proyecto.
- 1.2.2.2** Analizar los aspectos demográficos del cantón Cotacachi para evaluar su situación poblacional.
- 1.2.2.3** Establecer los aspectos económicos en los cuales se desarrolla el cantón Cotacachi para evaluar su situación económica.
- 1.2.2.4** Conocer las tendencias sociales y culturales de los habitantes del cantón para identificar sus tradiciones y costumbres.
- 1.2.2.5** Conocer el tipo de infraestructura que tiene el cantón para su desarrollo.

1.3 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO Nº 1.1

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Analizar los aspectos geográficos en los cuales se va a desarrollar el presente proyecto.	Geográficos	-Ubicación - Altitud - Clima	Internet Documentos	Secundaria
Analizar los aspectos demográficos de cantón Cotacachi para evaluar su situación poblacional.	Demográficos	-Población económicamente activa. -Empleo	Internet	Secundaria
Establecer los aspectos económicos en los cuales se desarrolla el cantón Cotacachi para evaluar su situación económica.	Económicos	- Agrícola - Industria Manufacturera - Turismo	Documentos Internet Artesanos	Primaria Secundaria

Conocer las tendencias sociales y culturales de los habitantes del Cantón para identificar sus tradiciones y costumbres.	Socio-Culturales	- Cultura - Educación	Documentos Internet	Secundaria
Conocer el tipo de infraestructura que tiene el cantón para su desarrollo.	Infraestructura	- Salud -Vivienda -Servicios básicos -Vías de acceso	Documentos Internet	Secundaria

FUENTE: Diagnostico

ELABORADO POR: La Autora

1.4 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1.4.1. Área geográfica

1. Ubicación Geográfica

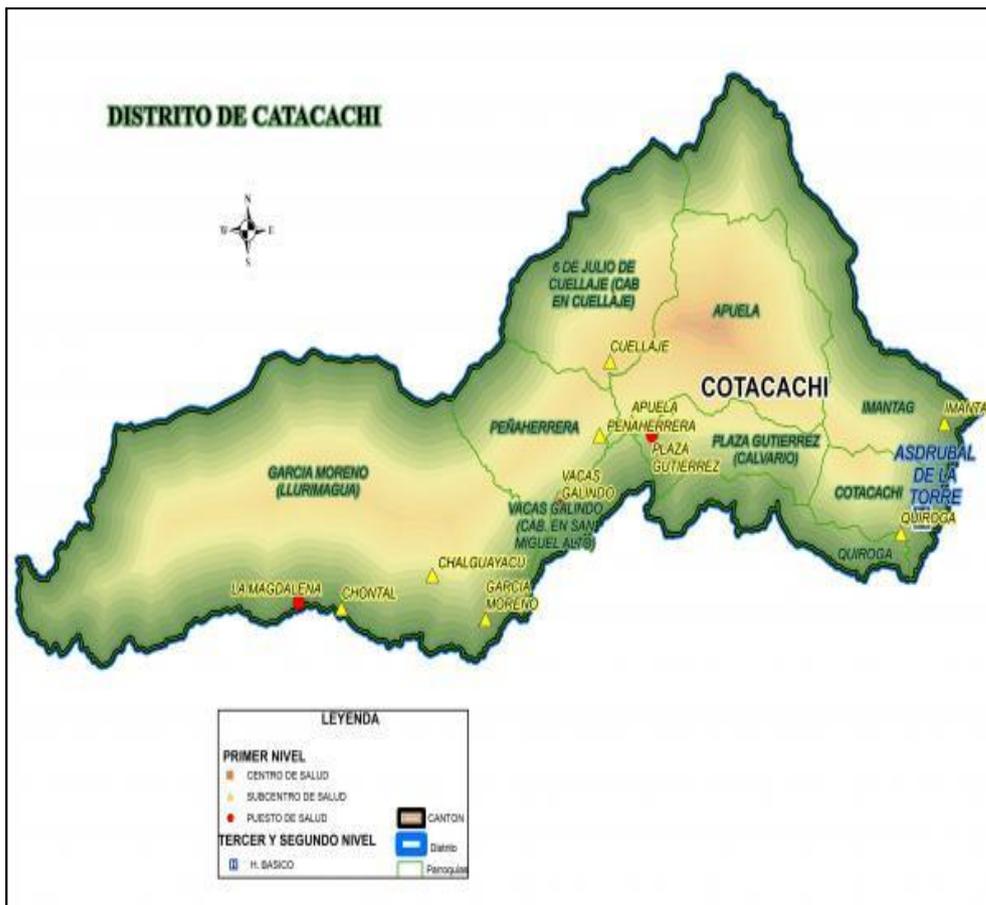
El diagnóstico situacional del presente proyecto se realizará en el cantón Cotacachi, ciudad en la cual se ubicará la distribuidora.

Cotacachi, “Reliquia Ecológica y Cultural de los Andes” se encuentra asentada en las faldas del volcán Cotacachi, a una altura de 2.418 msnm, rodeado de tierras fértiles, prados y campos.

Este cantón está ubicado en la provincia de Imbabura a 25km. de la ciudad de Ibarra y a 104km. al norte de la ciudad de Quito capital del Ecuador, sus límites son al norte el cantón Urcuquí, al sur Otavalo y la Provincia de Pichincha, al este Antonio Ante y al Oeste la Provincia de Esmeraldas. Al ser uno de los cantones más extensos de la provincia cuenta con una superficie de 1809 km.2 aproximadamente y una temperatura de 14°C, además posee una topografía muy variada encontrándose alturas que van desde los 4939 m. en la zona andina, hasta los 200 m. sobre el nivel del mar en la zona subtropical lo cual lo hace ser muy diverso. Está conformado por 2 parroquias urbanas como son: El Sagrario y San Francisco; 7 rurales como son: Quiroga, Imantag, 6 de Julio de Cuellaje, Apuela, García Moreno, Peñaherrera, Plaza Gutierrez y Vacas Galindo (G.A.D municipal Santa Ana de Cotacachi)

Figura N° 1.1

Mapa Político del Cantón Cotacachi



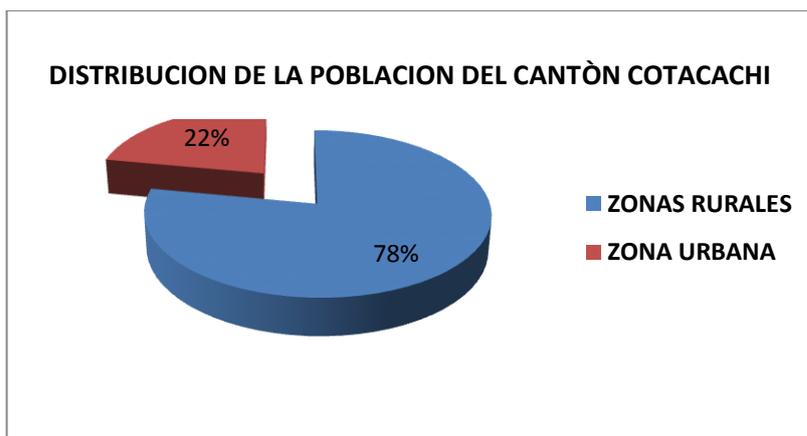
Fuente: GAD municipal de Cotacachi

1.4.2. Aspectos demográficos del Cantón Cotacachi

14.2.1. Población

Cotacachi cuenta con la siguiente división política: 2 parroquias urbanas El Sagrario y San Francisco y 8 rurales como son: Quiroga, Imantag, 6 de Julio de Cuellaje, Apuela, García Moreno, Peña Herrera, Plaza Gutiérrez y Vacas Galindo. Cuenta con una población de 40.036 habitantes, distribuidos en el cantón de la siguiente manera:

GRÁFICO Nº 1.2



Fuente: INEC.gob.ec

Elaboración: La Autora

El Cantón Cotacachi cuenta con una población de 40.036 habitantes de los cuales el 78% vive en zonas rurales y el 22% en la zona urbana. En la zona Andina del cantón, el 59% de la población del cantón de Cotacachi se considera pertenecer al grupo de mestizos, seguido por el 37% del grupo indígena, el 2% representa al grupo de blancos y el 2% al grupo de negros y mulatos.

1.4.2.2 Población Económicamente Activa

La población económicamente activa del Cantón se encuentra distribuida de la siguiente manera:

CUADRO N° 1.2

POBLACION ECONÒMICAMENTE ACTIVA (PEA)		
CANTONES	HABITANTES	%
COTACACHI	5374	0,41
APUELA	674	0,05
GARCÍA MORENO	1726	0,13
IMANTAG	1533	0,12
PEÑAHERRERA	665	0,05
PLAZA GUTIERREZ	283	0,02
QUIROGA	1945	0,15
6 DE JULIO DE CUELLAGE	651	0,05
VACAS GALINDO	344	0,03
TOTAL	13195	100%

Fuente: www.asamblea.cotacachi.org

Elaboración: La Autora

1.4.2.3 Categorías de ocupación

Con la información obtenida del censo de población y vivienda 2010, las actividades productivas y ocupación de la población económicamente activa de Cotacachi son las siguientes:

CUADRO N° 1.3
CATEGORÍAS DE OCUPACIÓN DE LA PEA

ESTRUCTURA ECONOMICA	
ACTIVIDADES	%
AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA, SILVICULTURA Y PEZCA	40,40%
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	16,50%
COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR	9,80%
CONSTRUCCION	9,10%
ENSEÑANZA	4,30%
ACTIVIDADES DE LOS HOGARES COMO EMPLEADORES	3,90%
TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	3,30%
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA	2,90%
ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y SERVICIO DE COMIDAS	2,70%
ACTIVIDADES DE LA ATENCION DE LA SALUD HUMANA	1,60%
OTROS	5,50%
TOTAL	100%

Fuente: app.sni.gob.ec/sin-link/sin/Portal-SNI2014/FICHAS/F/1003_COTACACHI_IMBABURA.pdf

Elaborado por: La autora

Analizando la presente información podemos identificar que las actividades más sobresalientes son las agropecuarias y la industria manufacturera, ya que estas dos representan casi el 60% de las actividades económicas más fuertes que se realizan en el cantón.

1.4.2.4. Migración

Del total de la población del cantón Cotacachi de 40.036 habitantes al 2010, 428 personas han migrado del cantón, distribuidas en el 54,43% hombres y el 45,57% de mujeres salieron a trabajar fuera del

país como España e Italia debido a las condiciones precarias de vida, a los cuales fueron como mano de obra principalmente.

CUADRO Nº 1.4

Migración por género

MIGRACION EN EL CANTON	
GÈNERO	%
HOMBRES	54,43%
MUJERES	45,57%
TOTAL	100%

Fuente: vototransparente.ec/apps/elecciones-2014/images/planes_trabajo/IMBABURA/ALCALDES MUNICIPALES/COTACACHI/LISTAS 35/LISTAS 35.pdf

Elaborado por: La autora

1.4.3. Actividad económica.

a) Agricultura

De acuerdo al censo realizado en el 2010 las actividades agrícolas, ganaderas, silvícola y de pesca en el cantón Cotacachi ha representado un pilar fundamental en su economía ya que el 40% de la población principalmente de zonas rurales se dedica a esta actividad.

Los productos que más se producen son el maíz, fréjol, cebada entre los más representativos, las cuales en su mayoría se realizan en Imantag e intag lugares donde existe un gran número de extensiones de tierra, sin embargo es importante recalcar que en los últimos años se ha incrementado la producción de flores, espárragos principalmente para la exportación.

Dentro de la utilización de sus tierras se puede recalcar que la Reserva Ecológica Cotacachi –Cayapas cubre una extensión de 204.420 hectáreas, siendo una de las reservas más importantes de la región por el paisaje y diversidad ecológica.

b) Industria Manufacturera

Inicios del siglo XX su población incursionó en actividades de talabartería, a partir de ahí Cotacachi se ha convertido en uno de los principales productores de artículos y artesanías de cuero, siendo así que esta actividad representa el 16,50% de su economía siendo la segunda más importante luego de la agricultura.

En la actualidad existen dos asociaciones de productores de cuero que Asociación de Productores de Artículos de Cuero de Cotacachi. (APRACO) y Asociación de Artesanos Marroquinos Santa Anita de Cotacachi (AIMASAC) que abarcan un promedio de 150 artesanos asociados, lo cual les permite tener ciertas preferencias por su calificación.

A pesar de ser uno de los sectores más importantes de la economía del cantón existe dificultades para adquirir las materias primas para la elaboración de los diferentes artículos, lo cual en ocasiones encarece la compra de los materiales.

c) Turismo

El cantón ha sido uno de los principales lugares visitados por turistas nacionales y extranjeros, principalmente por su alta biodiversidad así como por sus grandes atractivos turísticos como son: Reserva Cayapas, Laguna de Cuicocha, Bosque protector los Cedros, Valle de Intag, Museo

de las culturas, Volcán Cotacachi, Iglesia Matriz, Lagunas de Piñan entre las más importantes.

El principal atractivo turístico es La laguna de Cuicocha la cual está dentro de una caldera volcánica, razón por la cual no existe mucha vida acuática, pero sin embargo demuestra todavía una espectacular vegetación sublagunar. La laguna se llenó mayormente con los deshielos del cercano pero hoy inactivo volcán Cotacachi, y luego se alimentó en parte del agua de lluvia y vertientes subterráneas. Tiene una profundidad aproximada de 146 m y el espejo de agua está a una altitud de 3 064 m.s.n.m. Este lago de caldera tiene aguas claras color turquesa, que cambian de tonalidad de acuerdo con la dirección de viento y el ángulo de los rayos del sol.

Los islotes poseen una vegetación exuberante, con más de 400 especies que se han desarrollado sobre lava volcánica, diferenciada por pisos altitudinales que van desde la orilla hasta la cumbre. Entre las plantas sobresalen: diez variedades de orquídeas, bromelias, parásitas, palo de rosa, arrayán, cedro rojo, bambú o suro, y puma maqui, del cual se puede utilizar su madera para la confección de utensilios de cocina, guitarras, charangos. De vez en cuando se pueden observar animales como cervicabras o soches, cuy de monte (que da el nombre de Cuicocha), conejo de monte, armadillo, zorrillo, zorro andino y chucuri. Es el hábitat perfecto para el avistamiento de aves como: tórtolas, torcazas, colibríes, gorriones, mirlos, lechuzas y, en ocasiones, del rey de los Andes, el cóndor.

Gráfico N° 1.3
LAGUNA DE CUICOCHA



Fuente: G.A.D municipal Santa Ana de Cotacachi
Elaborado por: La autora

Este cantón también es uno de los más visitados por su feria de producción de cuero que se realiza en el mes de marzo en feriados de Semana Santa, en la cual se abre la vitrina comercial de prendas, accesorios, artesanías de cuero los cuales son demandados por sus visitantes.

1.4.4. Socio-cultural

a) Cultura

El cantón Cotacachi cuenta con una diversidad multiétnica, las cuales sin duda han establecido diferentes tradiciones, vestimentas y costumbres en cada una de sus localidades, de ahí que podemos identificar la siguiente composición:

CUADRO N° 1.5

IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN DE ACUERDO A SU CULTURA Y COSTUMBRES

GRUPOS ÈTNICOS	%
Mestizo	59%
Indígenas	37%
Negros y Mulatos	2%
Blancos	2%
Total	100

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda. CPV 2010

Elaborado por: La Autora

La población indígena al ser predominante en el cantón, se puede evidenciar que guardan valores artísticos y culturales en forma casi íntegra con la pureza de sus manifestaciones como son: las fiestas del Inti Raymi en San Juan, San Pedro y San Pablo, los matrimonios, las mingas así como sus grupos auténticos de danzantes como los Abagos (de Morocho), los Pifamberos (de Alambuela) y los Yumbos (de Cumbas Conde).

Dentro de las diferentes tradiciones culturales también se destaca la procesión indígena de Viernes Santo y cuadros representados con personajes sobre el tema de la Pasión de Cristo.

De igual forma existen diversos juegos tradicionales como es el juego del trompo, la pelota de mano y pelota de guante.

b) Educación

Cotacachi ha ido evolucionando en la educación que brinda a sus habitantes, ya que cuenta con varios centros de enseñanza los cuales son catalogados modernos y académicamente prestigiosos, con una amplia infraestructura y tecnología de punta, la cual ha permitido un mayor desarrollo para su población, de ahí que cuenta con 10 jardines de infantes (6 urbanos,1 zona Andina y 3 zona Intag), 96 escuelas entre públicas y privadas (5 zona urbana, 26 zona Andina y 65 zona Intag), 9 colegios (2 zona Urbana, 1 zona Andina y 6 zona de Intag),2 Institutos de educación Superior, 1 Centro Artesanal y 16 centros ocupacionales.

El 100% de los niños acude a las escuelas primarias del área urbana, el 95,7% de adolescentes acuden a los colegios del cantón así como de otros cantones y el 64,7% de los bachilleres acuden a las universidades.

1.4.5 Infraestructura

1.4.5.1 Salud

Dentro del ámbito de la salud, este cantón actualmente cuenta con el hospital principal Asdrúbal de la Torre (público), Dispensario Médico del Seguro Social, al igual que 5 clínicas privadas y cerca de 20 consultorios privados y dos laboratorios clínicos.

Además existen centros de Salud Rurales del Ministerio de Salud Pública, localizados en las cabeceras parroquiales de: Apuela, García Morenos, Imantag, Peñaherrera, Quiroga, Cuellaje, y en la comunidad Las Golondrinas.

Existen puestos de salud en las comunidades de: Plaza Gutiérrez, Vacas Galindo, Chalguayaco, Chontal, Naranjal y Magdalena.

Cabe aclarar que el promedio de vida en el cantón para los hombres es de 75,7 años y para las mujeres 80,3 años.

1.4.5.2 Vivienda

La arquitectura de Cotacachi es contrastada, por ejemplo en el centro de la ciudad las viviendas son de estilo barroco y colonial, de estilo gótico, renacentista y de estilo romance portugués, más para las afueras la ciudad toma una arquitectura moderna, con edificios elevados, aunque el promedio es de 4 pisos, ya que en las zonas residenciales las casas se tornan de estilos europeos, y poco más afuera las haciendas de Ocampos y de Alambuela son coloniales y en su mayoría de estilo barroco español. Cabe aclarar que el 77,47% tienen casa propia.

a) Tipología de la Vivienda

Los materiales de construcción predominantes para las unidades habitacionales en el cantón en gran medida son de ladrillo y bloque, ocupando un segundo lugar las de adobe o tapia sobre todo en las comunidades.

CUADRO N° 1.6
TIPOLOGÍA DE VIVIENDAS DEL CANTÓN

MATERIAL DE PAREDES	%
Ladrillo o bloque	67,51%
Adobe o tapia	18,69%
Madera	13,80%
Total	100,00%

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 - INEC

Elaborado por: La Autora

1.4.5.3 Servicios básicos

El cantón Cotacachi al realizar un análisis desde el punto de vista social, es importante iniciar evaluar las necesidades básicas insatisfechas (NBI)

en el cantón, las cuales están dadas por ciertos indicadores como: pobreza, educación, salud, vivienda, empleo, desarrollo infantil y población, estableciéndose un 95% cuenta con todos los servicios básicos en la zona urbana, mientras que en la zona rural existe un 65% de servicios básicos, lo cual demuestra que hay gran trabajo por desarrollar en los sectores más alejados del cantón.

En Cotacachi el 57% de la población cuenta con agua en buenas condiciones, un 27 % en medianas condiciones y un 16% en condiciones no muy buenas especialmente en la Parroquia de García Moreno, en el sector de las Golondrinas, en los poblados de La Independencia, Santa Rosa, 8 de Julio, Chalguayacu Alto, donde no cuentan con un sistema de agua y la población se abastece del líquido de pozos abiertos.

En cuanto al tratamiento de aguas negras se observa que el 38% de la población tiene sistema de alcantarillado abarcando en su mayoría a la zona urbana y cabeceras parroquiales, 62% cuenta con otros sistemas como pozo ciego y pozo séptico.

1.4.5.4 Vías de acceso

La principal vía para a Cotacachi por el sur se encuentra en la carretera de Otavalo a Ibarra la cual se encuentra totalmente asfaltada y en buen estado. Algunos kilómetros después de la salida se ubica luego Carabuela, el denominado Ramal o Partidero ubicado en el sector de Pinsaquí e Ilumàn donde actualmente se levantó un moderno puente a desnivel que posee entradas y salidas laterales y por encima del puente conectadas a la carretera del ingreso a la ciudad.

Otras vías alternas están en la salida norte de la ciudad de Otavalo, vía que conduce hacia la fábrica Selva Alegre y a la zona de Intag, a 200km. La cual también se presenta asfaltada.

Cotacachi cuenta con calles medianas, grandes y angostas, como cualquier ciudad colonial, enmarcada en innumerables intersecciones, monumentos, redondeles y parques, es así que Cotacachi cuenta con 2 compañías de autobuses intercantonales, las cuales prestan servicios a toda la población.

1.5 DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1.5.1 Información primaria

Los instrumentos para recabar información primaria que se utiliza en el desarrollo del presente estudio son:

1.5.1.1 OBSERVACIÓN DIRECTA

Se realizó a través de la observación de las características más relevantes del hecho a investigar, la cual permitió lograr la captación de la realidad de su entorno.

De igual forma a través de un sondeo realizado por los sectores comerciales del cantón se ha podido evidenciar la poca oferta que existe en la venta de materiales.

1.5.2 Información Secundaria

Dentro de las fuentes secundarias está la obtenida de las estadísticas que almacena la Cámara de la Pequeña Industria de Artesanos de Cotacachi.

Encuestas.- Dirigidas a productores de artículos de cuero que viven en Cotacachi.

Entrevistas.- Está direccionada a vendedores de materias primas, así como a presidentes de asociaciones productoras de artículos de cuero de Cotacachi como son: Asociación de Productores de Artículos de Cuero de Cotacachi (APRACO) y Asociación de Artesanos Marroquineros Santa Anita de Cotacachi (AIMASAC).

1.6 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR

CUADRO N0.1.7

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> · El 16,5% de la población se dedica actividades manufactureras. · Asociación de productores de artículos de cuero de Cotacachi (APRACO). · Asociación de Artesanos Marroquineros Santa Ana de Cotacachi (AIMASAC). · Asamblea Cantonal de Cotacachi. · Mercado potencial: creciente número de clientes internos y externos 	<ul style="list-style-type: none"> · Poco conocimiento sobre los tipos de materiales y calidades que existen. · Deficiente gestión tecnológica. · Falta de programas de capacitación.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> · Existencia de un mercado potencial para la venta de materias primas. · Bajo nivel de competidores · Crecimiento de la población y del mercado potencial. · Pocos productores de cuero en el cantón quienes no generan excedentes para vender a otros artesanos. · Poca oferta de materiales para la industria del cuero. · Ciertos proveedores son extranjeros (Colombia) lo cual genera que exista menor competencia. · Crecimiento del turismo nacional e internacional que visita el cantón. · Los materiales existen en ciudades alejadas del cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> · Inestabilidad jurídica. · Fenómenos económicos y sociales. · Delincuencia que puede presentarse en el traslado de los materiales hacia su lugar de comercialización. · Fuerte competencia en ciudades aledañas.

Fuente: Diagnostico situacional

Elaborado por: La Autora

1.7 Identificación del problema

Luego de realizar el presente diagnóstico, así como el análisis de la matriz AOOD, se puede identificar que existen varias oportunidades que se obtendrán con la ejecución de este proyecto, ya que permitirá aprovechar la baja oferta que existe por parte de los vendedores de materiales, la cual no ha tenido el nivel de crecimiento que ha presentado en los últimos años el sector artesanal de productores de artículos de cuero.

Se ha podido evidenciar el crecimiento económico del cantón así como el incremento del turismo permite contar un gran potencial que adquirirá los diferentes artículos que se producen.

El estudio realizado permite validar que la escases de materiales viene a ser uno de los graves problemas que atraviesa este sector artesanal lo cual es corroborado con ciertos estudios realizados por la Asamblea de Unidad Cantonal de Cotacachi quienes indican este punto como una de las debilidades de este sector.

Existen proveedores de Colombia que vienen ocasionalmente, los cuales hace que no se considere como una fuerte competencia.

Cabe mencionar que la creación de esta distribuidora a más de permitir contar con variedad, calidad, excelentes precios y con stock amplio. Tendrá un impacto social positivo porque generará fuentes de empleo lo que se verá reflejado en el desarrollo económico del cantón.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 LA EMPRESA

Rojas, Anzola Sérvulo. (2010). Administración de Pequeñas Empresas: McGraw Hill. (pp.56) indica: ***“Es toda aquella organización o grupo que realiza actividades comerciales e industriales y que provee bienes y servicios para mantener y mejorar la calidad de vida de las personas.”***

La empresa es una unidad económica creada por un grupo de personas para realizar actividades de comercio, producción y/o servicios, los cuales permitan generar ingresos económicos los cuales mejoren la calidad de vida de sus propietarios y sus empleados.

2.1.1 Clasificación de las microempresas por su actividad.

Rojas, Anzola Sérvulo. (2010). Administración de Pequeñas Empresas: Mc Graw Hill. (pp. 56) Dice: ***“Actualmente existen tres tipos de empresas que todo pequeño empresario debe considerar:***

. ***Empresas de transformación. Son aquellas que se dedican a la producción de bienes; por ejemplo, una fábrica de calzado, una maquiladora de ropa, etcétera.***

. ***Empresas de servicio. Se dedican a prestar servicios a la comunidad; por ejemplo, un bufete de abogados, un hospital, un despacho de contadores, entre otros.***

. ***Empresas de comercialización. Este tipo de compañías compra los bienes que una empresa de transformación produce para***

luego venderlos a sus propios clientes, con lo cual presta un servicio a la comunidad y obtiene una ganancia; es decir, comercializa los bienes y servicios. Ejemplos de ellas son una boutique, un restaurante y una mueblería.”

Existen tres tipos de empresas que pueden ser aquellas que transforman materias primas en productos terminados, otras que comercializan productos sin ningún tipo de transformación y aquellas que únicamente dan un servicio con una menor inversión que las anteriores, todas ellas son creadas con el propósito de generar una utilidad o ganancia para sus propietarios de acuerdo a la naturaleza de la mismas.

2.2 MERCADO

2.2.1 Concepto

Prieto Herrera, Jorge Eliécer. (2009). *Investigación de Mercados*: Ecoe Ediciones. (pp.61) Indica: ***“Es un espacio donde confluye la oferta y la demanda, interactúan proveedores, intermediarios con necesidades y capacidad de compra.”***

El mercado viene a constituirse el lugar en el cual se comercializan bienes o servicios los cuales son adquiridos u ofertados por un grupo de clientes que desean cubrir sus necesidades.

2.2.2 Estudio de mercado

Córdova Padilla, Marcial. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Colombia: Ecoe Ediciones. (pp. 22-23) Dice: ***“Permite conocer la situación que existe entre la oferta y la demanda y los precios de un determinado bien para saber si existe demanda***

potencial que pueda ser cubierta mediante un aumento de los bienes ofrecidos.”

El estudio de mercado implica realizar un análisis de la oferta y demanda de un producto, la cual permitirá establecer la factibilidad de sacar a la venta un bien o servicio, de igual forma es aquí donde se establecen si los costos y ciertos procesos permitirán medir la viabilidad para ejecutar un proyecto.

2.2.3 Componentes del mercado

Córdova Padilla, Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones. (pp. 170) Dice: ***“Los componentes fundamentales que se analizan son: Demanda, Oferta, Producto, Precio, Comercialización o Canales de de distribución y la Publicidad o Propaganda.”***

2.2.3.1 Demanda

Córdova Padilla, Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones. (pp.171) Dice: ***“Consiste en estudiar la evolución histórica y proyectada del requerimiento del producto mediante la ayuda de estadísticas (ventas, producción, compras, inventarios, etcétera.), entrevistas, cuestionarios y otros.”***

La demanda se puede definir como la cantidad de bienes y/o servicios que el mercado necesita para cubrir sus necesidades.

2.2.3.2 Oferta

Córdova Padilla, Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos Colombia: Ecoe Ediciones. (pp.171). Dice: ***“Consiste en***

establecer el vínculo entre la demanda y la forma en que ésta será cubierta por la producción presente o futura de la imagen que se pretende introducir al mercado.”

La oferta se la puede definir como el número de personas que se dedican a vender u ofrecer productos o servicios en un mercado establecido.

2.2.3.3 Producto

Córdova Padilla, Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones. (pp.172). Dice: ***“Aunque producto de manera general es cualquier cosa que se ofrece en un mercado para su adquisición, uso o consumo que pueda satisfacer una necesidad o un deseo.”***

Producto es un bien o servicio que se oferta en un mercado, el cual tiene la finalidad de cubrir diferentes necesidades de los clientes.

2.2.3.4 Precio

Córdova Padilla, Marcial.(2011). Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones. (pp.173). Dice: ***“El precio es el regulador entre la oferta y demanda, a excepción de cuando existe protección (aranceles e impuestos).***

Al precio se lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero que es necesario entregar para adquirir un bien.”

Precio se lo define como un valor en términos monetarios que permite realizar la adquisición de un bien o servicio, este dependerá de la oferta y demanda existente.

2.2.3.5 Publicidad y Propaganda

Córdova Padilla, Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones. (pp.174). Dice: ***“Publicidad es la comunicación masiva puesta al servicio de un objetivo de marketing e identificada claramente como tal. Propaganda es la forma de comunicación generada indirectamente por el anunciante y en la cual las condiciones de la difusión o el contenido no están completamente controladas por este.”***

Publicidad y propaganda viene a ser la comunicación masiva de cierta información, que se quiere dar a un grupo específico de personas sobre ciertas características de un producto o servicio.

2.2.4 Canales de distribución

Córdova Padilla, Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones. (pp. 176-177). Indica: ***“1. Relación directa entre productor y consumidor eliminándose la intermediación común en proyectos pequeños.***

2. Productor-detallista- consumidor, usual en proyectos medianos.

3. Productor- mayorista- minorista- consumidor, relación que se da en proyectos grandes.

4. Productor – agente intermediario – mayorista - minorista – consumidor, esquema utilizado por las grandes empresas que solamente se dedican a la producción, encargando la comercialización a empresas filiales o asociadas.”

Los canales de distribución son los medios a través de los cuales se traslada los productos hacia el consumidor final, dentro de los cuales están el directo que va del productor al consumidor, luego tenemos en productos de transformación del productor pasa al intermediario para luego llegar al consumidor final, como tercer canal tenemos el que va del productor al mayorista, luego este pasa el minorista para luego llegar al consumidor y como último canal está el que va del productor para pasar a un agente intermediario, luego pasa por todos los canales anteriores para llegar al consumidor lo cual encarece sus costos.

2.3 MATERIAS PRIMAS

2.3.1 Definición de materias primas

Rojas, Anzola Sérvulo. (2010). Administración de Pequeñas Empresas: Mc Graw Hill. (pp,196). Dice: ***“La materia prima son los elementos, partes o sustancias de que está compuesto el producto determinado”.***

Materias primas vienen a constituirse los materiales o elementos que al transformarlas nos dan un producto terminado de diferente forma.

2.3.2 Concepto industrial del cuero

<http://deconceptos.com/general/cuero> dice: ***“Se denomina cuero, del latín “curium” que significa piel curada de los animales, al pellejo curtido de los animales, utilizado para la elaboración de productos, como carteras, calzado, tapizado de sillas y sillones, toldos, canoas, cantimploras, alfombras, tapices, en encuadernación de libros, etcétera.”***

El cuero proviene de la piel de los animales, la cual se caracteriza y

fundamenta en base a sus ventajas funcionales dadas su alta resistencia a la abrasión y capacidad térmica que lo hacen muy útil para la elaboración de diversos artículos como carteras, chompas, zapatos entre otros.

2.3.2 Concepto de cuero engrasado

es.wikipedia.org/wiki/cuero dice: ***“Cuero engrasado para aumentar su resistencia al agua. Esto repone los aceites naturales que permanecen en el cuero después del proceso de curtido, que se pierden con el uso continuo. El engrasado frecuentemente mantiene el cuero flexible, impide que se vuelva quebradizo y alarga sensiblemente su conservación.”***

Este cuero proviene del cuero de res, el cual se realiza un proceso de engrasado para lograr mayor resistencia y flexibilidad, lo que a su vez genera mayor duración.

2.3.3 Concepto de cuero Charol

es.wikipedia.org/wiki/cuero dice: ***“Cuero cubierto con una o varias capas de barniz de poliuretano que le da un brillo característico. Este tratamiento impermeabiliza el cuero y lo hace más resistente. ”***

Este cuero es una variedad del cuero que tiene una particularidad sobre los otros, ya que al pasarle una capa de barniz le permite tener durabilidad y un brillo diferente.

2.3.3 Concepto de cuero Napa

www.collonil.com/es/magazine/info/view/info dice: ***“Cuero napa es***

el término común para referirse al cuero liso curtido a cromo, especialmente suave y procedente de todo tipo de animales y para todos los usos.se puede diferenciar entre natural, ligeramente pigmentado, pigmentado y pulido.”

Este cuero proviene de los diferentes tipos de animales, por su suavidad es utilizada en diferentes tipos de artículos.

2.3.4 Concepto de cuero Gamuzado

www.boton.com.br/es/tipos_couro.html dice: “Presenta aspecto opaco, sedoso y flexible, siendo sometidos a un proceso de lijado durante su curtimiento. Cuando es utilizado del lado externo de la piel aparente, el cuero resultado es llamado NOBUK y presenta un aspecto suave y blando, Su espesor es generalmente fino, por consecuencia sus artículos son maleables y confortables. Cuando es utilizado del lado interno de la piel aparente, el cuero resultado es llamado GAMUZA, con aspecto flexible y blando. Por el hecho de ser más grueso, los artículos resultantes son más estructurados. Las fibras son claramente visibles.”

La estructura de este cuero permite que se pueda utilizar tanto el lado externo como el interno, todo dependerá del tipo de artículo que se quiera elaborar, sin dejar de lado su calidad y flexibilidad.

2.4 ESTUDIO TÉCNICO

2.4.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Córdova Padilla, Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones. (pp.222). Dice: ***“Es el análisis de variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra***

la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes, de hecho, algunas empresas solo la toman una vez en su historia.

Uno de los aspectos importantes de un proyecto es la definición y selección del lugar más adecuado para ubicar las instalaciones productivas. Antes se procederá evaluar y analizar posibles sitios para instalar un proyecto, es necesario contar con informes técnicos, económicos y comerciales del mismo, que aportarán elementos de evaluación en la consideración de las zonas de interés.”

Definir la localización de un proyecto implica realizar un análisis de aquellos factores que intervendrán en su ejecución, sean económicos, sociales, culturales, humanos entre otros, los cuales van a ser determinantes en la selección del lugar donde se implantará el proyecto, ya que de este dependerá la rentabilidad que se pueda obtener.

2.4.1.1 Macrolocalización

Córdova Padilla, Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones. (pp.226). Dice: ***“Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, deben indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.”***

La macrolocalización de un proyecto tiene por objeto analizar aspectos sociales, económicos, tributarios, de oferta y demanda, así como todos aquellos que incidan de forma nacional en la implantación de un proyecto.

2.4.1.2 Microlocalización

Córdova Padilla, Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones. (pp.226). Dice: ***“Abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará.”***

Permiten analizar aspectos que van a influir en la ubicación específica del proyecto, como ciudad donde se pretende poner en funcionamiento, disponibilidad de materias primas, mano de obra y su costo y otros que se necesita para el buen desarrollo del mismo.

2.5 ELEMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN

2.5.1 Planeación

Rojas, Anzola Sérvulo. (2010). Administración de Pequeñas Empresas: Mc Graw Hill. (pp. 52). Dice: ***“La planeación es la más importante de las funciones administrativas, ya que trata de decidir qué hacer, cómo hacerlo, dónde hacerlo, quién lo va a hacer, y cuándo hacerlo”.***

La planeación es el proceso más importante que permite establecer las actividades a realizar, los recursos que se requiere, así como el factor humano necesario para poner en marcha un proyecto.

2.5.2 Organización

Rojas, Anzola Sérvulo. (2010). Administración de Pequeñas Empresas: Mc Graw Hill. (pp. 52). Dice: ***“Comprende la coordinación de los recursos materiales y humanos en busca de un objetivo común,***

lo cual conlleva la asignación de funciones a cada persona y las relaciones entre cada una de ellas.”

La organización permite asignar las personas a los puestos o funciones de tal forma que permitan un adecuado uso de recursos, los cuales permitan lograr los objetivos generando la máxima rentabilidad a la empresa.

2.5.3 Dirección

Rojas Anzola, Sérvulo. (2010). Administración de Pequeñas Empresas: Mc Graw Hill. (pp. 52-53). Dice: ***“Describe cómo el pequeño empresario debe orientar a sus empleados e influir sobre ellos, de forma que éstos contribuyan al logro de las metas establecidas.”***

La dirección es la orientación y guía de las funciones y responsabilidades que deben cumplir cada uno de sus empleados lo cual permita el logro de los objetivos en común.

2.5.4 CONTROL

Rojas, Anzola Sérvulo. (2010). Administración de Pequeñas Empresas: Mc Graw Hill. (pp. 121-122) Dice: ***“Control significa supervisar el trabajo de otros y los resultados obtenidos, para asegurar que alcancen las metas tal como fueron planteadas.”***

El control se ha definido como uno de los procesos fundamentales en el manejo de una empresa ya que de éste dependerá que todas las actividades sean ejecutadas en cada uno de los departamentos, de tal forma que permitan el cumplimiento de los objetivos a través de una adecuada supervisión.

2.6 ESTADOS FINANCIEROS

2.6.1 Definición

El estudio financiero permite analizar si la inversión que queremos hacer va a ser rentable o no, con lo cual se determinará financieramente si es o no conveniente invertir.

2.6.2 Objetivo

Bravo, Mercedes. (2008), Contabilidad General, Quito. ESCOBAR impresores. (pp.60-61) Dice: ***“El objetivo básico de la presentación de los informes o estados financieros es proporcionar información que sea útil para tomar decisiones de inversión”.***

La información financiera permite tomar decisiones adecuadas con la presentación de información útil y oportuna.

2.6.3 Tipos de Estados Financieros

2.6.3.1 Balance General.

Bravo Valdivieso, Mercedes. (2008), Contabilidad General, Quito. ESCOBAR. (pp.360) Dice: ***“Balance general o estado de situación financiera, es un informe contable que ordena sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en una fecha determinada.”***

El Balance General nos permite conocer la estructura financiera de la empresa, la cual está ordenada por cuentas del activo, pasivo y patrimonio para conocer la estructura económica.

2.6.3.2 Estado de Resultados

Bravo Valdivieso, Mercedes. (2008), Contabilidad General, Quito. ESCOBAR. (pp. 363) Dice: ***“ Es un informe contable que presenta en forma ordenada las cuentas de rentas, ingresos, costos fijos, variables y gastos que la empresa tiene durante su funcionamiento, para determinar el resultado económico de una empresa, obtenido durante un período de tiempo dado.”***

El Estado de Resultados permite establecer el resultado económico de una empresa conforme la presentación de sus ingresos, gastos y costos generados en la operatividad de un determinado periodo.

2.6.3.3 Flujo de Efectivo

Bravo Valdivieso, Mercedes. (2008), Contabilidad General, Quito. ESCOBAR. (Pág. 364) Dice: ***“La información sobre flujos de efectivo suministra a los usuarios las bases para la evaluación de la capacidad que la entidad tiene para generar efectivo y otros medios líquidos equivalentes, así como las necesidades de la entidad para utilización de esos flujos de efectivo.”***

El flujo de caja representa en una forma esquemática las salidas y entradas de dinero a la empresa, permitiendo aplicar criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financiero.”

El flujo de efectivo permite evaluar las entradas y salidas de efectivo que generan un negocio, lo cual permite establecer su capacidad de generar liquidez para cubrir sus gastos corrientes.

2.6.3.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Sapag Chain, Nassir y Reinaldo. (2008). Preparación y evaluación de Proyectos: Mc Graw Hill. Dice: ***“El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en manera actual.”***

Se puede manifestar que la tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad que devuelve una inversión durante el tiempo que dure el proyecto, para esto se toma en cuenta los flujos de caja proyectados, de tal forma que nos permitirá conocer la tasa de interés que el capital que hemos invertido generará la misma tasa al final del período del proyecto.

2.6.3.5 Valor Actual Neto (VAN)

Sapag Chain, Nassir y Reinaldo. (2008). Preparación y evaluación de Proyectos: Mc Graw Hill. Dice: ***“Este criterio Plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a 0, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.”***

El VAN es un indicador financiero que nos permite evaluar los flujos futuros de ingresos y egresos que tendrá el proyecto, para medir los niveles de rentabilidad que se esperarían los cuales al ser iguales o superiores a 0 permitirán aceptar la inversión.

2.6.3.6 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel en el cual los ingresos provenientes por las ventas son iguales a los costos de operación y de

financiación, se puede considerar también como el número de unidades producidas que nos permitirán cubrir los costos totales, sin generarnos ningún tipo de rentabilidad.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

En esta etapa del proyecto se cuantificará la demanda, la oferta y precios, apropiados para un correcto posicionamiento de los productos en el mercado, permitiendo así efectuar las proyecciones de ingresos y egresos futuros que tendrá la distribuidora a implantarse. Después de este análisis se formularán estrategias de mercadeo y comercialización de acuerdo a las necesidades manifestadas por los productores manufactureros del cuero, lo cual facilita establecer el margen de competencia directa o indirecta.

3.1 FINALIDAD DEL ESTUDIO DE MERCADO

Mediante el presente estudio de mercado se determinarán las necesidades existentes de materiales directos e indirectos que tienen los artesanos de Cotacachi, provincia de Imbabura, para la confección de variados artículos de cuero.

De acuerdo al tema propuesto y a la necesidad determinada en el diagnóstico situacional, la oferta de estos materiales la realizará una empresa distribuidora a implantarse. Su cadena de servicio estará diseñada para el segmento de mercado constituido por los productores artesanales de cuero. La calidad se la determinará mediante un proceso de análisis de control de los productos en cantidad y características para ofrecer materia prima que satisfaga en el momento de la venta a los clientes, proyectando su servicio a los diferentes talleres y microempresas existentes, que actualmente se aprovisionan de materias primas en otros lugares del país, por no existir una empresa especializada que les ofrezca estos productos en la ciudad de Cotacachi y la provincia de Imbabura.

El presente estudio de mercado surge como una iniciativa de servicios con el fin de mejorar la competitividad de los artesanos de la ciudad de Cotacachi, mediante un análisis de las actividades económicas facilitará la toma de decisiones para poder enfrentar las condiciones del mercado y tener una idea clara de una actividad económica lo que permitirá proyectar la oferta y demanda de este. Esta acción es sustancial, debido a que constituye el elemento de mayor importancia para sustentar la viabilidad del proyecto previo a su instalación.

El estudio permitirá la identificación de: servicio y sus características, mercado meta y segmento, identificación y proyección de la demanda, analizar la oferta los precios y la comercialización de los diferentes artículos de cuero utilizados por los artesanos de la ciudad de Cotacachi para elaborar sus productos.

En tal virtud, el estudio de mercado es una herramienta muy importante en cualquier proyecto ya que permite conocer o determinar el número de consumidores que habrán de adquirir los productos, se podrá identificar las características del producto a ofrecer para que satisfaga las necesidades de los clientes, y se podrá establecer el precio adecuado de tal manera que se pueda pagarlo y sea competitivo en el mercado.

3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado que lo realiza a partir de los siguientes objetivos:

3.2.1 General

Establecer, el grado de aceptación del nuevo servicio de comercialización de materiales directos e insumos para la producción industrial y artesanal de artículos de cuero en la ciudad de Cotacachi;

determinar la oferta y demanda de estos materiales, precios, competencia, canales de comercialización y la posibilidad de crear una distribuidora y comercializadora de materias primas para la industria del cuero en Cotacachi, provincia de Imbabura.

3.2.2 Específicos

3.2.2.1 Determinar la demanda actual que existe sobre materias primas para la industria del cuero.

3.2.2.2 Establecer la oferta de materias primas más utilizadas en este sector productivo.

3.2.2.3 Comparar los resultados de la oferta y demanda proyectadas, con el fin de establecer la demanda insatisfecha.

3.2.2.4 Analizar precios, canales de comercialización, competencia, promoción y publicidad.

3.3 MERCADO META

Los mercados están compuestos por compradores que se diferencian entre sí de alguna manera por: sus necesidades, recursos, ocupación, etc., mediante la segmentación de mercados se puede dividir en pequeños segmentos de consumidores con los mismos deseos o necesidades a los cuales se va a dirigir o a servir la empresa.

Aquellas personas que tienen la necesidad de adquirir materia prima para la elaboración de los diferentes artículos de cuero en la ciudad de Cotacachi provincia de Imbabura son los pequeños artesanos.

Se puede visualizar que las personas producen carteras y chompas son quienes tiene la dificultad de adquirir la materia prima (73%), ya que sus compras son pequeñas y no poseen un conocimiento adecuado del mercado ofertante y además no cuentan con transporte propio.

Para el desarrollo de la presente investigación se ha tomado la siguiente población, misma que corresponde a las personas que se dedican a la producción de artículos y prendas de cuero, las cuales realizan la compra directa de las materias primas.

CUADRO No 3.1
COTACACHI: POBLACIÓN QUE DEMANDA MATERIAS PRIMAS

ASOCIACIONES	PRODUCTORES
Productores de artículos de cuero de Cotacachi .(APRACO)	105
Artesanos Marroquineros Santa Anita de Cotacachi .(AIMASAC)	45
TOTAL	150

FUENTE: www.camaradeartesanoscotacachi.gov.ec , APRACO y AIMASAC.

ELABORACIÓN: La Autora

3.4 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

3.4.1 Presentación de resultados de encuestas aplicadas.

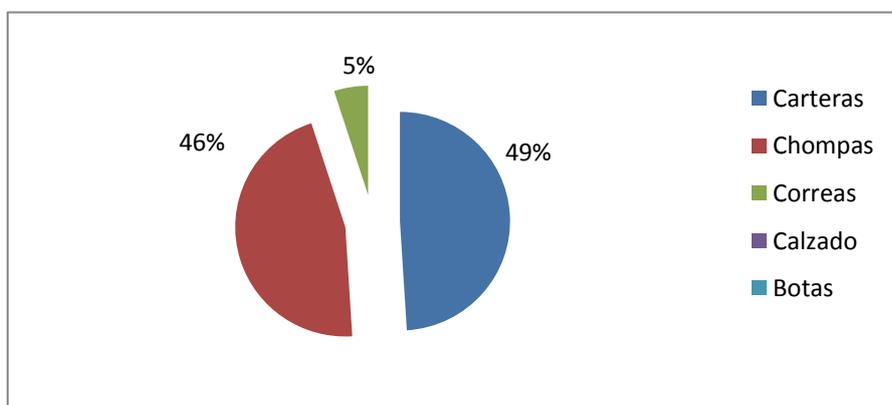
1.- ¿Qué tipo de artículos de cuero son más producidos por usted?

CUADRO No. 3.2
ARTÍCULOS DE CUERO MÁS PRODUCIDOS

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Chompas	69	46%
Carteras	73	48,67%
Calzado	0	0 %
Correas	8	5.33%
TOTAL	150	100%

FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

GRÁFICO No. 3.1
ARTÍCULOS DE CUERO MÁS PRODUCIDOS



FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

Análisis:

Los artesanos prefieren elaborar en mayor cantidad carteras, seguido por las chompas y quedando las correas con un nivel mínimo de producción, debido a que la mayoría de consumidores son mujeres y prefieren cartera y chompas por gustos y preferencias de vestimenta.

2.- ¿Qué tipos de materias primas utiliza en mayor cantidad?

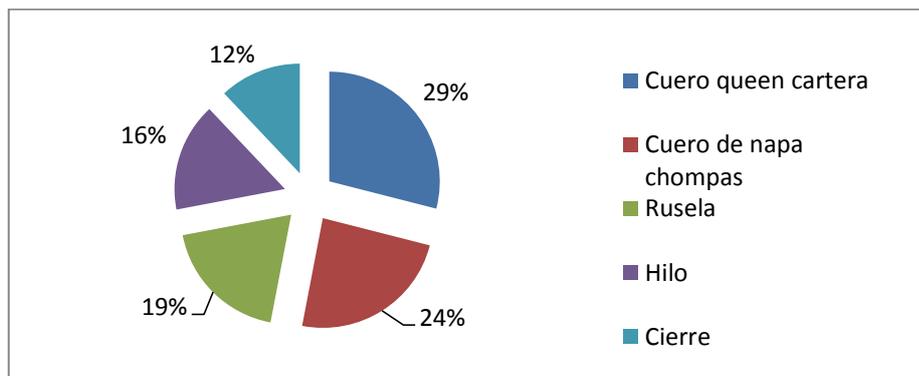
CUADRO No 3.3
MATERIAS PRIMAS MÁS UTILIZADAS

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Cuero queen cartera	68	29%
Cuero de napa chompas	55	24%
Cierre	28	12%
Rusela	45	19%
Hilo	38	16%
TOTAL	234	100%

FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

GRÁFICO No 3.2
MATERIAS PRIMAS MÁS UTILIZADAS



FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Análisis:

Las materias primas más utilizadas por los artesanos para la elaboración de artículos de cuero son: cuero queen y cuero de napa, por ser los materiales que más se utilizan para la elaboración de los artículos que más se producen. En menor proporción se utiliza la rusela y el hilo debido que son materiales que sirven para los acabados de los mismos y no requieren mucho material de estos.

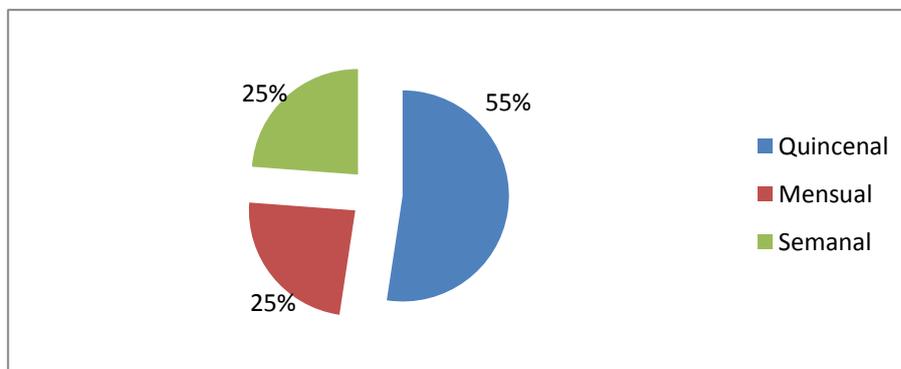
3.- ¿Cada qué tiempo realiza la compra de estos productos?

CUADRO No 3.4
FRECUENCIA DE COMPRA

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Semanal	29	19%
Quincenal	83	55%
Mensual	38	25%
TOTAL	150	100%

FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

GRÁFICO No 3.3
FRECUENCIA DE COMPRA



FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

Análisis:

La mayor parte de artesanos prefieren realizar la compra de sus materiales de forma quincenal ya que no cuentan con suficiente capital para realizar altos volúmenes de compra, sin embargo hay un nivel menor de artesanos que adquieren de manera mensual y semanal, mismo que va en función del tamaño de sus negocios.

4.- ¿Qué cantidades compra de los siguientes materiales?

**CUADRO No 3.5
CANTIDADES DEMANDADAS DE CUERO**

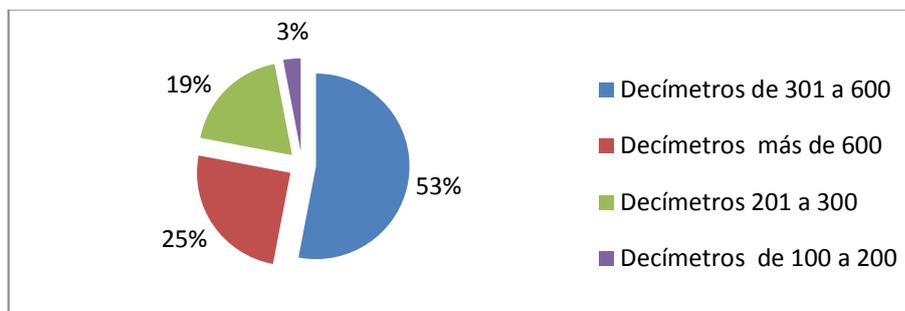
VARIABLES	FRECUENCIA	%
Cuero		
Decímetros de 100 a 200	5	3%
Decímetros 201 a 300	28	19%
Decímetros de 301 a 600	79	53%
Decímetros más de 600	38	25%
TOTALES	150	100%

FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

GRÁFICO No 3.4

CANTIDADES DEMANDADAS DE CUERO



FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Análisis:

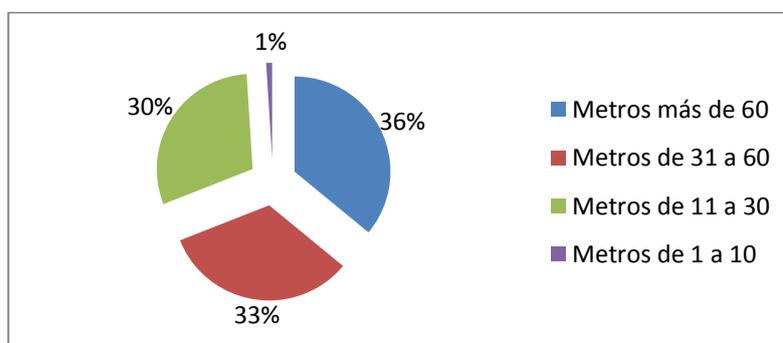
De los artesanos encuestados, más de la mitad de ellos realizan compras de cuero en cantidades que fluctúan de 301 a 600 decímetros, en menores cantidades adquieren volúmenes que superan los 600 decímetros y un nivel muy bajo de productores adquieren cantidades inferiores a 300 decímetros, con lo cual podemos ver que los artesanos necesitan altos volúmenes de este material considerando que es la principal materia prima utilizada para la elaboración de los artículos.

CUADRO No 3.6
CANTIDADES DEMANDADAS DE RUSELA

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Rusela		
Metros de 1 a 10	2	1%
Metros de 11 a 30	45	30%
Metros de 31 a 60	49	33%
Metros más de 60	54	36%
TOTALES	150	100%

FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

GRÁFICO No 3.5
CANTIDADES DEMANDADAS DE RUSELA



FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

Análisis:

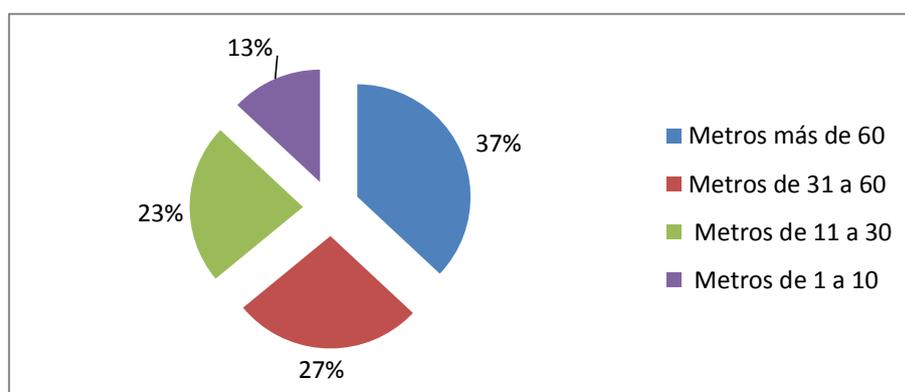
La tercera parte de los artesanos prefieren comprar la rusela en volúmenes que superan los 60 metros y el resto de productores adquieren cantidades inferiores, debido a que el uso de este material lo utilizan únicamente para los acabados por lo cual utilizan cantidades pequeñas de los mismos.

CUADRO No 3.7
CANTIDADES DEMANDADAS DE CIERRES

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Cierres		
Metros de 1 a 10	20	13%
Metros de 11 a 30	35	23%
Metros de 31 a 60	40	27%
Metros más de 60	55	37%
TOTALES	150	100%

FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

GRÁFICO No 3.6
CANTIDADES DEMANDADAS DE CIERRES



FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

Análisis:

Los datos obtenidos muestran que hay un nivel alto de productores compran desde 60 metros en adelante, una cantidad inferior de productores adquieren de 31 a 60 metros y en menores cantidades adquieren volúmenes inferiores, debido a que es un material que se utiliza en pequeñas cantidades y únicamente para sus terminados.

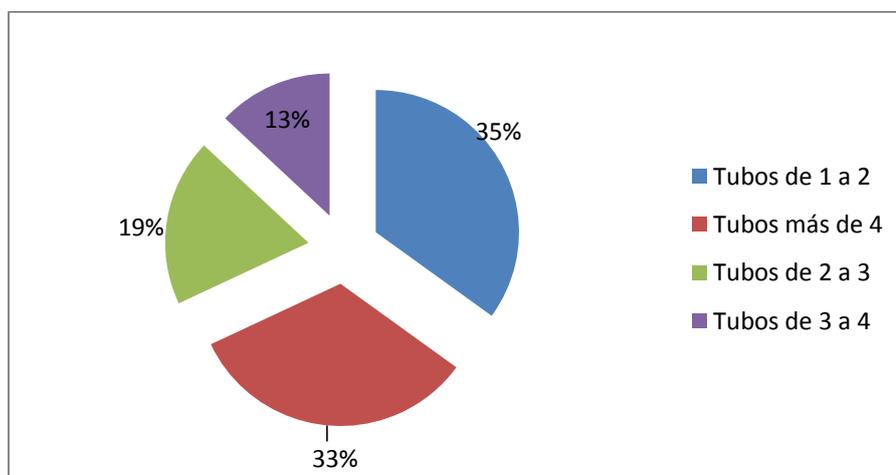
CUADRO No 3.8
CANTIDADES DEMANDADAS DE HILO

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Tubos Hilo		
Tubos de 1 a 2	52	35%
Tubos de 2 a 3	29	19%
Tubos de 3 a 4	20	13%
Tubos más de 4	49	33%
TOTALES	150	100%

FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

GRÁFICO 3.7
CANTIDADES DEMANDADAS DE HILO



FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Análisis:

Los datos recabados nos demuestran que la mayoría de productores prefieren adquirir cantidades que van de 1 a 2 tubos hilo, cabe mencionar que una cantidad similar de productores también prefiere adquirir cantidades superiores de 4 y muy pocos de ellos compran cantidades diferentes a estas, con lo cual se puede evidenciar que este material tiene una baja rotación ya que su uso es mínimo en la elaboración de la mayoría de los artículos.

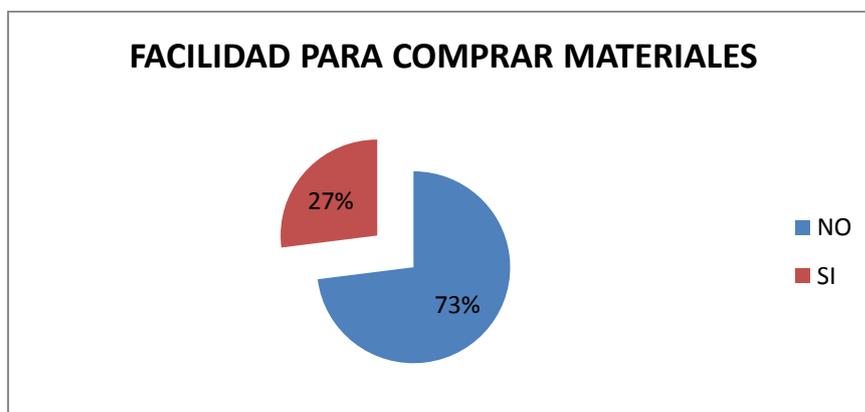
5.- ¿Actualmente existe facilidad para realizar la compra de materias primas?

CUADRO No 3.9
FACILIDAD PARA LA COMPRA DE MATERIAS PRIMAS

VARIABLES	FRECUENCIA	%
SI	40	27%
NO	110	73%
TOTAL	150	100%

FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

GRÁFICO 3.8
FACILIDAD PARA LA COMPRA DE MATERIAS PRIMAS



FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

Análisis:

Se puede evidenciar que existe dificultad para adquirir las materias primas ya que para la mayoría de artesanos indica que no se puede adquirirlas.

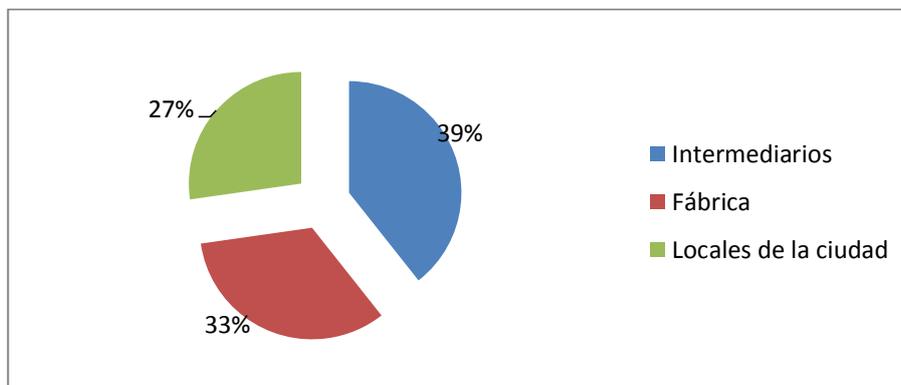
6.- ¿Dónde realiza las compras?

CUADRO No 3.10
LUGARES DE COMPRA

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Intermediarios	59	39%
Fábrica	50	33%
Locales de la ciudad	41	27%
TOTAL	150	100%

FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

GRÁFICO No 3.9
LUGARES DE COMPRA



FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

Análisis:

Se puede evidenciar que la mayor parte de productores realiza la compra de materiales a intermediarios, seguida por las compras en fábricas de aquellas personas que poseen vehículos y un número similar adquiere en pequeños locales de la ciudad debido a las dificultades de moverse.

7.- ¿Sus compras las realiza de contado o a crédito. ?

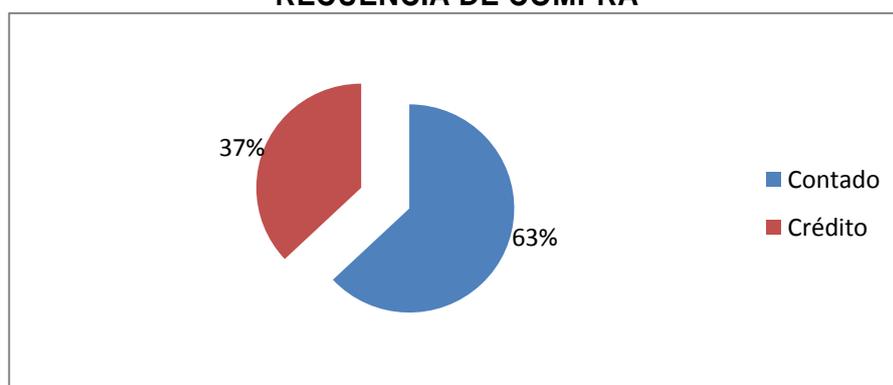
CUADRO No 3.11
RECUENCIA DE COMPRA

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Crédito	55	37%
Contado	95	63%
TOTAL	150	100%

FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

GRÁFICO 3.10
RECUENCIA DE COMPRA



FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

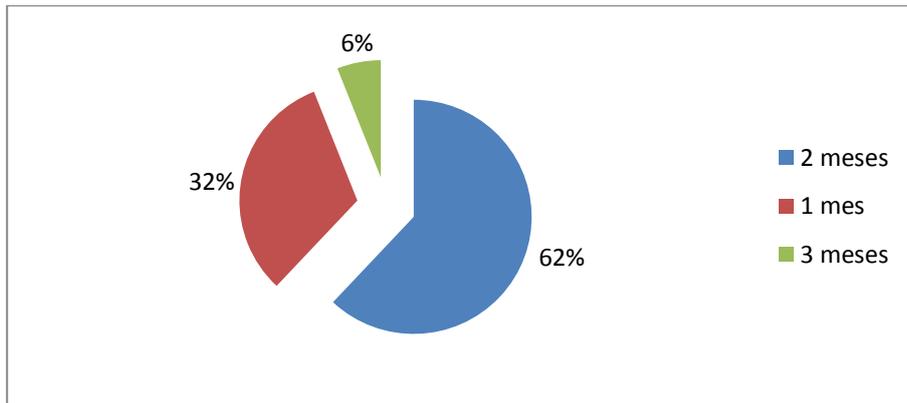
CUADRO No 3.12
FORMA DE PAGO A CRÉDITO

Plazo de crédito	FRECUENCIAS	%
1 mes	30	55%
2 meses	20	36%
3 meses	5	9%
TOTAL	55	100%

FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

GRÁFICO No 3.11
PLAZO DE PAGOS A CRÉDITO



FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

Análisis:

Un nivel alto de artesanos prefieren adquirir de contado los materiales en vista que los volúmenes de compra no son muy altos y una pequeña cantidad de ellos las realiza a crédito, estos últimos por lo general trabajan con plazos de hasta dos meses, un número reducido adquiere hasta plazos de un mes y una cantidad muy reducida hasta tres meses. Esto se maneja de acuerdo a los volúmenes de compra y liquidez de capital que posean cada uno de ellos.

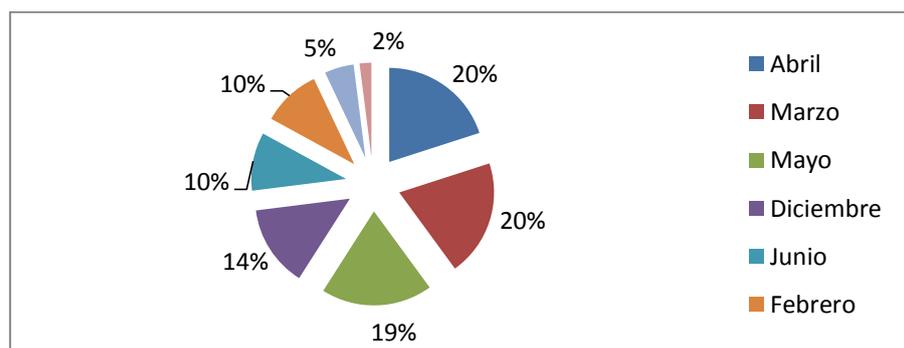
8.- ¿Qué meses son los que usted más vende sus productos?

CUADRO No 3.13
MESES DE MAYORES VENTAS

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Enero	0	0%
Febrero	15	10%
Marzo	30	20%
Abril	30	20%
Mayo	29	19%
Junio	15	10%
Julio	7	5%
Agosto	0	0%
Septiembre	0	0%
Octubre	0	0%
Noviembre	3	2%
Diciembre	21	14%
TOTAL	150	100%

FUENTE: Encuesta Productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

GRÁFICO No 3.12
MESES DE MAYORES VENTAS



FUENTE: Encuesta Productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

Análisis:

Los meses más altos de ventas que consideran los artesanos son: Diciembre por la temporada navideña, Marzo y Abril que se realiza la feria del cuero, en menor porcentaje en Mayo por el día de la madre seguido Junio por el día del padre, Febrero en menor cantidad por el feriado de Carnaval y una cantidad muy baja en Noviembre por la celebración de finados.

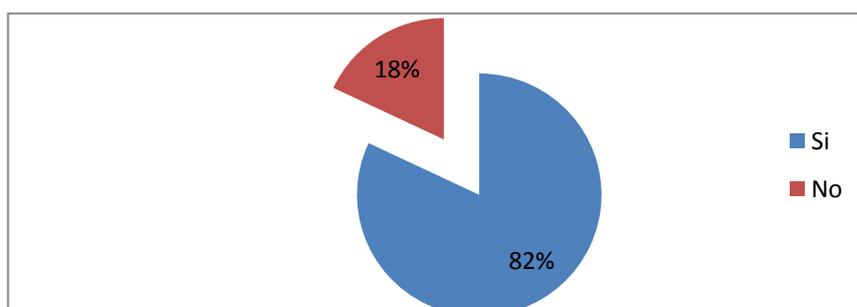
9.- ¿Cree usted que la creación de una distribuidora de materias primas sería importante en Cotacachi?

CUADRO No 3.14
NECESIDAD DE CREAR UNA DISTRIBUIDORA

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Si	123	82%
No	27	18%
TOTAL	150	100%

FUENTE: Encuesta productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

GRÁFICO No 3.13
NECESIDAD DE CREAR UNA DISTRIBUIDORA



FUENTE: Encuesta Productores artículos de cuero Cotacachi. Enero, 2013
ELABORACIÓN: La Autora.

Análisis:

Un nivel alto de artesanos considera que sería importante que exista en Cotacachi una distribuidora de materias primas para mayor facilidad de compra.

1.6.1 Resumen de respuestas de entrevistas realizadas a productores de artículos de cuero de la ciudad de Cotacachi y vendedores de materias primas.

a) Entrevista aplicada al presidente de asociación de productores AIMASAC.

1. ¿En los últimos años usted cree que la industria del cuero en Cotacachi ha crecido?

Ha crecido notablemente considerando que ha ido cambiando los diseños, modelos, variedades de artículos, formas de confección así como un desarrollo de marketing. Además este crecimiento va de la mano con la imagen y crecimiento que ha ido teniendo el cantón, ya que esto ha permitido que seamos visitados por turistas de todo el país y por ende se incrementen las ventas.

2. ¿Qué tipo de materiales son los que más demanda este sector productivo?

Los materiales que más adquieren los artesanos son cuero de diferentes variedades, sierres, rusela, hilos y errajes los cuales son adquiridos en el cantón y otros de Ambato, sin embargo no existe un centro de acopio que provea en todo momento de estos materiales.

3. ¿Cuáles son los meses más altos en ventas?

Los meses más altos de ventas son Diciembre, Mayo, Junio, Marzo, Febrero y Abril, fechas en las cuales existe mucha afluencia por navidad, mes del padre, mes de la madre, feria del cuero y carnaval a lo que se suma la influencia de turistas sobre todo colombianos.

4. ¿Cree usted que nuestros productores y artesanos tienen problemas en el abastecimiento de materias primas?

Sí tienen problemas, ya que no existen suficientes locales que abastezcan los materiales necesarios, motivo por el cual nuestros artesanos en muchos casos tienen que salir a comprar fuera de la ciudad.

5. ¿Los proveedores actuales son nacionales o extranjeros?

Las materias primas en su mayoría son producidas en Quito, Ambato, Cuenca, Guayaquil sin dejar de lado la compra de materiales extranjeros como son de Colombia y muy poco de Italia.

6. ¿Las ventas de estos materiales en su mayoría son de contado o a crédito?

La mayoría de materiales se los vende al contado como son: rusela, cierres, hilos, el cuero se vende muy poco de contado ya que en cantidades altas se vende a crédito.

7. ¿Existe alguna asociación de vendedores de esos tipos de materiales en el cantón?

En Cotacachi no existe ninguna asociación de vendedores de materias primas si no únicamente de artesanos productores de artículos de cuero.

8. ¿Ustedes como asociación tienen alguna alianza con empresas que vendan este tipo de materiales?

No tenemos ningún tipo de alianza, ya que cada productor realiza sus compras de manera independiente según sus requerimientos.

9. ¿Considera que la mayoría de las personas que se dedican a esta industria están afiliados o no y por qué?

Creo que la mayoría de personas sí están afiliadas, por los beneficios que tienen los artesanos les permite no pagar tanto impuesto.

b) Entrevista aplicada a vendedor de materias primas.

1) Qué tipo de materias primas son las más solicitadas por los productores de Cotacachi. ?

Los materiales más solicitados son el cuero de diferentes tipos, como cuero napa, cuero cartera, sierres, hilos, rusela y errajes.

2) Trabaja bajo pedido o mantiene un stock con variedad de materiales?

Se trabaja bajo pedido como se conoce el tipo de cuero que es el más solicitado, además el costo de estos no permite tener cantidades almacenadas y mucho más se dificulta para tener grandes variedades, aunque los clientes las solicitan.

3) Utiliza algún medio de comunicación para la venta de sus productos?

No, nunca he utilizado como tengo mis clientes a quienes vendo por varios años la verdad no ha hecho falta.

4) Sus ventas las realiza de contado o a crédito? Y por qué

Cuando son cantidades pequeñas se vende de contado y cuando son cantidades más altas se vende hasta 15 días de crédito, depende del tipo de cliente.

5) Quien le provee de las materias primas que usted comercializa?

Al contar con mi vehículo voy directamente a comprar en Ambato, Guayaquil o incluso de Colombia.

6) Qué tipo de materiales le han solicitado y usted no ha podido vender a sus clientes y por qué?

Ciertas variedades de cuero, ya que se necesita una inversión muy alta lo cual no permite tener almacenado, de igual forma errajes pero de preferencia es el cuero ya que no hay mucha competencia, se puede salir rápido y tiene mejor rentabilidad.

7) Cree que tiene competencia?

No tengo mucha competencia, ya que hay vendedores que vienen de vez en cuando pero no son fijos, además ya se tiene clientes con los que se trabaja permanente sea de contado o crédito .

8) Las ventas las realiza permanente o solo por temporadas y qué tipo de materiales?

La venta del cuero la realizo permanente, claro que hay fechas en las que hay mayores pedidos por ejemplo cuando hay ferias, Navidad, Febrero, Abril o feriados ya que se vende todo tipo de artículos de cuero principalmente chompas, carteras, correas entre las más vendidas.

9) Tiene local, si, no por qué?

Si tengo un local, el que es atendido por una empleada en el cual almaceno el material (cuero), sin embargo las ventas las realizo

directamente en los talleres ya que mientras más facilidades tengan los clientes es mejor para ellos y para mí para vender más rápido.

10) Cree usted que la demanda para estos materiales se han ido incrementando y en qué nivel aproximadamente?

En los últimos años las ventas han ido subiendo debido a que el cantón ha tenido mayor reconocimiento a nivel nacional e internacional, principalmente por sus atractivos turísticos, esto ha permitido que sea visitado por varios turistas nacionales y extranjeros, lo cual ha ayudado a aumentar las ventas de todo tipo de artículos de cuero.

3.4 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER

La actividad artesanal del cuero constituye uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad y cantón Cotacachi. Esta actividad manufacturera es la principal y en la mayoría de casos la única fuente de ingresos de varias familias cotacacheñas ligadas directa o indirectamente a la elaboración y venta de artículos de cuero. La calle Diez de Agosto es la principal zona comercial de Cotacachi, en donde se puede encontrar gran variedad de artículos de cuero en diferentes líneas como son: línea de confección de ropa entre lo que se encuentra chompas, chaquetas, faldas, pantalones, etc., marroquinería que son las carteras, bolsos, mochilas, billeteras, etc., línea de viaje, y calzado, donde acuden diariamente y en especial fines de semana y feriados gran cantidad de turistas tanto nacionales como extranjeros, en busca de artículos que satisfagan sus gustos, preferencias y necesidades.

Para la elaboración de todos estos artículos los artesanos acuden a comprar los materiales e insumos en su mayor parte en locales de la

ciudad, en donde a decir de ellos no existe calidad y variedad en diseños de insumos por ejemplo, por lo que optan por adquirir lo que se encuentra en ese momento, ya que no existe otro proveedor que cumpla con sus expectativas.

CUADRO No 3.15
NECESIDAD DE UNA DISTRIBUIDORA DE MATERIALES

VARIABLES	N°	%
Si	123	82%
No	27	18%
TOTAL	150	100%

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 1.15

ELABORACIÓN: La Autora.

El potencial mercado lo constituyen el 82% de las personas dedicadas a la confección de artículos de cuero de la ciudad de Cotacachi, quienes dieron a conocer su grado de aceptación en la creación de una distribuidora o comercializadora de materias primas para la industria del cuero, distribuidora dedicada a la compra y comercialización de materia prima para elaborar artículos de cuero dirigido a los artesanos de la ciudad de Cotacachi, que cuente con personal profesional y con experiencia que brinden un servicio de calidad acorde a sus necesidades, ya que es necesario elaborar los artículos con materia prima de calidad y que estos estén a disposición el momento de su demanda.

Otro factor importante son los precios que, por lo general son elevados y los ofertantes por ser los únicos suben el valor de los insumos, situación que molesta a los artesanos que son los principales consumidores. En tal virtud los artesanos ven la necesidad de contar con una microempresa comercializadora de materiales e insumos para la elaboración de artículos de cuero, que les preste un mejor servicio de aprovisionamiento en donde

los beneficios sean para ellos mismo y por el hecho de ser artesanos que conocen de su oficio saben las necesidades que tienen en cuanto a diseños y calidad de materia prima e insumos.

3.5 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

3.5.1 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda permite conocer los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio. El tipo de consumidores a los que estarán dirigidos los productos, analizar sus posibilidades de consumo, la ocupación para saber quiénes son los clientes que consumirán los productos o servicios que se van a ofrecer, en este caso los demandantes de los productos serán los artesanos del cuero de la ciudad de Cotacachi.

CUADRO No 3.16
ARTÍCULOS DE CUERO MÁS PRODUCIDOS

ARTÍCULO	N°	%
Chompas	69	46,00
Carteras	73	48,67
Correas	8	5,33
TOTAL	150	100,00

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 1.3

ELABORACIÓN: La Autora.

Según los artículos producidos, es la demanda de materiales directos e indirectos utilizados para sus labores manufactureras.

CUADRO No 3.17
MATERIAS PRIMAS MÁS UTILIZADAS

MATERIALES	FRECUENCIAS	%
Cuero queen cartera	68	29,06
Cuero napa chompas	55	23,50
Cierres	28	11,97
Rusela	45	19,23
Hilos	38	16,24
TOTAL	234	100,00

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 1.4

ELABORACIÓN: La Autora.

Según las frecuencias de respuestas dadas por los artesanos del cuero, estos son los materiales más demandados para la elaboración de los diversos artículos. Materiales que tendría que ofertar la empresa distribuidora a implantarse y ponerse al servicio de los artesanos del cuero de Cotacachi.

CUADRO No 3.18
FRECUENCIA DE COMPRA DE MATERIALES

FRECUENCIA	N°	%
Semanal	29	19,33
Quincenal	83	55,33
Mensual	38	25,33
TOTAL	150	100,00

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 1.5

ELABORACIÓN: La Autora.

Con estos datos transpuestos y otra información que contiene el capítulo de diagnóstico situacional, se realizan las siguientes estimaciones de las

cantidades demandadas de los principales materiales utilizados por los artesanos en la confección de los artículos de cuero. Se toma en cuenta los promedios de compra por parte de los artesanos y el total de adquisiciones de materiales se aplica los porcentajes de la frecuencia de compra: semanal, quincenal y mensual, para luego obtener la cuantificación de la demanda al año.

CUADRO No 3.19
PROMEDIOS DE COMPRA DE MATERIAL CUERO

PROMEDIOS DE COMPRA	N °	TOTAL M2
METROS DE CUERO	ARTESANOS	COMPRA
15 m2	5	75
25 m2	28	700
45 m2	79	3555
60 m2	38	2280
TOTAL	150	6610

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 1.6

ELABORACIÓN: La Autora.

CUADRO No 3.20
DEMANDA ANUAL DE CUERO, SEGÚN FRECUENCIA DE COMPRA

FRECUENCIA DE COMPRA	ARTESANOS	SUB-TOTAL m2	TOTAL AÑO m2
Semanal	19,33%	1.277,93	61.340,80
Quincenal	55,33%	3.657,53	87.780,80
Mensual	25,33%	1.674,53	20.094,40
TOTAL	100,00%	6.610,00	169.216,00

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 3.6

ELABORACIÓN: La Autora.

Los artesanos actualmente demandan el material de cuero por una cantidad de 169.216 metros al año.

CUADRO No 3.21
PROMEDIOS DE COMPRA DE RUSELA

PROMEDIOS DE COMPRA METROS DE RUSELA	N ° ARTESANOS	TOTAL m. COMPRA
1 m	4	4
2 m	30	60
3 m	80	240
4 m	36	144
TOTAL	150	448

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 1.7

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO No 3.22
DEMANDA ANUAL DE RUSELA, SEGÚN FRECUENCIA DE COMPRA

FRECUENCIA DE COMPRA	ARTESANOS	SUB-TOTAL m.	TOTAL AÑO m.
Semanal	19,33%	86,61	4.157,44
Quincenal	55,33%	247,89	5.949,44
Mensual	25,33%	113,49	1.361,92
TOTAL	100,00%	448,00	11.468,80

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 3.8

ELABORACIÓN: La Autora

Los artesanos actualmente demandan rusela (tela para forros) por una cantidad de 11.468,89 metros al año.

CUADRO No 3.23
PROMEDIOS DE COMPRA DE CIERRES

PROMEDIOS DE COMPRA METROS DE CIERRES	N ° ARTESANOS	TOTAL COMPRA
1	20	20
1,5	35	52,5
2	40	80
2,5	55	137,5
TOTAL	150	290

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 1.8

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO No 3.24
DEMANDA ANUAL DE RUSELA, SEGÚN FRECUENCIA DE CIERRES

FRECUENCIA DE COMPRA	ARTESANOS	SUB-TOTAL	TOTAL AÑO
Semanal	19,33%	56,07	2.691,20
Quincenal	55,33%	160,47	3.851,20
Mensual	25,33%	73,47	881,60
TOTAL	100,00%	290,00	7.424,00

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 3.10

ELABORACIÓN: La Autora

Los artesanos actualmente demandan cierres por una cantidad de 7.424 unidades al año.

CUADRO No 3.25
PROMEDIOS DE COMPRA DE LLAVES

PROMEDIOS DE COMPRA (paquete100 u) DE LLAVES	N ° ARTESANOS	TOTAL COMPRA
2	20	40
4	35	140
6	40	240
8	55	440
TOTAL	150	860

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 1.6

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO No 3.26
**DEMANDA ANUAL DE RUSELA, SEGÚN FRECUENCIA DE
LLAVES**

FRECUENCIA DE COMPRA	ARTESANOS	SUB-TOTAL	TOTAL AÑO
Semanal	19,33%	166,27	7.980,80
Quincenal	55,33%	475,87	11.420,80
Mensual	25,33%	217,87	2.614,40
TOTAL	100,00%	860,00	22.016,00

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 3.10

ELABORACIÓN: La Autora

Los artesanos actualmente demandan cierres por una cantidad de 22.016 unidades al año.

CUADRO No 3.27
PROMEDIOS DE COMPRA DE HILO

PROMEDIOS DE COMPRA	N °	TOTAL
CONOS DE HILO	ARTESANOS	COMPRA
2	78	156
4	72	288
TOTAL	150	444

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 1.9
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO No 3.28
DEMANDA ANUAL DE RUSELA, SEGÚN FRECUENCIA DE HILO

FRECUENCIA DE COMPRA	ARTESANOS	SUB-TOTAL	TOTAL AÑO
Semanal	19,33%	85,84	4.120,32
Quincenal	55,33%	245,68	5.896,32
Mensual	25,33%	112,48	1.349,76
TOTAL	100,00%	444,00	11.366,40

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 1.10
ELABORACIÓN: La Autora

Los artesanos actualmente demandan hilo por una cantidad de 11.366,40 conos al año.

**CUADRO No 3.29
RESUMEN DE CANTIDADES DEMANDADAS
DE MATERIALES. AÑO 2013**

DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD
Cuero	m2	16.9216,00
Rusela	m2	11.468,80
Cierres	M	7.424,00
Llaves	Unidades	22.016,00
Conos de hilo	Unidades	11.366,40

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: La Autora

El cuadro estadístico anterior resume las cantidades demandadas de los principales materiales utilizados por los artesanos para la confección de artículos de cuero. Datos que corresponden al año 2013, determinados en base a la información recogida por la encuesta aplicada a 150 artesanos de la ciudad de Cotacachi (año 2013).

3.5.2 Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se consideró un elemento importante que es el turismo que incide en el consumo de artículos de cuero; al respecto, Cotacachi hoy en día cuenta con una diversidad de ofertas en cuanto a turismo se refiere como son la laguna de Cuicocha, las artesanías de cuero en la zona comercial de Cotacachi, las reservas ecológicas, la zona sub-tropical y turismo comunitario. Según el contador de visitas del municipio se tiene conocimiento de que el número de turistas que visitó Cotacachi en el año 2012 fue de unos 90.000 aproximadamente, y se espera un incremento anual del 10%, de acuerdo a registros históricos sobre esta actividad. Deduciéndose que los artesanos elaborarán más artículos para hacer frente a esa demanda. Si

los visitantes crecen a un ritmo del 10%, también los artesanos aumentarán sus compras de materiales en similar porcentaje.

Otro elemento importante es la organización de la feria internacional del cuero que se viene realizando desde hace cuatro años. Mediante esta iniciativa el municipio de Cotacachi está difundiendo y promocionando la ciudad y sus atractivos entre los que se halla el trabajo de los artesanos del cuero. Además los reconocimientos internacionales conseguidos por Cotacachi internacionalizaron a esta ciudad por lo que es un aporte más al incremento del turismo en la ciudad y cantón y por supuesto la compra de los diversos productos elaborados y en especial de los artículos de cuero, característica productiva de esta zona.

Cabe señalar que con la nueva constitución que entró en vigencia en el año 2008, un factor importante para el sector artesanal y productivo del país es que tendrán un tratamiento especial, ya que existe más apoyo del sistema financiero para incrementar su productividad y competitividad. Además se fomenta al turismo como una nueva fuente de ingresos para el país, por lo que se prevé un incremento en los servicios turísticos.

Aunque por datos anteriores, las compras de los visitantes, hagan aumentar la demanda en un 10%, con fines de proyección se ha tomado en cuenta un porcentaje conservador y que tiene relación al índice de inflación de alrededor del 5% a diciembre de 2012.

CUADRO No 3.30
TURISTAS QUE VISITAN COTACACHI

VISITA DE TURISTAS A COTACACHI	
AÑOS	TURISTAS
2010	110200
2011	135886
2012	168390
2013	200500

CUADRO No 3.31

PROYECCIÓN CANTIDADES DEMANDADAS DE MATERIALES

DETALLE	MEDIDA	2014	2015	2016	2017	2018
Cuero	m2	17.7676,8	186.560,64	195.888,7	205.683,1	215.967,3
Rusela	m2	12.042,24	12.644,352	13.276,57	13.940,4	14.637,42
Cierres	M	7.795,2	8.184,96	8.594,208	9.023,918	9.475,114
Llaves	unidades	23.116,8	24.272,64	25.486,27	26.760,59	28.098,61
Conos de hilo	unidades	11.934,72	12.531,456	13.158,03	13.815,93	14.506,73

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: La Autora

3.6 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

3.6.1 Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que se pone a disposición del consumidor en determinadas cantidades y a un precio establecido para que lo adquiera de acuerdo a sus necesidades.

El análisis de la oferta nos permitirá conocer la oferta existente del producto en el mercado al que se desea ingresar, con el objetivo de conocer cuánto se entrega al mercado y cuanto más podría recibir éste, cuales son las características, nivel de calidad y los precios a los que se vende los productos.

Para la determinación de la oferta de materiales e insumos para la elaboración de artículos de cuero, se ha tomado en cuenta a tres fuentes de oferta de materias primas para los artesanos del cuero: comerciantes de fuera, fábricas y locales comerciales de la ciudad, a los cuales

concurrer los artesanos a realizar la adquisición de los materiales necesarios para la elaboración de sus artículos.

CUADRO No 3.32
FUENTES O PROCEDENCIA DE OFERTA DE MATERIALES

PROCEDENCIA	N° ARTESANOS	%
Comerciantes de fuera	59	39,33
Fábricas	50	33,33
Locales de la ciudad	41	27,33
TOTAL	150	100,00

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 1.11

ELABORACIÓN: La Autora

El presente proyecto de creación de una empresa distribuidora de materiales para las manufacturas en cuero que se fabrican en Cotacachi, tendrá que gradualmente anular la competencia externa, hecha por comerciantes externos y fábricas y competir directamente con algunos locales comerciales de la ciudad que expenden esta clase de materiales.

Precisamente la oferta local está dada por un 27,33% de la oferta total de materiales. Según este porcentaje de artesanos que concurren a comprar materiales ofrecidos por locales comerciales de la ciudad, la estimación de la oferta local es la siguiente:

**CUADRO No 3.33
ESTIMACIÓN DE LA OFERTA LOCAL DE MATERIALES**

MATERIALES	MEDIDA	OFERTA LOCAL
Cuero	m2	46.252,37
Rusela	m2	3.134,81
Cierres	M	2.029,23
Llaves	Unidades	6.017,71
Conos de hilo	Unidades	3.106,82

FUENTE: Cuadros Estadísticos 3.16 y 3.18

ELABORACIÓN: La Autora

Del cuadro de datos anterior, si se compara con la necesidad y facilidad para adquirir localmente estos materiales, la oferta es menor que la demanda real de los artesanos para el año 2013.

Los datos presentados en el cuadro 3.19 corresponden a los resultados presentados de las encuestas realizadas a los proveedores entrevistados ya que actualmente no existe una información estadística considerando que hay un alto nivel de intermediarios ocasionales que venden los materiales.

3.6.2 Proyección de la oferta

A continuación se presentan los resultados del cálculo de la proyección de la oferta de materiales e insumos utilizados por los artesanos del cuero de Cotacachi,

Para ser congruentes con la variación porcentual de la demanda por estos materiales, se ha tomado en cuenta un crecimiento del 5%, un poco más alta que la media de crecimiento de las actividades productivas de materias primas nacional (3,5% en el año 2011, mientras que en el 2012

llegó hasta 3,6% de acuerdo al Ministerio de Industrias y Banco Central), por tratarse de un sector bastante dinámico, en lo que respecta a la ciudad de Cotacachi, catalogada como la ciudad de la industrialización del cuero. (<http://www.industrias.gob.ec/sector-manufacturero-industrial-aporta-al-crecimiento-economico-del-pais>). (<http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/Ecuador-BCE>)

CUADRO No 3.34
PROYECCIÓN DE LA OFERTA LOCAL DE MATERIALES
PARA LA INDUSTRIA DEL CUERO EN COTACACHI

MATERIALES	MEDIDA	2014	2015	2016	2017	2018
Cuero	m2	48.564,99	50.993,24	535.42,90	56.220,05	59.031,05
Rusela	m2	3.291,54	3.456,12	3.628,92	3.810,37	4.000,89
Cierres	M	2.130,68	2.237,22	2.349,08	2.466,53	2.589,86
Llaves	Unidades	6.318,59	6.634,52	6.966,24	7.314,56	7.680,28
Conos de hilo	Unidades	3.262,15	3.425,26	3.596,52	3.776,35	3.965,17

FUENTE: Cuadros Estadísticos 3.19

ELABORACIÓN: La Autora

3.7 BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

A continuación se presenta un balance entre la oferta y demanda con el fin de determinar un déficit (demanda insatisfecha) o superávit en la oferta de materiales e insumos para los artesanos del cuero de Cotacachi.

CUADRO No 3.35
BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE MATERIALES AÑO
2013

MATERIALES	MEDIDA	OFERTA	DEMANDA	BALANCE
Cuero	m2	46.252,37	169.216,00	-122.963,63
Rusela	m2	3.134,81	11.468,80	-8.333,99
Cierres	M	2.029,23	7.424,00	-5.394,77
Llaves	Unidades	6.017,71	22.016,00	-15.998,29
Conos de hilo	Unidades	3.106,82	11.366,40	-8.259,58

FUENTE: Cuadros Estadísticos 3.16 y 3.19

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO No 3.36
BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE MATERIALES AÑO
2014

MATERIALES	MEDIDA	OFERTA	DEMANDA	BALANCE
Cuero	m2	48.564,99	177.676,80	-129.111,81
Rusela	m2	3.291,55	12.042,24	-8.750,69
Cierres	M	2.130,69	7.795,20	-5.664,51
Llaves	Unidades	6.318,59	23.116,80	-16.798,21
Conos de hilo	Unidades	3.262,16	11.934,72	-8.672,56

FUENTE: Cuadros Estadísticos 3.17 y 3.20

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO No 3.37**BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE MATERIALES
AÑO 2015**

DETALLE	MEDIDA	OFERTA	DEMANDA	BALANCE
Cuero	m2	50.993,24	186.560,64	-135.567,40
Rusela	m2	3.456,12	12.644,35	-9.188,23
Cierres	M	2.237,22	8.184,96	-5.947,74
Llaves	Unidades	6.634,52	24.272,64	-17.638,12
Conos de hilo	Unidades	3.425,26	12.531,46	-9.106,19

FUENTE: Cuadros Estadísticos 3.18 y 3.21

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO No 3.38**BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE MATERIALES AÑO
2016**

MATERIALES	MEDIDA	OFERTA	DEMANDA	BALANCE
Cuero	m2	53.542,90	195.888,67	-142.345,77
Rusela	m2	3.628,93	13.276,57	-9.647,64
Cierres	M	2.349,08	8.594,21	-6.245,12
Llaves	Unidades	6.966,25	25.486,27	-18.520,02
Conos de hilo	Unidades	3.596,53	13.158,03	-9.561,50

FUENTE: Cuadros Estadísticos 3.19 y 3.22

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO No 3.39

BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE MATERIALES AÑO 2017

MATERIALES	MEDIDA	OFERTA	DEMANDA	BALANCE
Cuero	m2	56.220,05	205.683,11	-149.463,06
Rusela	m2	3.810,38	13.940,40	-10.130,02
Cierres	M	2.466,54	9.023,92	-6.557,38
Llaves	Unidades	7.314,56	26.760,59	-19.446,03
Conos de hilo	Unidades	3.776,35	13.815,93	-10.039,58

FUENTE: Cuadros Estadísticos 3.20 y 3.23

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO No 3.40

BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE MATERIALES AÑO 2018

MATERIALES	MEDIDA	OFERTA	DEMANDA	BALANCE
Cuero	m2	59.031,05	215.967,26	-156.936,21
Rusela	m2	4.000,89	14.637,42	-10.636,52
Cierres	m2	2.589,86	9.475,11	-6.885,25
Llaves	Unidades	7.680,29	28.098,61	-20.418,33
Conos de hilo	Unidades	3.965,17	14.506,73	-10.541,55

FUENTE: Cuadros Estadísticos 3.21 y 3.24

ELABORACIÓN: La Autora

Este resultado concluyente del presente estudio de mercado, ha dado una primera aproximación a la factibilidad del proyecto de creación de una empresa distribuidora de materiales para las manufacturas en cuero que se fabrican en Cotacachi, por cuanto existe una importante cantidad de demanda local insatisfecha, de la cual se ha considerado cubrir el 40% y

para los siguientes años un incremento del 3.2% en relación al incremento anual del sector manufacturero.

3.8 ANÁLISIS DE PRECIOS Y SU PROYECCIÓN

El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. Es importante tomar en cuenta a qué tipo de mercado va dirigido el producto o servicio, qué es lo que espera recibir el cliente calidad del producto sin importar lo que cueste o si el precio es un factor importante para la decisión de compra.

Las políticas de precios de una empresa determinan la forma en que se comportará la demanda. Es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen o pronto pago, las promociones, entre otras. Una empresa puede decidir entrar al mercado con un alto precio de introducción e ingresar con un precio bajo en comparación con la competencia o bien no buscar mediante el precio una diferenciación del producto o servicio y, por lo tanto, entrar con un precio cercano al de la competencia.

A continuación se presenta un cuadro de los precios promedio de materias primas e insumos que se manejan en la actividad artesanal del cuero.

CUADRO No 3.41
PRECIOS DE MATERIALES AÑO 2013

MATERIALES	MEDIDA	2013
Cuero	m2	1,39
Rusela	m2	1,10
Cierres	Unidades	0,13
Llaves	Unidades	0,09
Conos de hilo	Conos	3,87

FUENTE: Investigación directa.

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO No 3.42
REFERENCIAL DE PRECIOS DE MERCADO
(PROVEEDORES ACTUALES)
PRECIOS DE MATERIALES AÑO 2013

MATERIALES	MEDIDA	2013
Cuero	m2	1,80
Rusela	m2	1,4
Cierres	Unidades	0,13
Llaves	Unidades	0,30
Conos de hilo	Conos	8

FUENTE: Investigación directa.

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO No 3.43
EVOLUCIÓN DE LA INFLACIÓN DE ENERO A DICIEMBRE DEL
2013

MESES AÑO 2013	% ÍNDICE ANUAL
Enero	4,1
Febrero	2,48
Marzo	3,01
Abril	3,03
Mayo	3,01
Junio	2,68
Julio	2,39
Agosto	2,27
Septiembre	1,71
Octubre	2,04
Noviembre	2,3
Diciembre	2,7
PROMEDIO PERIODO	2,64
PRENDAS	
MANUFACTURADAS	2,24

FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: La Autora

Se ha considerado el promedio de inflación del año 2013 ya que la industria manufacturera no ha sufrido variaciones significativas, a pesar que los niveles de inflación han estado en niveles más altos, estos no tienen mayor incidencia en este sector.

CUADRO No 3.44
PROYECCIÓN DE PRECIOS DE MATERIALES PARA LAS
MANUFACTURAS EN CUERO

MATERIALES	MEDIDA	2014	2015	2016	2017	2018
Cuero	m2	1,42	1,45	1,49	1,52	1,55
Rusela	m2	1,12	1,15	1,18	1,20	1,23
Cierres	Unidades	0,13	0,14	0,14	0,14	0,15
Llaves	Unidades	0,09	0,09	0,10	0,10	0,10
Conos de hilo	Conos	3,96	4,05	4,14	4,23	4,32

FUENTE: Cuadros Estadísticos 3.22 y 3.23

ELABORACIÓN: La Autora

3.9 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Por definición, la competencia constituye todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo y sirven a la misma clientela del mercado meta del nuevo proyecto.

Para este trabajo, se ha tomado en cuenta a cinco competidores, dos de ellos se encuentran en la ciudad de Cotacachi, que se dedican a la comercialización de los materiales e insumos objeto del estudio; otro competidor se ubica en la ciudad de Ambato que visita semanalmente ofreciendo materia prima para los artesanos y por otro lado existen al menos dos comerciantes que traen productos de fábricas del país y que visitan esporádicamente a los productores y artesanos del cuero de Cotacachi.

Con respecto a la competencia de venta de insumos en general, se puede decir que no ofrecen variedad en los productos, la calidad de muchos insumos no satisface a los artesanos para la elaboración de los artículos de cuero y al no contar con otro lugar donde poder adquirir mejor calidad

compran lo que se encuentra a en el mercado. En la ciudad de Cotacachi existen dos expendedores de materia prima que en su mayoría comercializan lo que es el cuero engrasado, mientras que los oferentes de Ambato y otros comerciantes ofrecen variedad de materia prima en cuero de res y de oveja. Cabe resaltar que estos últimos dan facilidades de pago a los artesanos y son ellos quienes se trasladan al lugar donde está el cliente por lo que los artesanos no tienen que movilizarse para adquirir el producto y a la vez la competencia se asegura de mantener buenas relaciones con sus clientes.

3.10 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es un elemento esencial en el funcionamiento de una empresa, ésta puede estar fabricando el mejor producto u ofrecer el mejor servicio pero si no cuenta con los canales de comercialización adecuados de nada le servirá. A la comercialización se la debe considerar como una actividad en la que no solo se trata de hacer llegar el producto o servicio a manos del cliente, sino que consiste en colocar al producto en un sitio y momento adecuados para que el cliente se encuentre satisfecho con la compra realizada.

En la provincia de Tungurahua, ciudad de Ambato se encuentra ubicada la fábrica de mayor producción de cueros del Ecuador que es la fábrica CURTIDURÍA TUNGURAHUA; esta fábrica es conocida a nivel nacional no solo por ser la más grande sino por ofertar las mejores pieles de cuero en calidad y precio.

Por lo antes dicho este es el lugar donde la nueva empresa a implantarse podrá comprar los diferentes cueros para trasladarlos a la ciudad de Cotacachi y ofertarlos a los diferentes productores. Estas compras se las deberá hacer en grandes cantidades lo que permitirá

tener un precio preferencial al realizarlas, así como también un ahorro en el costo del transporte.

Además, en la misma ciudad de Ambato se encuentra la distribuidora más grande del país de artículos de cuero que es la distribuidora DIMAR; esta es conocida a nivel nacional no solo por ser la más grande sino por ofertar diferentes materias primas para elaborar artículos de cuero como son:

- Tela rusela
- Sierres
- Llaves
- Hilos
- Otros productos

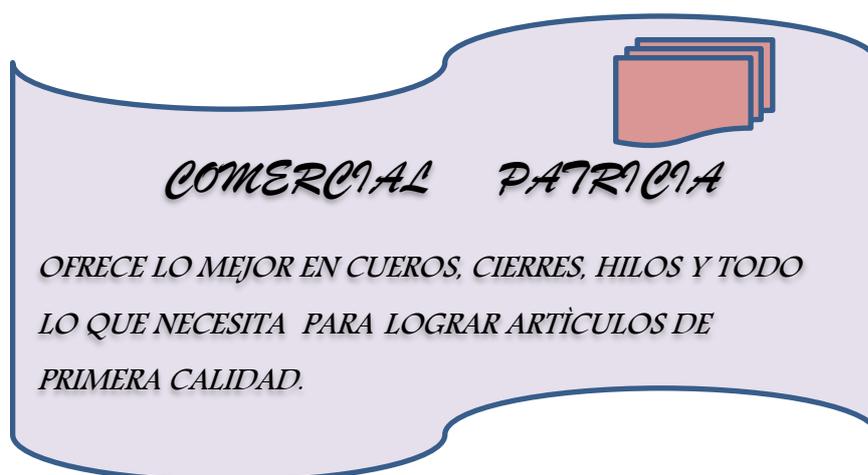
El establecimiento de mínimos y máximos en la comercialización permitirá una buena rotación de los diferentes materiales para que siempre se tenga materias primas que este sector demanda y que estas sean las de mejor calidad al momento de usarlas y elaborar los productos de moda que los consumidores finales demanden a los diferentes artesanos de la localidad.

3.11 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

3.11.1 RÓTULO

Para dar a conocer a la población cotacacheña la apertura de la distribuidora de las diferentes materias primas, se realizará un rótulo grande con el nombre del local “COMERCIAL PATRICIA” para dar a conocer los productos que se ofrecerán.

GRÁFICO N° 3.14
ROTULO PUBLICITARIO



3.11.2 ANUNCIO EN LA PRENSA

Con el propósito de lograr una mayor difusión y conocimiento de la población se realizará una comunicación por la prensa local a través de Diario el Norte la cual contenga lo siguiente:

Comercial Patricia ofrece a todos los artesanos de Cotacachi lo siguiente:

- Variedades de Cuero
- Cierres
- Hilo
- Rusela

Estamos ubicados en las calles 10 de Agosto y González Suarez.

3.12 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

El estudio de mercado efectuado presenta a continuación las siguientes conclusiones:

- Definición clara del mercado meta, conformado potencialmente por los 150 productores objeto de estudio, los cuales pertenecen a la Asociación de Productores de Artículos de Cuero de Cotacachi (APRACO) y Asociación de Artesanos Marroquineros Santa Anita de Cotacachi (AIMASAC).
- Que existe una importante demanda insatisfecha, a nivel local, de materiales para elaborar productos de marroquinería especialmente de cuero y otros materiales utilizados por los productores artesanales.
- No existe facilidad para realizar las compras de materiales por parte de los artesanos, puesto que la oferta la hacen mayormente agentes externos y que se dificultan las adquisiciones de estos materiales que a diario necesitan los artesanos. Así lo expresaron un 73% de los encuestados.
- Las compras de materiales e insumos se las hace en su mayoría fuera de la ciudad, ya que estas se las realiza a intermediarios que ofrecen los productos fuera de la localidad en un 39%, fábricas que también se encuentran fuera de la ciudad 33% y apenas un 27% en locales de la ciudad.
- Que la calidad y el precio son los indicadores determinantes para los productores el momento de realizar la compra de los materiales, así lo considera el 100% de los entrevistados en esta fase de estudio de mercado.
- El presente estudio de mercado, ha cumplido con los objetivos planteados, se ha determinado la oferta y demanda actuales, sus proyecciones, se han analizado los precios, competencia y comercialización, resultado de todo lo cual se puede afirmar que la

idea de implantar una empresa distribuidora de materiales e insumos para los artesanos y manufactureros del cuero de la ciudad de Cotacachi, es factible. Por lo tanto es recomendable proseguir con las siguientes fases técnico-económicas del presente estudio de factibilidad, que demostrarán otros elementos de la factibilidad económica-financiera del presente proyecto.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El Estudio técnico es de vital importancia en la evaluación de proyectos, ya que tiene como propósito determinar la localización y tamaño óptimo de las instalaciones, la maquinaria y tecnología que se va a utilizar, se definen los procesos que se seguirán y el personal necesario para ofrecer el servicio.

Los principales objetivos del estudio técnico son los siguientes:

- Verificar la posibilidad técnica de la comercialización de materiales para las manufacturas de cuero en Cotacachi.
- Analizar y determinar el tamaño, la ubicación óptima, los equipos y las instalaciones físicas necesarias para el normal arranque y funcionamiento ulterior de la empresa distribuidora.
- Determinar los requerimientos de personal que se requiere para la entrega del servicio a los artesanos.
- Cuantificar las inversiones fijas, variables (capital de trabajo) y los gastos pre-operativos para el funcionamiento de la empresa a implantarse.

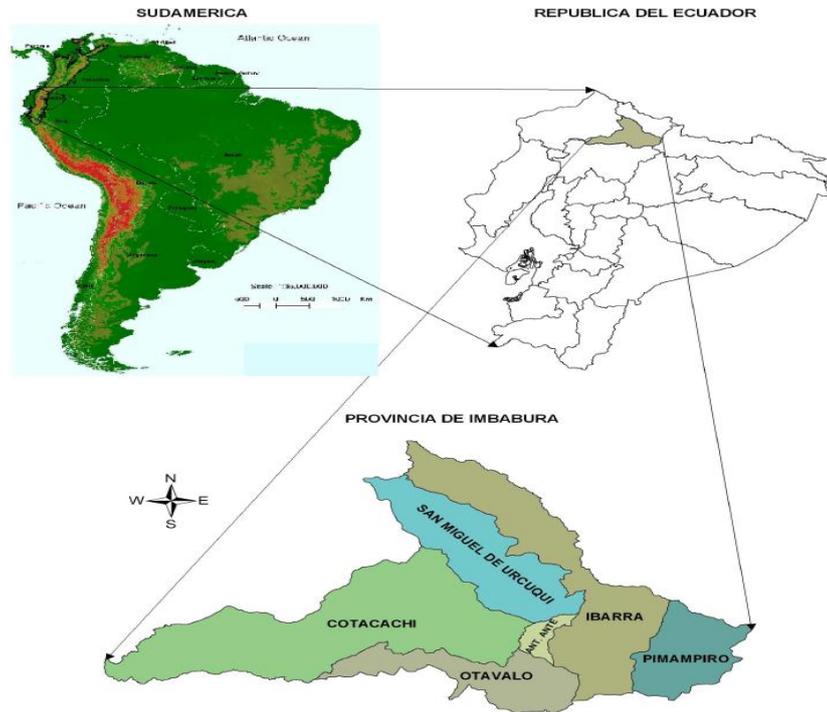
4.1 LOCALIZACIÓN

4.1.1 Macrolocalización

El proyecto estará ubicado en el cantón Cotacachi, en la provincia de Imbabura, es el cantón más extenso de los seis que conforman la provincia. Tiene una superficie de 1809 km² aproximadamente. Limita al norte con el cantón Urcuquí; al sur con el cantón Otavalo y la provincia de Pichincha; al este con el cantón Antonio Ante y al oeste con la provincia

de Esmeraldas. Posee una variada geografía encontrándose alturas que van desde los 4939 metros sobre el nivel del mar hasta los 1600 msnm.

GRÁFICO N° 4.1 MACROLOCALIZACIÓN DEL CANTÓN COTACACHI



FUENTE: Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi

4.1.2 Microlocalización

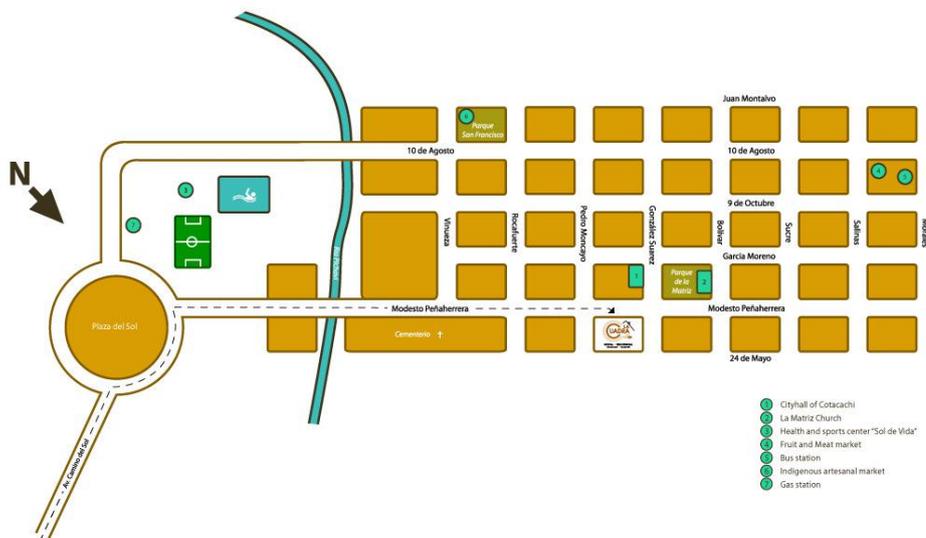
El proyecto estará ubicado en la ciudad de Cotacachi, por ser considerado el centro comercial de las actividades artesanales y al mismo tiempo es el lugar donde se encuentran muchos de los talleres de los artesanos que se dedican desde hace varios años a la elaboración de artículos de cuero.

A continuación se analizan tres posibles lugares donde entraría en funcionamiento la empresa de comercialización de materiales para las manufacturas de cuero para los artesanos, misma que funcionará bajo contrato de arrendamiento.

- a. Calle 10 de Agosto y Rocafuerte, adyacente al sector del parque San Francisco, ubicado en el ingreso oriental a la ciudad. Se ha señalado este lugar ya que se encuentra al inicio del ingreso a la zona comercial, es un lugar de fácil acceso, donde se concentran varios negocios de manufacturas de cuero.
- b. Calle 10 de Agosto y González Suárez, es otro posible lugar para que funcione la empresa, ya que también es un sitio estratégico donde se encuentran los comercios de artesanías de cuero, puesto que la empresa también busca expandirse no solo para los artesanos sino busca integrar a todas aquellas personas que deseen los servicios.
- c. Calle Bolívar y García Moreno colindante con el parque principal denominado la matriz, se determinó este lugar debido a que no existen negocios de este tipo.

GRÁFICO N° 4.2

PLANO DE LA CIUDAD DE COTACACHI



FUENTE: Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi

4.1.3 Evaluación de alternativas de ubicación

Para la evaluación de alternativas de localización de la empresa comercializadora de materiales para las manufacturas en cuero para los artesanos del cantón Cotacachi se utilizará la matriz de factores que se describe a continuación:

Para la aplicación de este método se siguió la siguiente secuencia:

a) IDENTIFICACIÓN DE FACTORES:

- ✓ Disponibilidad de locales de arriendo
- ✓ Afluencia de Turistas
- ✓ Costo de arriendo de locales comerciales
- ✓ Mercado meta (artesanos)
- ✓ Competencia

b) LUGARES

(A) Calle 10 de Agosto y Rocafuerte sector del parque San Francisco.

(B) Calle 10 de Agosto y González Suárez, calle principal.

(C) Calle Bolívar y García Moreno a pocos metros del Parque de la Matriz.

c) DEFINICIÓN DE LA MATRIZ BÁSICA

En la siguiente matriz con las alternativas posible de ubicación, se evalúa de 1 a 100 los diferentes factores que inciden en la toma de decisión por la más correcta ubicación de la empresa.

CUADRO No 4.1
MATRIZ DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN

No	FACTORES DE LOCALIZACIÓN	A	B	C
1	<input type="checkbox"/> Disponibilidad de locales de arriendo	85	85	90
2	<input type="checkbox"/> Afluencia de turistas	90	95	85
3	<input type="checkbox"/> Costo de arriendo de locales comerciales	90	95	90
4	<input type="checkbox"/> Mercado meta (artesanos)	93	95	92
5	<input type="checkbox"/> Competencia	95	95	95
	TOTALES	453	465	452

FUENTE: Observación directa

ELABORACIÓN: La Autora

d) PONDERACIÓN DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Con un total de 1 o 100% se ponderan las alternativas de ubicación. Estos datos relacionados a la valoración de la primera matriz, se obtiene una calificación o evaluación de la dirección o ubicación más adecuada para la nueva empresa, en la ciudad de Cotacachi.

CUADRO No 4.2
PONDERACIÓN DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN

No	FACTORES	PONDERACIÓN	A	B	C
1	Disponibilidad de locales de arriendo	0,3	25,50	25,50	27,00
2	Afluencia de turistas	0,1	9,00	9,50	8,50
3	Costo de arriendo de locales comerciales	0,15	13,50	14,25	13,50
4	Mercado meta (artesanos)	0,35	32,55	33,25	32,20
5	Competencia	0,1	9,50	9,50	9,50
	TOTALES PONDERADOS	1	90,05	92,00	90,70

FUENTE: Observación directa

ELABORACÓN: La Autora

e) DECISIÒN SOBRE LA UBICACIÒN DEL PROYECTO

En base a la información y los cálculos realizados, en el siguiente cuadro estadístico se demuestra la calificación lograda por cada una de las alternativas de ubicación, tomado en cuenta varios factores y su ponderación correspondiente.

CUADRO No 4.3
DECISIÒN DE LOCALIZACIÒN

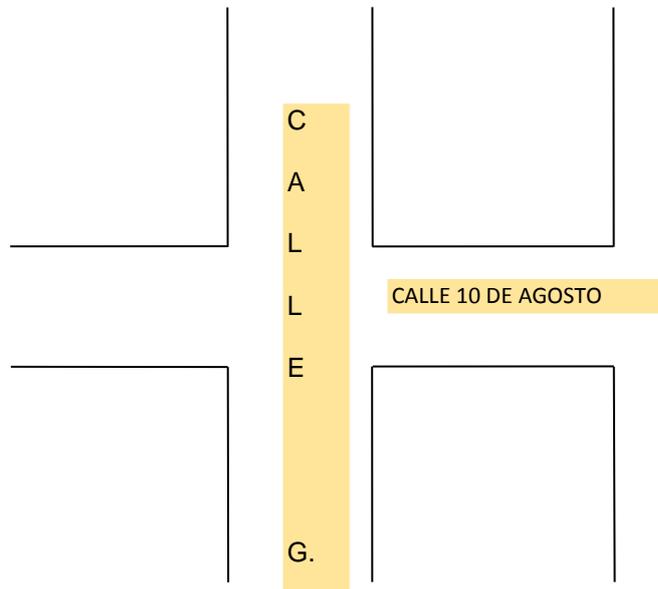
ALTERNATIVAS	DECISIÒN / UBICACIÒN	CALIFICACIÒN
A	Calle 10 de agosto y Rocafuerte	90,05
B	Calle 10 de agosto y González Suárez	92,00
C	Calle Bolívar y García Moreno	90,70

FUENTE: Observación directa

ELABORACIÒN: La Autora

La ubicación de la empresa de comercialización de materias primas para los artesanos manufactureros del cuero de Cotacachi, estará ubicada en la calle 10 de Agosto y González Suárez.

GRÁFICO N° 4.3 CROQUIS DE UBICACIÓN



El local comercial y oficinas estará ubicado en la calle 10 de Agosto y González Suárez, que es un lugar céntrico de la ciudad, es de fácil acceso para los artesanos, además de estar ubicado cerca de la principal calle de comercialización de los artículos de cuero, como es la calle 10 de Agosto cuenta con los servicios básicos como son energía eléctrica, agua potable, recolección de basura, alcantarillado, línea telefónica.

4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño de la empresa, se tomarán en cuenta variables como: la demanda insatisfecha, disponibilidad de recursos financieros, disponibilidad de materia prima y materiales.

Como se afirmó anteriormente, una variable importante es el factor económico, ya que se debe analizar cuidadosamente la inversión que se necesita para la operatividad de la empresa como es presupuesto para materia prima y ello deriva también en la necesidad de contar con recursos económicos suficientes para la adquisición de los demás materiales indirectos o auxiliares que utilizan los artesanos. Además la empresa requiere de recursos para sueldos del personal, arriendo, equipos y tecnología, publicidad, etc.

Es necesario contar con un abasto suficiente de materia prima y materiales para el desarrollo el proyecto, en este punto es importante analizar alternativas entre proveedores y aprovechar el que ofrezca mejores precios, calidad, entregas rápidas, facilidades de pago, etc. El proveedor de materia prima para la empresa será la empresa DIMAR de Ambato. Para el caso del resto de materiales se hará un análisis de los proveedores de Colombia, importadores de la ciudad de Quito o Ambato.

La demanda es uno de los factores principales al momento de considerar el tamaño de un proyecto. Según la información proporcionada por el estudio de mercado se tiene una demanda insatisfecha considerable de los diferentes materiales utilizados por los artesanos del cuero de Cotacachi.

CUADRO N° 4.4
DEMANDA LOCAL INSATISFECHA
MATERIALES PARA LOS ARTESANOS DEL CUERO

MATERIALES	MEDIDA	DEMANDA INSATISFECHA	CAPTACIÓN 40 %
Cuero	m2	-122.964	49.185
Rusela	M	-8.334	3.334
Cierres	Unidades	-5.395	2.158
Llaves	Unidades	-15.998	6.399
Hilo	Conos	-8.260	3.304

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: La Autora

Nos referimos a los principales materiales utilizados, siendo el cuero la materia prima principal que procesan los artesanos y otros insumos necesarios.

De este total, según la capacidad de inversión, la empresa podría proyectarse a ofertar cantidades para los próximos cinco años, correspondientes al 3,2% que incluso está por debajo del crecimiento de la empresa para los próximos cinco años, que tiene relación a la cifra dada por el Banco Central del Ecuador, como una tasa de crecimiento del PIB del sector manufacturero.

CUADRO N° 4.5
TAMAÑO SEGÚN FACTOR DE CRECIMIENTO

MATERIALES	MEDIDA	2014	2015	2016	2017	2018
Cuero	m2	50759	52384	54060	55790	57575
Rusela	M	3440	3550	3664	3781	3902
Cierres	Unidades	2227	2298	2372	2448	2526
Llaves	Unidades	6604	6815	7034	7259	7491
Hilo	Conos	3410	3519	3631	3747	3867

FUENTE: Cuadro Estadístico 4.4

ELABORACIÓN: La Autora

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto es la parte del estudio en donde se determina los procesos a seguir, la distribución de ambientes físicos, selección de maquinaria y equipos, talento humano, es decir todos los aspectos necesarios para la instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

4.3.1 Infraestructura física

Para el funcionamiento de esta empresa se requerirá de un espacio físico mínimo de 70m² el mismo que será arrendado y se distribuirá de la siguiente manera:

a) Área de Gerencia

Esta área estará destinada para la gerencia que constará de 16m², en donde se ubicará un mueble escritorio, computador, telefax, archivador y sillas como muebles principales.

b) Área de Contabilidad

Se requiere un espacio de 10m² para el funcionamiento del departamento de contabilidad de la empresa, en donde se instalará un escritorio con su respectiva silla, un computador, con su respectiva impresora, calculadora, telefax y 4 sillas para clientes.

c) Área de Ventas

Este espacio será destinado para el local comercial que será de 40m² en donde se instalará un mueble escritorio, un computador, sillas, vitrinas y estanterías para la exhibición de los productos.

d) Área de Bodega

Se destinará un espacio físico de 14m² para bodega que servirá para el almacenamiento de materia prima y materiales hasta su ingreso para luego ser puestos a la venta.

CUADRO N° 4.6

DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO REQUERIDO

ÁREAS	M2
Gerencia	16
Contadora	10
Ventas	40
Bodega	14
Total	80

FUENTE: Observación directa

ELABORACIÓN: La Autora

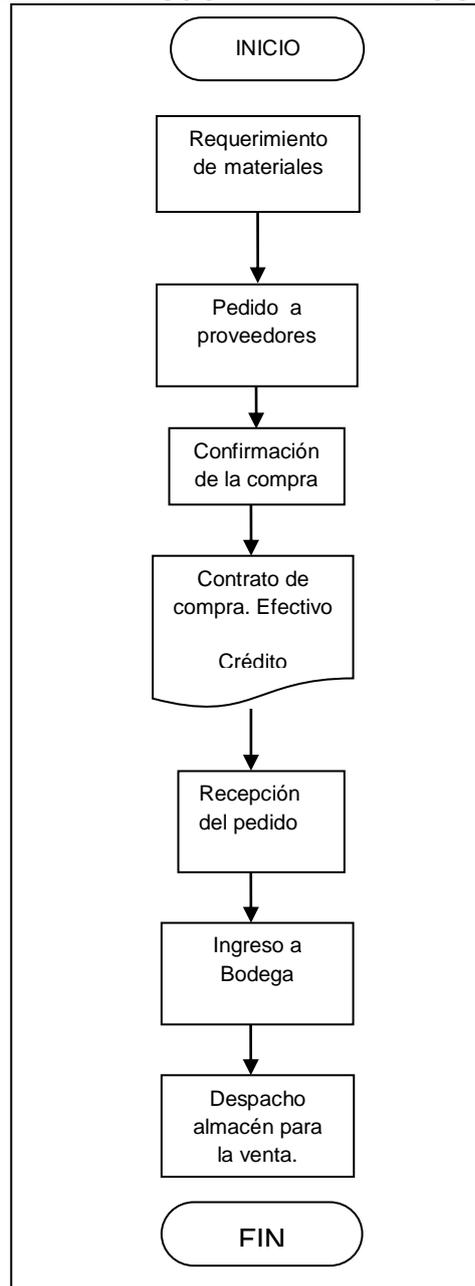
a) Proceso de compra.- En este proceso se explica las compras de materiales que se las realizarán de una forma eficiente optimizando recursos y tiempo.

Las principales fuentes de abastecimiento serán las generadas por los productores que se encuentran ubicados en, Ambato y Colombia para el caso de la materia prima como es el cuero y otros materiales que no se los encuentra disponibles en la provincia de Imbabura.

El proceso de compra consta de las siguientes acciones:

- Registro de requerimiento de materiales
- Se realiza el respectivo pedido de materiales a los proveedores.
- Se confirma la compra de los materiales.
- Se realiza un contrato de compra, factura o documento de respaldo. La compra puede ser en efectivo o a crédito.
- Recepción y comprobación del pedido
- Ingreso de los materiales a bodega
- Despacho de materiales a almacén para la venta.

GRÁFICO N° 4.5
DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE COMPRA



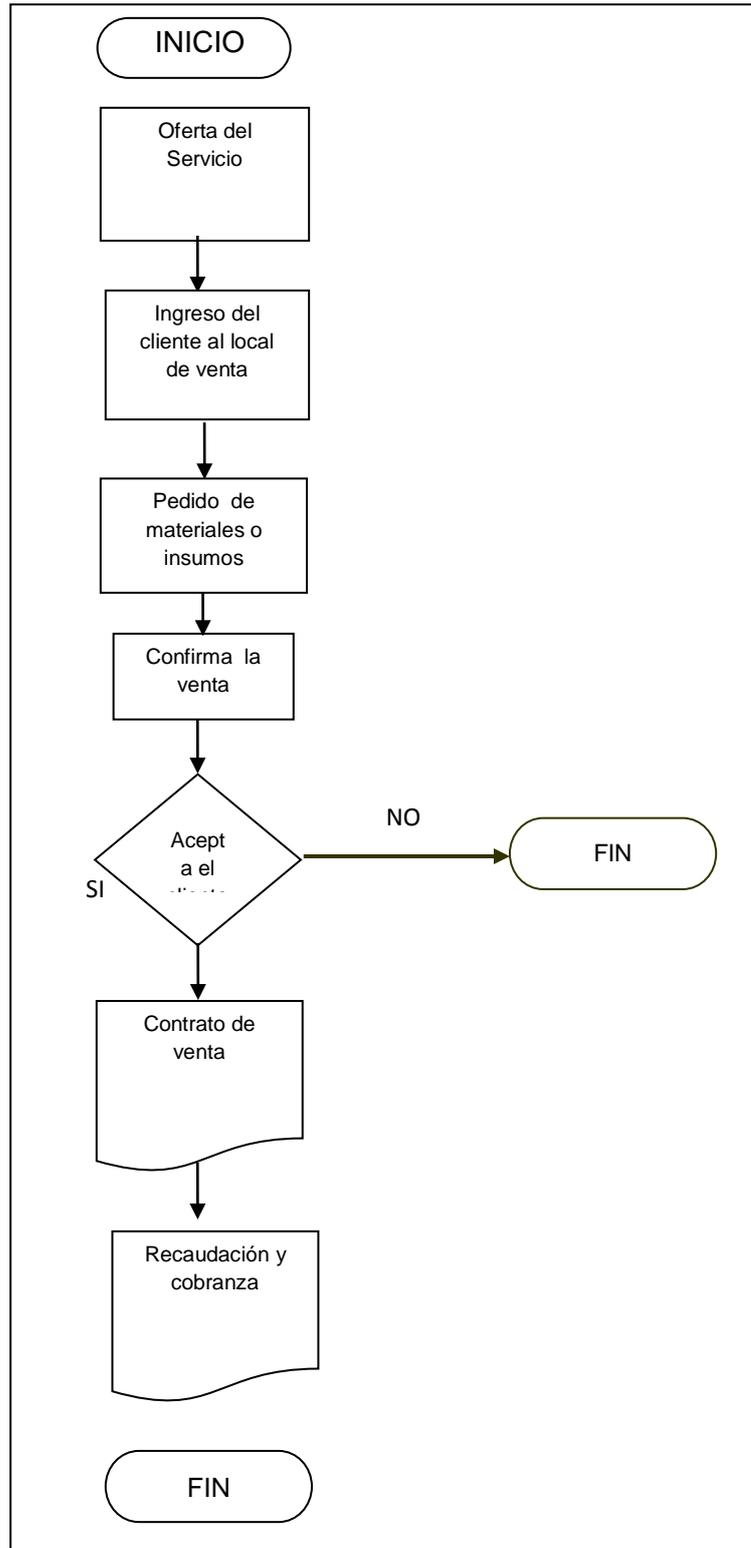
ELABORACIÓN: La Autora

b) Venta.- El proceso de comercialización busca ser el más adecuado para los beneficiarios de este proyecto optimizando los recursos disponibles y que logrando que el servicio llegue en el tiempo y lugar adecuados para la satisfacción del cliente. Las acciones para el proceso de venta son las siguientes:

- Oferta del servicio a los clientes (materiales e insumos).
- Ingreso del cliente al punto de venta.
- Requerimiento del servicio por parte del cliente.
- Se confirma la venta del producto de cumplir con los requerimientos del cliente.
- Si el cliente acepta la compra se realiza un contrato de compra, factura o documento de respaldo, caso contrario fin del proceso.
- Se realiza la recaudación de la venta.
- Fin del proceso.

GRÁFICO N° 4.6

DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE VENTA



ELABORACIÓN: La Autora

4.3.3 Inversión en tecnología, equipos y muebles

Para el desarrollo de este proyecto se necesitará lo siguiente en cuanto a tecnología y equipos:

Equipos de Computación.- Se necesitarán 3 equipos de cómputo completos, que serán utilizados por la gerencia, contabilidad y ventas, que servirán para control de inventarios, facturación de ventas, y trámites administrativos.

CUADRO Nro. 4.7
EQUIPO DE CÓMPUTO REQUERIDO

DETALLE	CANT.	PRECIO UNIT.	TOTAL
Computador e impresora para gerencia	1	800,00	800,00
Computador e impresora para contadora	1	800,00	800,00
Computador e impresora para ventas	1	800,00	800,00
TOTAL			2.400,00

FUENTE: World Computers.

ELABORACIÓN: La Autora

Muebles y enseres.- se requerirá de muebles de escritorio para las oficinas: escritorios, sillas, archivadores; estanterías y vitrinas para el local de ventas, necesarios para cubrir el espacio físico de las instalaciones.

CUADRO Nro. 4.8
MUEBLES Y ENSERES REQUERIDOS

DETALLE	CANT.	PRECIO UNIT.	TOTAL
ADMINISTRACIÓN			
Escritorios	2	170	340
Archivadores	2	95	190
Sillas de escritorios	2	80	160
Sillas metálicas	10	15	150
SUBTOTAL			840
VENTAS			
Escritorio	1	170	170
Silla de escritorio	1	80	80
Estanterías metálicas	4	98	392
Vitrinas grandes	2	230	460
SUBTOTAL			1102
TOTAL			1942

FUENTE: Proformas Proveedores

ELABORACIÓN: La Autora

Equipos de Oficina.- aquí se detalla los diferentes equipos de comunicación y oficina necesarios para el desarrollo de las actividades diarias de la empresa.

**CUADRO Nro. 4.9
EQUIPOS DE OFICINA REQUERIDOS**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Teléfono Fax	2	110	220
Calculadora	2	50	100
TOTAL			320

FUENTE: Proformas Proveedores

ELABORACIÓN: La Autora.

4.3.4 Resumen de inversión fija

Para iniciar el proyecto es preciso realizar la inversión en equipos tecnológicos, muebles y enseres necesarios para dar buen servicio artesanos del cuero de Cotacachi, cabe aclarar que no habrá construcciones civiles ya que el local para su funcionamiento será arrendado. Por este motivo, se consideró que las inversiones totales se las realizará en el período pre-operativo y operativo del proyecto. Estas inversiones (fijas) no serán modificadas durante los próximos 5 años de ejecución del proyecto.

**CUADRO Nro. 4.10
RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA**

CONCEPTO	VALOR
Equipo de cómputo	2.400
Muebles y enseres	1.942
Equipos de oficina	320
TOTAL	4.662

FUENTE: Cuadros Estadísticos 4.6, 4.7 y 4.8

ELABORACIÓN: La Autora

4.3.5 Talento humano

El personal mínimo necesario que se requerirá para el funcionamiento de esta empresa es el siguiente:

- Gerente
- Contador (a)
- Vendedor (a)

El personal deberá contar con los requerimientos determinados para este tipo de empresa. A continuación se detalla el cálculo anual de sueldos y salarios del personal que laborará en la empresa.

CUADRO N° 4.11
SALARIOS TALENTO HUMANO

DETALLE	N°	Sueldo Mensual	AL AÑO
Gerente	1	600	7200
Contador	1	450	5400
Vendedor	1	450	5400
TOTAL		1500	18000

ELABORACIÓN: La Autora.

4.3.6 Materiales para la venta

Del total de oferta de materiales a realizar la empresa en el año 2014, por los precios de adquisición, se ha obtenido el valor en dólares necesario para tener un inventario inicial de mercaderías para la venta en el primer mes de funcionamiento, valor que es incorporado al capital de trabajo necesario para el inicio de sus operaciones.

CUADRO N° 4.12
MATERIALES PARA LA VENTA

MATERIALES	MEDIDA	CANTIDAD 2014	PRECIOS DE ADQUISICIÓN	VALOR \$	AL MES
Cuero	m2	50759	1,42	72135,99	6011,33
Rusela	M	3440	1,12	3869,07	322,42
Cierres	Unidades	2227	0,13	295,99	24,67
Llaves	Unidades	6604	0,09	607,68	50,64
Hilo	Conos	3410	3,96	13490,55	1124,21
TOTAL				90399,28	7533,27

FUENTE: Proveedores

ELABORACIÓN: La Autora.

4.3.7 Gastos generales

CUADRO N° 4.13
SERVICIOS BÁSICOS

CONCEPTO	VALOR AL MES	TOTAL AL AÑO
Agua	20	240
Luz	30	360
Teléfono	40	480
TOTAL	90	1080

ELABORACIÓN: La Autora

4.3.8 Capital de trabajo (Inversión variable)

El siguiente cuadro presenta el capital de trabajo del proyecto para el primer mes de funcionamiento, entendiéndose que para el segundo mes de gestión la empresa experimentará sus primeros ingresos. Para

que la empresa pueda operar en forma adecuada, se necesita tener en caja o bancos una cierta cantidad de dinero en efectivo, que servirá para solventar gastos como: sueldos, aporte patronal al IESS, inventario inicial de mercaderías, para gastos generales, promoción, movilización y otros suministros necesarios para la operatividad en el primer mes y luego realizar las primeras ventas.

**CUADRO Nº 4.14
CAPITAL DE TRABAJO**

CONCEPTO	PRIMER MES
Sueldos y Salarios	1.500,00
Aporte patronal IESS (12,15%)	182,25
Materiales	7.533,27
Arriendo local	150
Servicios Básicos	90
Gastos Publicidad	80
Suministros de Oficina	20
Materiales de limpieza	20
Movilización	60
Amortización gastos pre operativos	31,67
SUBTOTAL	9.667,19
Imprevistos (3%)	290,02
TOTAL	9.957,21

ELABORACIÓN: La Autora

4.3.9 Inversión diferida (Gastos preoperativos)

La inversión en activos diferidos está constituida por los gastos e inversiones necesarias para la implementación inicial de la empresa. Igualmente constan los gastos que demanden los estudios o elaboración del proyecto de factibilidad y los gastos de constitución para el inicio normal y legal de la empresa, los cuales se amortizarán en 5 años, tienen los siguientes rubros:

**CUADRO Nº 4.15
INVERSIÓN DIFERIDA (GASTOS PREOPERATIVOS)**

DETALLE	VALOR
Estudio de factibilidad	1200
Gastos de constitución	400
Gastos de instalación	300
TOTAL	1900

ELABORACIÓN: La Autora

4.3.10 Resumen de inversiones requeridas

El siguiente cuadro muestra la inversión total que se requiere para la implementación del proyecto.

**CUADRO Nº 4.16
RESUMEN DE INVERSIONES REQUERIDAS**

DETALLE	VALOR	%
Inversión Fija	4.662	28,22
Inversión Variable	9.957,21	60,28
Inversión Diferida	1.900	11,50
TOTAL	16.519	100,00

FUENTE: Cuadro Estadístico Nº 4.15, 4.14 Y 4.10

ELABORACIÓN: La Autora.

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

Este capítulo presenta cifras de ingresos, costos y egresos proyectados para la vida útil del proyecto; además consolidados de estados financieros, los cuales sirven para medir la rentabilidad del proyecto a través de la aplicación de diferentes herramientas financieras como: el valor actual neto, la tasa interna de retorno, el costo-beneficio y el período de recuperación. Además, respaldan y sustentan los criterios de decisión de la inversión.

5.1 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Del total de la inversión requerida para el presente proyecto, aproximadamente el 40% será financiada a través de un préstamo, valor que corresponde a la inversión fija y diferida. En tanto que el restante 60% será proveniente de recursos propios, valor que corresponde al capital de trabajo.

CUADRO Nº 5.1
INVERSIONES Y SU FINANCIAMIENTO

Rubros	Estructura	% de Composición
Inversión Financiada	6.562	39,72%
Inversión Propia	9.957	60,28%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	16.519	100,00%

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

5.1. DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS

Para proyectar los ingresos, se realizó la debida operación de multiplicar la cantidad proyectada de materiales para el uso de los artesanos del cuero, por los respectivos precios; estos datos ya fueron obtenidos en el estudio de mercado y estudio técnico.

CUADRO Nº 5.2
MERCADERÍA PROYECTADA VENDER

MATERIALES	MEDIDA	2014	2015	2016	2017	2018
Cuero	m2	50.759	52.384	54.060	55.790	57.575
Rusela	M	3.440	3.550	3.664	3.781	3.902
Cierres	Unidades	2.227	2.298	2.372	2.448	2.526
Llaves	Unidades	6.604	6.815	7.034	7.259	7.491
Hilo	Conos	3.410	3.519	3.631	3.747	3.867

FUENTE: Estudio de Mercado y Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora.

CUADRO Nº 5.3
PRECIOS DE MERCADERÍA PROYECTADA VENDER

MATERIALES	MEDIDA	2014	2015	2016	2017	2018
Cuero	m2	2,13	2,18	2,23	2,28	2,33
Rusela	m2	1,69	1,72	1,76	1,80	1,84
Cierres	Unidades	0,20	0,20	0,21	0,21	0,22
Llaves	Unidades	0,14	0,14	0,14	0,15	0,15
Conos de hilo	Conos	5,94	6,07	6,20	6,34	6,48

FUENTE: Estudio de Mercado y Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

Para fijar los precios de venta, se tomó en cuenta los precios de compra de los distintos materiales, más un 40% de margen de utilidad.

CUADRO N° 5.4
INGRESOS PROYECTADOS

AÑOS	INGRESOS
2014	135.598,92
2015	143.072,70
2016	150.958,41
2017	159.278,75
2018	168.057,69

FUENTE: Cuadros Estadísticos 5.2 y 5.3

ELABORACIÓN: La Autora

5.2. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

En esta sección se estimaron los costos, gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros necesarios para que el proyecto entre en operación.

5.2.1. INVENTARIO DE MERCADERÍAS

Para la venta de materiales, se requiere aprovisionarse de la mercadería suficiente y necesaria para atender la demanda de los artesanos y microempresarios dedicados a la elaboración de los diferentes productos del cuero, a continuación se detalla la cantidad y el precio requeridos.

CUADRO N° 5.5
INVENTARIO DE MERCADERÍA AÑO 2014

MATERIALES	MEDIDA	CANTIDAD 2014	PRECIOS DE ADQUISICIÓN	VALOR \$	\$ AL MES
Cuero	m2	50.759	1,42	72.135,99	6.011,33
Rusela	M	3.440	1,12	3.869,07	322,42
Cierres	Unidades	2.227	0,13	295,99	24,67
Llaves	Unidades	6.604	0,09	607,68	50,64
Hilo	Conos	3.410	3,96	13.490,55	1.124,21
TOTAL				90.399,28	7.533,27

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 5.6
PROYECCIÓN DE INVENTARIO DE MERCADERÍA

AÑOS	MERCADERÍA
2014,00	90.399,28
2015,00	95.381,80
2016,00	100.638,94
2017,00	106.185,84
2018,00	112.038,46

FUENTE: Cuadros Estadísticos 5.2 Y 5.5.
ELABORACIÓN: La Autora

5.3.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos representan a los sueldos y beneficios sociales del personal administrativo y todos aquellos valores que se necesitan para que el área administrativa opere de la mejor manera. Se considera un 3% de imprevistos.

5.3.2.1 Sueldos al Personal Administrativo

**CUADRO Nº 5.7
EVOLUCIÓN DE SALARIO BÁSICO UNIFICADO**

AÑOS	SBU	VAR. %
2008	200	
2009	218	9,00
2010	240	10,09
2011	264	10,00
2012	292	10,61
2013	318	8,90
PROMEDIO		9,72

FUENTE: Banco Central del Ecuador

ELABORACIÓN: La Autora

**CUADRO Nº 5.8
SUELDO BÁSICO UNIFICADO ADMINISTRATIVO
MENSUAL Y ANUAL**

RUBROS AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
1 Gerente	600	655	719	789	865
1 Contador	450	491	539	592	649
Total Mensual	1050	1147	1258	1380	1515
Total Anual	12.600	13.759	15.097	16.564	18.174

FUENTE: Estudio Técnico y Cuadro 5.7

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 5.9
GASTO PERSONAL ADMINISTRATIVO

AÑOS RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldo Básico Unificado	12.600,00	13.759,20	15.096,59	16.563,98	18.174,00
Aporte Patronal	1.530,90	1.671,74	1.834,24	2.012,52	2.208,14
Fondos de Reserva		1.146,60	1.258,05	1.380,33	1.514,50
Décimo Tercer Sueldo	1.050,00	1.146,60	1.258,05	1.380,33	1.514,50
Décimo Cuarto Sueldo	697,82	765,65	840,07	921,72	1.011,31
Vacaciones	525,00	573,30	629,02	690,17	757,25
Total	16.403,72	19.063,09	20.916,02	22.949,06	25.179,71

FUENTE: Cuadro Estadístico 5.8 y Ley de Remuneraciones.

ELABORACIÓN: La Autora.

CUADRO Nº 5.10
GASTO DEPRECIACIÓN ANUAL ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	DEPREC. %	VALOR A DEPREC.	DEPREC. ANUAL
Muebles de oficina	0,1	840,00	84
Equipos de oficina	0,1	320,00	32
Equipo de cómputo	0,33	1.600,00	528
TOTAL			644

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

La vida útil de un equipo de computación es de 3 años; por lo que, en el año 2017 deberá adquirirse nuevos equipos.

CUADRO N° 5.11
PROYECCIÓN DEL GASTO ADMINISTRATIVO

AÑOS RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
Remuneraciones	16.403,72	19.063,09	20.916,02	22.949,06	25.179,71
Arriendo de local	1.800,00	1.877,40	1.958,13	2.042,33	2.130,15
Servicios básicos	1.080,00	1.126,44	1.174,88	1.225,40	1.278,09
Suministros de oficina	240,00	250,32	261,08	272,31	284,02
Material de limpieza	240,00	250,32	261,08	272,31	284,02
Movilización	720,00	750,96	783,25	816,93	852,06
Depreciaciones	644,00	644,00	644,00	644,00	644,00
TOTAL	21.727,72	23.962,53	25.998,45	28.222,34	30.652,04

FUENTE: Cuadro Estadístico 5.9. y Capital de Trabajo (Estudio Técnico)

ELABORACIÓN: La Autora

5.3.3 GASTOS DE VENTA

Los Gastos de Venta están conformados por los sueldos y beneficios sociales de la persona que atenderá el local comercial y demás gastos relacionados con la venta de los materiales para la industria del cuero.

5.3.3.1 Sueldo al Personal de Ventas

CUADRO N° 5.12
SUELDO BÁSICO UNIFICADO VENDEDOR

AÑOS RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
1 Vendedor	450	493,74	541,73	594,39	652,16
Total Anual	5.400	5.924,88	6.500,78	7.132,65	7.825,95

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora.

CUADRO Nº 5.13
GASTO PERSONAL DE VENTAS

AÑOS RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldo Básico Unificado	5.400,00	5.924,88	6.500,78	7.132,65	7.825,95
Aporte Patronal	656,10	719,87	789,84	866,62	950,85
Fondos de Reserva		493,74	541,73	594,39	652,16
Décimo Tercer Sueldo	450,00	493,74	541,73	594,39	652,16
Décimo Cuarto Sueldo	348,91	382,82	420,03	460,86	505,66
Vacaciones	225,00	246,87	270,87	297,19	326,08
Total	7.080,01	8.261,93	9.064,99	9.946,10	10.912,86

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

Los costos de publicidad y movilización tienen un incremento anual del 4,3% según la tasa inflacionaria. Se incluye un 3% de imprevistos.

CUADRO Nº 5.14
DEPRECIACIÓN ANUAL MUEBLES Y EQUIPOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	DEPREC. %	VALOR A DEPREC.	DEPREC. ANUAL
Muebles de oficina	0,1	1102,00	110,20
Computadora	0,33	800,00	264,00
TOTAL			374,20

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

El equipo de computación que se utilizará para el área de ventas tiene una vida útil de 3 años; lo que significa que para el año 2017 se adquirirá

un nuevo equipo; siendo la depreciación para el cuarto y quinto año la siguiente:

**CUADRO N° 5.15
PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS**

AÑOS	RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
	Remuneraciones	7080,01	8261,93	9064,99	9946,10	10912,86
	Promoción y Publicidad	960,00	1001,28	313,30	544,62	568,04
	Movilización y Transporte	720,00	750,96	783,25	816,93	852,06
	Depreciaciones	374,20	374,20	374,20	374,20	374,20
	Total	9134,21	10388,37	10535,74	11681,85	12707,16

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

5.4 GASTOS FINANCIEROS

Para la ejecución del proyecto se obtendrá un crédito de \$ 6.562 dólares, en la Corporación Financiera Nacional a un plazo de 5 años, con una tasa de interés del 11,83%. La tabla de amortización detalla los intereses que se cancelarán.

CUADRO Nº 5.16
PAGO DE INTERÉS DE PRÉSTAMO POR AÑO

AÑO	CUOTA A PAGAR POR AÑO	INTERESES 11.83%
2014	1812,70	776,28
2015	1812,70	653,68
2016	1812,70	516,56
2017	1812,70	363,23
2017	1812,70	191,76
TOTAL:	9.063,51	2.501,51

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 5.17
FLUJO DE PAGOS DE PRÉSTAMO

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Interés	776,28	653,68	516,56	363,23	191,76	2.501,51
Pago de capital	1.036,42	1.159,03	1.296,14	1.449,47	1.620,94	6.562,00

FUENTE: Cuadro Estadístico Nº 5.16
ELABORACIÓN: La Autora

5.5 RESUMEN DE EGRESOS PROYECTADOS

CUADRO N° 5.18
RESUMEN DE EGRESOS PROYECTADOS

AÑOS RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
Gasto Administrativo	21.127,72	23.962,53	25.998,45	28.222,34	30.652,04
Gasto de Ventas	9.134,21	10.388,37	10535,74	11681,85	12707,16
Gasto financiero	776,28	653,68	516,56	363,23	191,76
Total	30.038,21	35.004,58	37.050,75	40267,42	43.550,96

FUENTE: Cuadros Estadísticos N° 5.11, 5.15 y 5.17

ELABORACIÓN: La Autora

5.6 BALANCE GENERAL

El siguiente balance presenta la situación inicial que tendrá el proyecto.

CUADRO Nº 5.19
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES
PARA LA INDUSTRIA DEL CUERO DE COTACACHI
Estado de Situación Inicial al 1° de Enero de 2014

<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
Activos Circulantes		Deuda por pagar Largo	
Capital de Trabajo	9.957,21	Plazo	6.562,00
Total Activos circulantes	9.957,21	Total Pasivos	6.562,00
Activos Fijos			
Muebles de Administración	840		
Equipo de Oficina de Administración	320		
Equipo Informático de Administración	1.600,00		
Muebles departamento de Ventas	1.102,00		
Equipo de cómputo de Ventas	800		
Total Activos Fijos	4.662,00		
		PATRIMONIO	
Activos diferidos		Inversión Propia	9.957,21
Inversión diferida	1.900,00	Total Patrimonio	9.957,21
Total activos diferidos	1.900,00		
		TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	16.519,21
TOTAL ACTIVOS	16.519,21		

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

El Estado de Resultados, detalla los ingresos y egresos que tendrá el proyecto en cada uno de los años de vida útil. Estos datos dieron un resultado positivo en los cinco años; lo cual, es conveniente para la implantación de la empresa.

CUADRO Nº 5.20
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES
PARA LA INDUSTRIA DEL CUERO DE COTACACHI
Estado de Resultados

AÑOS	RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS		135598,92	143072,70	150958,41	159278,75	168057,69
EGRESOS						
(-) COSTO MERCADERÍA PARA LA VENTA						
Inventario de Mercadería		90399,28	95381,80	100638,94	106185,84	112038,46
SUBTOTAL		90399,28	95381,80	100638,94	106185,84	112038,46
(=) UTILIDAD BRUTA		45199,64	47690,90	50319,47	53092,92	56019,23
(-) OTROS GASTOS						
Gastos Administrativos		21727,72	23962,53	25998,45	28222,34	30652,04
Gastos de Venta		9134,21	10388,37	11266,77	8806,49	13275,20
Gastos Financieros		776,28	653,68	516,56	363,23	191,76
TOTAL EGRESOS		31038,21	35004,57	36781,78	37392,06	44119
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		14161,43	12686,33	12537,69	15700,86	11900,23
(-) 15% Participación de Trabajadores		2124,21	1902,95	1880,65	2355,13	1785,03
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA		12037,21	10783,38	10657,03	13345,73	10115,17
(-) Impuesto a la Renta		2768,56	2372,34	2244,55	2936,06	2225,34
SUPERAVIT		9268,65	8411,03	8312,49	10409,67	7889,85

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

5.8 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CUADRO Nº 5.21
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES
PARA LA INDUSTRIA DEL CUERO DE COTACACHI
Estado de Flujo de Caja

AÑOS RUBROS	AÑO 0	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad Operacional		14.161,43	12.686,33	12.537,69	15.700,86	11.900,23
Crédito	6.562,00					
Capital Propio						
(-) Reversión de Activos					2.400,00	
(+) Depreciaciones		1.018,20	1.018,20	1.018,20	1.018,20	1.018,20
(-) 15% Participación de trabajadores		2.124,21	1.902,95	1.880,65	2.355,13	1.785,03
(-) Impuesto a la Renta		2.768,56	2.372,34	2.344,55	2.936,06	2.225,34
(+) Recuperación Venta de Activos						1.947,00
(+) Amortización Activo Diferido		380,00	380,00	380,00	380,00	380,00
(-) Pago de Capital		1.036,42	1.159,03	1.296,14	1.449,47	1.620,94
TOTAL INVERSIÓN	(16.519,21)					
FLUJO NETO DE CAJA	0	9.630,44	8.650,21	8.414,55	7.958,40	9.614,11

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

5.9 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.9.1 Determinación del Costo de Oportunidad

Para determinar la tasa de redescuento se realiza la siguiente operación:

CUADRO Nº 5.22
CÁLCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO

RUBROS	ESTRUCTURA	% De COMPOSICIÓN	TASA DE RENDIMIENTO	VALOR PONDERADO
Inversión Financiativa	6.562,00	39,72%	11,83%	4,70%
Inversión Propia	9.957,21	60,28%	4,28%	2,58%
Total Inversión	16.519,21	100,00%		10,05%

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

Dónde:

CK = Costo de

Oportunidad 10,05%

I= Inflación 4,28%

$$i=(1+CK)(1+I)-1$$

$$i=(1+0,1005)(1+0,0428)-1$$

$$i= \mathbf{0,1476}$$

TASA DE REDESCUENTO 14,76%

5.9.2 Valor Actual Neto (VAN)

En base a los flujos de caja se obtiene el valor presente aplicando la tasa de redescuento del 14,76%. Este indicador genera el criterio de si

es o no factible realizar el proyecto. Si el VAN es mayor o igual a cero el proyecto es factible de llevarlo a cabo, caso contrario se rechaza.

CUADRO Nº 5.23
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (14,76%)	Flujos Actualizados Netos
0	0		
1	9.630,44	1,1476	8.391,81
2	8.650,21	1,31698576	6.568,19
3	8.414,55	1,51137286	5.567,49
4	7.958,40	1,73445149	4.588,42
5	9.614,11	1,99045653	4.830,10
ΣFNA			29.946,00

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORACIÓN: La Autora

$$\text{VAN} = \Sigma \text{FNA} - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = 29946 - 9614,11$$

$$\text{VAN} = 20331,89$$

El Valor Actual Neto es mayor a cero; por lo que, se puede afirmar la rentabilidad del negocio durante los 5 años.

5.9.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para determinar la TIR de la forma apropiada, se calculará el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego interpolar.

**CUADRO Nº 5.24
CÁLCULO DEL VAN CON TASA INFERIOR**

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO (13,71%)	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	16.519,21		
1	9.630,44	1,14760	8.391,81
2	8.650,21	1,31699	6.568,19
3	8.414,55	1,51137	5.567,49
4	7.958,40	1,73445	4.588,42
5	9.614,11	1,99046	4.830,10
ΣFNA			29.946,00
VAN TASA INFERIOR			13.426,80

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

**CUADRO Nº 5.25
CÁLCULO DEL VAN CON TASA SUPERIOR**

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO (20%)	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	16.519,21		
1	9.630,44	1,200	8.025,36
2	8.650,21	1,44000	6.007,09
3	8.414,55	1,72800	4.869,53
4	7.958,40	2,07360	3.837,96
5	9.614,11	2,48832	3.863,69
ΣFNA			26.603,64
VAN TASA SUPERIOR			10.084,43

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autor

INTERPOLACIÓN

Tasa Inferior	14,76
Tasa Superior	20,00
VAN Tasa Inferior	13.426,797
VAN Tasa Superior	10.084,432

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autor

$$\text{TIR} = \text{Tasa Inferior} + (\text{Tasa Superior} - \text{Tasa Inferior}) \frac{(\text{VAN Tasa Inferior})}{\text{VAN Tasa Inferior} - \text{VAN Tasa Superior}}$$

TIR: 35,81 %

La tasa interna de retorno es de 35,81% mayor que la tasa del Costo de Oportunidad, confirmando la factibilidad del proyecto.

5.9.4 Relación Costo - Beneficio

Este método refleja el retorno de los ingresos en relación a los egresos, este cálculo se realiza de la siguiente manera:

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\sum \text{FNE Actualizados}}{\text{Inversión}}$$
$$\text{Costo - Beneficio} = \frac{29.946,00}{16.519,21}$$
$$\text{C/B} = 1,81$$

El Costo-Beneficio es mayor que uno; por lo tanto, se puede señalar que el proyecto es aceptable. Entonces, por cada dólar invertido, se recupera \$1,81 dólares o también, por cada dólar se obtiene un superávit de \$0,81 centavos de dólar.

5.9.5 Relación Ingresos- Egresos

CUADRO N° 5.26
INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS

Años	Ingresos	Egresos	Tasa de Redescuento (14,76%)	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
2014	135.598,92	30.261,93	1,1476	118.158,70	26.369,75
2015	143.072,70	34.350,90	1,31698576	108.636,48	26.082,97
2016	150.958,41	37.265,22	1,51137286	99.881,65	24.656,54
2017	159.278,75	37.028,83	1,73445149	91.832,35	21.349,01
2018	168.057,69	43.927,24	1,99045653	84.431,73	22.068,93
				502.940,91	120.527,20

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

El 4,17 que resultó de la relación ingresos y egresos; quiere decir, que por cada dólar invertido en gastos hay un ingreso de \$ 4,17 o también, que por cada dólar se obtiene un superávit de 3,17 dólares respecto al gasto.

5.9.6 Punto de Equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se determinará costos fijos y costos variables. Se tomará el precio de venta promedio, al por mayor en los tres primeros años, y en los dos años restantes el precio de venta al por menor de los diferentes productos; debido a que las ventas al consumidor final aumentarán.

Fórmula Punto de Equilibrio en Dólares

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{Vtas}\right)}$$

Fórmula Punto de Equilibrio en Unidades

$$PEu = \frac{PE\$}{PVu}$$

CUADRO Nº 5.27
PROYECCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

RUBROS \ AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	135.598,92	143.072,70	150.958,41	159.278,75	168.057,69
Costos Fijos	32.056,41	36.022,77	38.799,98	38.410,26	45.137,20
Costos Variables	90.399,28	95.381,80	100.638,94	106.185,84	112.038,46
Punto de Equilibrio (\$)	96.169,24	108.068,32	116.399,95	115.230,78	135.411,61
Precio de Venta Promedio	2,02	2,06	2,11	2,16	2,21
Punto de Equilibrio (u)	47.650,58	52.373,25	55.175,10	53.424,19	61.405,11

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

Dónde:

Año: 2014

En dólares:

PE \$ = COSTO FIJO

1 - (COSTOS VARIABLE / VENTAS)

32.056,41	
0,333333	96.169,24

DÓLARES

En unidades:

PE u = PE \$

PRECIO DE VENTA PROMEDIO

96.169,24	
2,02	47.650,58

UNIDADES

5.9.7 Período de Recuperación de la Inversión

Para determinar el tiempo de recuperación de la inversión se plantea el siguiente cálculo:

**CUADRO Nº 5.28
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
0	16.519,21	
1	8.391,81	8.391,81
2	6.568,19	14.959,99
3	5.567,49	20.527,48
4	4.588,42	25.115,90
5	4.830,10	29.946,00

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

Su cálculo es:

29.946,00	2	Años
16.519,21	X	
	1,1	Meses

P.R.I. 2 años, 1 mes

La inversión inicial que se realizará en la microempresa, se recuperará en 2 años, 1 mes, es decir el negocio es rentable.

5.9.8 Resumen de Indicadores

CUADRO Nº 5.29

RESUMEN DE INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

INDICADOR	DETALLE
Inversión requerida	16.519
VAN	13.427
TIR	35,81
Costo-Beneficio	1,81
Relación Ingresos – Egresos	4,17
Punto de Equilibrio Dólares	96.169
Punto de equilibrio Unidades	47.651
Período de Recuperación	2 años, 1 mes

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

CAPÍTULO VI

6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

Para asegurar el funcionamiento exitoso de una empresa, institución y todo organismo social, es necesario contar con la más adecuada estructura organizacional y funcional, a través de la cual se logra una mejor coordinación y optimización de los recursos materiales, humanos y económicos en busca de alcanzar los objetivos propuestos.

6.1 DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA

El primer paso es dar el nombre a la empresa para identificarla de la competencia y permitiendo elaborar el logotipo o identificación gráfica de la misma.

6.1.1 Nombre

La empresa comercializadora de materias primas para la industria del cuero de la ciudad de Cotacachi se denominará ***“Comercial Patricia”***.

6.1.2 Logotipo

El principal requisito de un logotipo consiste en que debería reflejar la posición de mercado de la empresa. El logotipo le permitirá a la empresa colocarse visualmente a lado de sus competidores y le ayudará a aparecer como el proveedor más profesional y atractivo dentro de su sector en el mercado.

GRÁFICO 6.1 LOGOTIPO



Fuente: Autora

COMERCIAL PATRICIA

6.2 IMPORTANCIA

El proyecto es de mucha importancia debido a que por medio del diagnóstico realizado se demuestra que en la provincia de Imbabura y especialmente en el cantón Cotacachi no existe la suficiente materia prima para el buen desarrollo de las labores de confección de artículos de cuero. De tal manera que al implementar el proyecto se estará logrando ser la empresa pionera en la comercialización de materias primas para los artesanos del cuero.

Con el estudio de mercado se demostró, si bien es cierto, que por el momento existe una gran demanda insatisfecha; es por eso que se ha propuesto la creación de la empresa comercializadora de materias primas en donde se beneficiaran los artesanos del cuero de Cotacachi y la provincia de Imbabura.

El estudio técnico del proyecto demostró que en la ciudad de Cotacachi existe un potencial mercado, el cual es beneficioso montar este tipo de empresas o proyectos productivos. Además de ser un proyecto económicamente factible se lo puede considerar de mucha importancia

para ampliar la estructura económica productiva del cantón y la provincia de Imbabura. Los impactos negativos que generan este tipo de proyectos no es alto o alarmante; lo que quiere decir que su implementación no estaría afectando o modificando el ambiente de la ciudad. Por estos motivos consideramos un proyecto importante para la provincia y en si para los artesanos del cuero de Cotacachi.

6.3 BENEFICIARIOS.

Al ponerse en marcha el proyecto, los principales beneficiarios serán las familias Cotacacheñas, las cuales en su mayoría se dedican a la elaboración de productos de cuero. Directamente se beneficiará los socios de asociaciones de artesanos del cuero de Cotacachi, ya que gozaran de precios exclusivos para sus labores diarias, indirectamente se beneficiaran los consumidores ya que se obtendrá productos de calidad con precios bajos.

Además se beneficiarán aquellas personas o instituciones que de una u otra forma estarán relacionados con la empresa.

6.4 MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA

6.4.1 Misión

Comercializar materias primas para la elaboración de artículos de cuero de calidad, llegando en óptimas condiciones a los consumidores finales, logrando competitividad para poder satisfacer las necesidades de los clientes, procurando un alto rendimiento que permita el crecimiento económico de la organización y por ende contribuir al desarrollo socio-económico del cantón Cotacachi.

Partiendo de los siguientes principios:

- Calidad, eficiencia y liderazgo en las entregas.
- Desarrollo integral del recurso humano.
- Trabajo en equipo.
- Mejoramiento continuo en función de los requerimientos del cliente.

6.4.2 Visión

Constituirse en 5 años en una empresa líder en la comercialización de materias primas para la elaboración de artículos de cuero, el cual permita mejorar el nivel de vida de los artesanos del cuero del cantón Cotacachi. ofreciendo materias primas de la más alta calidad a través del mejoramiento continuo, la innovación en los procesos y la preservación del medio ambiente, con ética y responsabilidad, buscando siempre que el cliente este satisfecho con el producto.

6.5 POLÍTICAS DE LA EMPRESA

- La principal prioridad de la empresa es el cliente.
- La atención al cliente debe ser oportuna para no incomodar al cliente.
- Realizar reuniones con los empleados para evaluar su desempeño y conocer sus necesidades.
- Evaluar los aspectos financieros y corregir los posibles problemas.
- Brindar la información necesaria que requiera el cliente.
- Realizar los respectivos descuentos por pronto pago.

6.6 PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS

- Se trabajará con ética y responsabilidad.
- Cultura centrada en un profundo conocimiento del consumidor final.
- Todos los procesos se realizarán con honestidad tanto en lo económico, técnico, y legal.

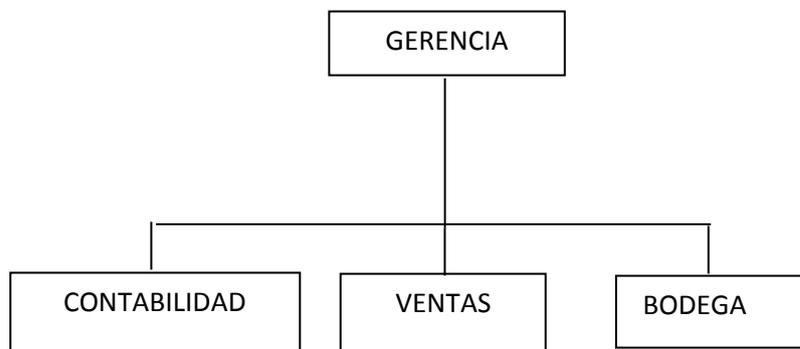
- Entre una de nuestras prioridades es brindar un producto de calidad.
- Compromiso con la organización para mantenerla estable dentro del mercado.
- Mantener una responsabilidad social con el cantón Cotacachi.
- **Orientación al logro de resultados**, actuar permanentemente en función de alcanzar y superar los resultados esperados, determinando e implementando las acciones necesarias y superando las situaciones adversas.

6.7 ESTRUCTURA ORGÁNICA

El modelo organizacional propuesto para la empresa corresponde a la de tipo estructural vertical, esta figura es usada principalmente por pequeñas empresas.

Conforme crezca la microempresa se deberá ampliar la estructura de puestos, acorde a las necesidades, pero siempre bajo el criterio de optimizar el recurso humano.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



6.8 ESTRUCTURA FUNCIONAL

Para el buen funcionamiento de la empresa se contará con el número total de 3 personas que se encargarán de realizar las diferentes funciones que se detalla a continuación.

6.8.1 NIVEL EJECUTIVO

Gerente

El gerente es la máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la empresa, será designado por la junta general de accionistas y ejercerá sus funciones por el periodo de tres años, pudiendo ser reelegido. Será responsable de la administración de la compañía, determinará las estrategias, organizará el trabajo, administrará al personal, implantará sistemas: de motivación, de información, de decisiones, de control. Jerárquicamente dependerá de la junta general de socios.

Requisitos

- Los postulantes deberán contar con estudios superiores de administración de empresas, contabilidad, o marketing.
- Que sea responsable y tenga afán de liderar todas las relaciones que se le designen.
- Capacidad de negociación y convencimiento su experiencia en este caso de será de extrema importancia.
- Disponibilidad de tiempo completo e inmediato.

Funciones

- Representar legalmente a la empresa.

- Elaborar y presentar informes periódicos de todas las actividades realizadas por la empresa.
- Administrar, dirigir, planificar y controlar el adecuado funcionamiento de la empresa.
- Relacionarse con los distribuidores de materia prima base, comerciantes y empleados en general que estén a su mando.
- Determinar sueldos y salarios del personal.
- Supervisar el cumplimiento del trabajo.
- Coordinar y participar en todos los procesos.
- Tomar decisiones en todas las áreas de su competencia.
- Determinar las cantidades necesarias para la adquisición de materiales, costos de producción y ventas.

6.8.2 NIVEL APOYO

Contador (a)

Requisitos

- Estudios en contabilidad superior.
- Conocimientos de contabilidad.
- Experiencia en el manejo contable.

Perfil de los aspirantes

- Poseer un buen don de servicio para con los demás.
- Amplio espíritu de trabajo en equipo.
- Dinámica creativa.

Funciones

- Entregar informes contables mensualmente, anualmente o cuando el gerente lo requiera.
- Asumir el control de la documentación y custodia de archivo.
- Atender el pago de remuneraciones, servicios, bienes y otros gastos legalmente autorizados.
- Cumplir con las disposiciones legales, políticas y normas técnicas a las que la microempresa esté sujeta.
- Programar, organizar, ejecutar y controlar las actividades contables.
- Mantener de forma ordenada el archivo de contabilidad.
- Otras funciones que se le encomiende.
- Llevar la contabilidad en forma moderna y eficaz.

6.8.3 NIVEL OPERATIVO

1 Vendedor y 1 bodeguero (a)

Requisitos del cargo

- Estudios superiores en marketing o administración.
- Actitud de trabajo en equipo.
- Poseer buenas relaciones humanas y de atención al cliente.
- Tener facilidad de palabra y don de conocimiento.

Funciones

- Planificar, organizar y ejecutar el programa de ventas.
- Elaborar informes de todas las ventas realizadas y presentar al gerente.
- Eficiente en la atención al cliente.

- Trato directo y personal con los clientes.
- Llevar un adecuado sistema y control de ventas.
- Responsable de las áreas de control de calidad y ventas.
- Realizar contactos permanentes con los diferentes clientes.
- Buscar mercados alternativos tendientes a buscar los mejores precios.
- Responsable de conocer y aplicar las normas de comercialización.
- Tener un inventario de productos para la venta.
- Ubicar al producto en el mercado y promocionar el público una buena imagen del producto.
- Supervisar que las entregas se den en forma oportuna a los clientes.

6.9 ASPECTO LEGAL

Denominación Social

La empresa se registrará como un establecimiento de prestación de servicios comerciales denominada “**Comercial Patricia**”, acompañado de las palabras Compañía Limitada y será conformada por el aporte en efectivo de cinco socios.

Acta de Constitución

Se realizará la minuta de escritura que es el documento redactado por un abogado en el que se establece el acuerdo social y se designa al representante legal y los derechos y obligaciones que adquiere cada socio con la empresa.

Ente Jurídico

Se establecerá como compañía de responsabilidad limitada.

Comparecientes y Declaración de Voluntad

Se detalla los datos personales de los cinco socios que conformarán la compañía y declaran su voluntad propia de ser parte de la compañía, asumiendo la responsabilidad y sujetándose al control de la Superintendencia de Compañías.

Objeto

La empresa “**COMERCIAL PATRICIA**”, tiene como objeto ofertar materias primas para la industria del cuero ubicadas en la ciudad y cantón Cotacachi.

Obligación social

Los socios tienen como obligación aportar individualmente un valor de \$3.304 que entre los cinco da la inversión total de \$16519 USD.

El plazo

La duración del contrato social de la compañía es de treinta años, a contarse desde la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de accionistas, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La empresa podrá disolverse antes, si así lo resolviere la junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

Domicilio

El domicilio principal de la empresa es la calle 10 de Agosto y González Suárez de la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura.

Para finalizar el proceso de constitución se realiza la inscripción en el Registro Mercantil, luego de la aprobación y autorización del superintendente y se procederá a inscribir legalmente a la empresa.

6.10 REQUISITOS PARA SU FUNCIONAMIENTO

Para el correcto funcionamiento la Empresa “**COMERCIAL PATRICIA**”, debe cumplir con ciertos requisitos como son:

6.10.1 Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Los requisitos para obtener el RUC bajo el control de la Intendencia de Compañías son:

- a)** Llenar los formularios RUC 01A, corresponde a la inscripción y actualización de la información del RUC y RUC 01B, que corresponde a la inscripción y actualización de los establecimientos de las sociedades.
- b)** Original o copia certificada del documento de constitución o domiciliación, debidamente legalizado por el organismo de control respectivo e inscrito en el Registro Mercantil y entregar una copia simple del mismo.
- c)** Original o copia certificada del nombramiento vigente del representante legal inscrito en el Registro Mercantil y entregar una copia simple.
- d)** Cédula y papeleta de votación del representante legal.
- e)** Original y copia de las tres hojas de los datos generales del registro de sociedades emitidas por la Superintendencia de Compañías.

- f) Original y copia de un documento que acredite la dirección donde realice la actividad económica. (Factura de agua, luz o teléfono).
- g) El pago del impuesto de patente municipal.
- h) Nombres y apellidos completos y número de RUC del contador.

6.10.2 Obtención de la Patente Municipal

Para obtener la patente municipal para sociedades se necesita los siguientes requisitos:

- a) Formulario de declaración de patrimonio;
- b) Copia de la cédula de identidad y certificado de votación, del representante legal;
- c) Copia del RUC
- d) Copia del acta de constitución.

El formulario de declaración de patrimonio será adquirido en la tesorería municipal en el valor de USD 2.00, y será llenado por el interesado con los siguientes datos:

- a) Nombres y apellidos completos del sujeto pasivo o razón social;
- b) Número de cedula de ciudadanía o pasaporte;
- c) Número de RUC;
- d) Nacionalidad;
- e) Dirección del domicilio y del establecimiento;
- f) Tipo de actividad económica a la que se dedica;
- g) Monto del capital con el que opera el establecimiento
- h) Indicación si el local es propio, arrendado o anticresis; y
- i) Fecha de iniciación de la actividad;
- j) Informe si lleva o no contabilidad; y,
- k) Firma del sujeto pasivo o de su representante legal.

Una vez obtenida la patente, todas las personas estarán en la obligación de exhibir la patente en un lugar visible del establecimiento o local.

6.10.3 Obtención del Permiso del Cuerpo de Bomberos

Los requisitos para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos son:

- a) Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos.
- b) Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- c) Copia del RUC.
- d) Copia de la patente municipal.

6.10.4 Obtención del permiso de salud pública

Para obtener el permiso de salud pública se necesita lo siguiente:

- a) Solicitud por escrito al Director de Salud Provincial de Imbabura, solicitando la inspección para la apertura del establecimiento.
- b) Ficha de inspección.
- c) Permiso del Cuerpo de Bomberos y patente municipal.
- d) Copia del RUC.
- e) Certificados de salud de todos los empleados (original y copia).
- f) Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.

6.10.5 Trámites para el IESS

A continuación se presentan los requisitos que debe cumplir el empleador para la afiliación pertinente al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Requisito empleador

- Copia del RUC
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia del certificado de votación.
- Copia de planilla de servicios básicos actualizada.

Una vez que el patrono haya abierto el historial laboral de su actividad económica en el IESS, es obligación del mismo afiliar a sus trabajadores desde el primer día que empiezan a desempeñar las funciones laborales a ellos encomendadas.

Requisitos de afiliación para trabajadores

- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Copia del certificado de votación.
- Algún tipo de documento donde se identifique dirección, teléfono del trabajador.

Estos requisitos son indispensables para que la actividad económica funcione sin ningún impedimento y según lo que dispone la ley.

CAPÍTULO VII

7 ANÁLISIS DE IMPACTOS

En el desarrollo de la presente investigación se puede determinar diferentes impactos los cuales pueden ser positivos o negativos, de presentarse estos últimos se evaluarán opciones que permitan contrarrestarlas.

De igual forma se evaluarán factores cualitativos y cuantitativos sobre los impactos; social, económico y ambiental mismos que se generarán con la implantación de la distribuidora y comercializadora de materias primas para la industria del cuero en el cantón Cotacachi.

El análisis de impactos se hará en base a una matriz establecida de la siguiente manera: el eje horizontal estará representando por los niveles de impacto y en el eje vertical por indicadores relevantes.

CUADRO Nº 7.1
NIVELACIÓN DE IMPACTOS

CUALIDADES	NIVELACIÓN
Alto	3(+,-)
Medio	2(+,-)
Bajo	1(+,-)
Indiferente	0

ELABORACIÓN: La Autora

7.1. IMPACTO SOCIAL

**CUADRO N° 7.2
IMPACTO SOCIAL**

INDICADORES \ NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo • Mejor la calidad de vida • Desarrollo de actividades comerciales • Satisfacción del cliente • Solución a la migración y delincuencia 						x	x
TOTAL						6	6

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{\sum}{n} = \frac{12}{6} = 2$$

Nivel de impacto social = Medio positivo

7.1.1 Análisis

El impacto social se enfoca principalmente a la generación de fuentes de empleo con lo cual se pretende mejorar el nivel de vida al igual que reducir la delincuencia y migración de sus habitantes, generando estabilidad económica y laboral a través del pago de un salario digno que cuente con todos los beneficios de ley.

De igual forma se ofrecerá productos que permitan lograr una plena satisfacción de los clientes al ofrecer productos de calidad.

7.2 IMPACTO ECONÓMICO

**CUADRO N° 7.3
IMPACTO ECONÓMICO**

INDICADORES \ NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
<ul style="list-style-type: none"> • Generación de rentabilidad. • Bajos costos operativos. • Incremento de la competitividad. • Reinversión de capitales. 						x	x
Total						2	9

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{\sum}{n} = \frac{11}{4} = 2.25$$

Nivel de impacto económico = Medio positivo

7.2.1 Análisis

El impacto económico que genera al aplicar el proyecto básicamente se enfoca en la generación de utilidades ya que se ha establecido índices adecuados de rentabilidad, tomando en cuenta sus bajos costos operativos.

A su vez generará un alto grado de competitividad tomando en cuenta su visión de posicionamiento en el mercado, y de esta forma incrementar sus márgenes de utilidad apalancándose en una reinversión de capitales.

7.3 IMPACTO AMBIENTAL

**CUADRO N° 7.4
IMPACTO AMBIENTAL**

INDICADORES \ NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
<ul style="list-style-type: none"> • Generación mínima de desechos y manejo adecuado de los mismos. • Creación de espacios amplios para almacenamiento adecuado de materiales. • Capacitaciones al personal para el manejo de materiales. • Capacitación en seguridad ambiental. 						X	X
Total						4	6

$$\text{Nivel de impacto empresarial} = \frac{\sum}{n} = \frac{10}{4} = 2,5$$

Nivel de impacto Ambiental = Medio positivo

7.3.1 Análisis

La implantación del proyecto se enfoca en la no generación de impactos negativos sobre el medio ambiente, para lo cual se plantea: generación mínima de desechos y manejo adecuado de los mismos a través de la venta como material reciclable (cuero), así como la creación de espacios amplios para almacenamiento adecuado de los materiales evitando malos olores y uso excesivo de luz y otros, para lo cual se capacitará al personal en temas de seguridad industrial.

7.4 IMPACTO GENERAL

**CUADRO N° 7.5
IMPACTO GENERAL**

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
• Social							X
• Económico							x
• Ambiental						x	
Total						2	6

$$\text{Nivel de impacto general} = \frac{\sum}{n} = \frac{8}{3} = 2,67$$

Nivel de impacto general = Medio positivo

7.4.1 Análisis

Posterior al análisis realizado se puede observar que el impacto general que tendrá el proyecto con la creación de la distribuidora será medio positivo, lo cual indica que la investigación tendrá una incidencia favorable en la sociedad, en la economía, y en el medio ambiente de forma positiva contribuyendo así al desarrollo del sector productivo del cantón.

CONCLUSIONES

- La población no cuenta con un abastecimiento adecuado de materias primas, lo cual genera una oportunidad para la implementación de la distribuidora.
- Existe una tendencia de incrementar la venta de artículos de cuero, lo cual genera una necesidad de aumentar la producción de los mismos y por ende mayor demanda de materias primas para su elaboración.
- En el estudio económico-financiero se ha evaluado el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Costo – Beneficio y Punto de Equilibrio obteniendo índices financieros positivos, los cuales garantizan rentabilidad y un óptimo tiempo de recuperación de la inversión.
- La creación de la distribuidora genera impactos de nivel medio positivo: económicos, sociales y ambientales los cuales califican al proyecto aceptable considerando su aporte en el desarrollo del cantón, habitantes y medio ambiente.
- La proyección de crecimiento económico en el cantón Cotacachi está impulsada por la producción y comercio de artículos de cuero, los cuales en los últimos años han ido incrementándose tanto a nivel local como nacional.

RECOMENDACIONES

- Poner en práctica el proyecto, en vista que se ha determinado la demanda necesaria para la comercialización de los diferentes materiales.
- Actualizar de forma permanente las variedades y calidades de materias primas, las cuales estén en línea con la moda y gustos de los clientes que compran los diversos artículos.
- Establecer estrategias y políticas adecuadas de compras y ventas que permitan mantener los niveles de rentabilidad.
- El proyecto presenta propuestas positivas, evaluado desde el punto de vista financiero, económico, social y ambiental lo cual hace factible su ejecución y desarrollo.
- Cotacachi es un cantón turístico, lo cual le ha permitido hacerse conocer a nivel nacional principalmente por las variedades de artículos de cuero producidas por sus habitantes, esto impulsa de forma permanente su crecimiento y potencial económico.

BIBLIOGRAFÍA

- BERNAL, César Augusto (2006), Metodología de la Investigación, Segunda Edición, Editorial Pearson Prentice Hall, Naucalpan-Estado de México.
- ROJAS, Anzola Sérvulo (2010), Administración de Empresas, Editor McGraw Hill, Quito-Ecuador.
- PRIETO HERRERA, Jorge Eliecer (2009), Investigación de Mercados, Editorial Ecoe Ediciones, Quito – Ecuador.
- CÓRDOVA PADILLA, Marcial (2011), Formulación y Evaluación de Proyectos, Editorial Ecoe Ediciones, Colombia.
- BRAVO VALDIVIESO, Mercedes (2008), Contabilidad General, Editorial, Escobar, Quito.
- SAPAG CHAIN, Nassir y Reinaldo (2008), Preparación y Evaluación de Proyectos, Editorial McGraw Hill.
- GALINDO, Carlos (2008); Manual para la creación de empresas, Tercera Edición, Editorial Kimpres, Bogotá – Colombia.
- VILLALBA, Carlos (2009), Metodología de la Investigación Científica, Sur Editores, Quito – Ecuador.
- KOTLER, Philip, BLOOM Paul y HAYES Thomas (2008), Marketing de Servicios Profesionales, Primera Edición, Ediciones Paidós Ibérica S.A

LINCOGRAFÍA

- <http://www.camaradeartesanoscotacachi.gov.ec>
- <http://deconceptos.com/general/cuero>
- <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptosDeIngresosGastosCostosUtilidadRentabilidadPerdida>
- www.asamblea.cotacachi.org
- <http://www.bce.fin.ec>
- www.collonil.com/es/magazine/info/view/info
- vototransparente.ec/apps/elecciones.014/images/planes_trabajo/IMBABURA/ALCALDES MUNICIPALES/COTACACHI/LISTAS 35/LISTAS 35.pdf
- <http://www.industrias.gob.ec/sector-manufacturero-industrial-aporta-al-crecimiento-economico-del-pais>
- <http://www.revistalideres.ec/informe/semanal/Ecuador-BCE>
- [G.A.D municipal Santa Ana de Cotacachi](#)
- [INEC.Censo de Población y Vivienda CPV 2010](#)

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROYECTO:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE MATERIAS PRIMAS PARA LA
INDUSTRIA DEL CUERO DE LA CIUDAD DE COTACACHI.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE ARTÍCULOS DE CUERO
EN LA CIUDAD DE COTACACHI

OBJETIVO

Identificar la demanda de materias primas para la industria del cuero de la ciudad de Cotacachi y determinar qué tipos de materiales son los más demandados por los clientes potenciales.

INSTRUCCIONES

- Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla
- La encuesta es anónima para garantizar la veracidad de las respuestas
- Marque con una X en el paréntesis según corresponda su criterio.

DEMANDA DEL PRODUCTO:

1.- ¿Qué tipo de artículos de cuero son más producidos por usted?

- Chompas ()
- Carteras ()
- Calzado ()
- Correas ()

2.- ¿Qué tipos de materias primas utiliza en mayor cantidad?

- a) Cuero queen cartera ()
- b) Cuero de napa chompas ()
- c) Cierre ()
- d) Rusela ()
- e) hilo ()

3.- ¿Cada qué tiempo realiza la compra de estos productos?

- a) Semanal ()
- b) Quincenal ()
- c) Mensual ()

4.- ¿Qué cantidades compra de los siguientes materiales?

Cuero

- a) Decímetros de 100 a 200 ()
- b) Decímetros de 201 a 300 ()
- c) Decímetros de 301 a 600 ()
- d) Más de 600 decímetros ()

Rusela

- e) Metros de 1 a 10 ()
- f) Metros de 11 a 30 ()
- g) Metros de 31 a 60 ()
- h) Metros más de 60 ()

Cierres

- e) Metros de 1 a 10 ()
- f) Metros de 11 a 30 ()
- g) Metros de 31 a 60 ()
- h) Metros más de 60 ()

Tubos Hilo

- e) Tubos de 1 a 2 ()
- f) Tubos de 2 a 3 ()
- g) Tubos de 3 a 4 ()
- h) Tubos más de 4 ()

5.- ¿Actualmente existe facilidad para realizar la compra de materias primas?

SI () NO ()

6.- ¿Dónde realiza las compras?

Intermediarios () Fabrica () Locales de la ciudad ()

7.- Sus compras las realiza de contado o crédito?

Contado ()

Crédito ()

1 mes () 2 meses () 3 meses ()

8.- ¿Qué meses son los que usted más vende sus productos?

Enero () Julio ()

Febrero () Agosto ()

Marzo () Septiembre ()

Abril () Octubre ()

Mayo () Noviembre ()

Junio () Diciembre ()

9.- ¿Cree usted que la creación de una distribuidora de materias primas sería importante en Cotacachi?

SI () NO ()

DATOS TÉCNICOS

- Edad:
- Nivel educativo:
- Género:
- Actividad u ocupación

Observaciones:

.....
.....

Encuestador(a):

Fecha:

Gracias por su colaboración



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROYECTO:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE MATERIAS PRIMAS PARA LA
INDUSTRIA DEL CUERO DE LA CIUDAD DE COTACACHI.

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS REPRESENTANTES DE LAS
ASOCIACIONES DE PRODUCTORES DE ARTICULOS DE CUERO DE LA
CIUDAD DE COTACACHI

I. DATOS INFORMATIVOS:

Entrevistado:.....

Lugar:.....

Fecha:.....

II. CUESTIONARIO:

1 ¿En los últimos años usted cree que la industria del cuero en Cotacachi ha crecido?

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

2 ¿Qué tipo de materiales son los que más demanda este sector productivo?

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

3 ¿Cuáles son los meses más altos en ventas?

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

4 ¿Cree usted que nuestros productores y artesanos tienen problemas en el abastecimiento de materias primas?

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

5.- ¿Los proveedores actuales son nacionales o extranjeros?

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

6.-¿Las ventas de estos materiales en su mayoría son de contado o a crédito?

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

7.- ¿Existe alguna asociación de vendedores de esos tipos de materiales en el Cantón?

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

8.-¿ Ustedes como asociación tienen alguna alianza con empresas que vendan este tipo de materiales ?

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

9.-¿ Considera que la mayoría de las personas que se dedican a esta industria están afiliados o no y por qué?

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

Gracias por su colaboración



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROYECTO:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE MATERIAS PRIMAS PARA LA
INDUSTRIA DEL CUERO DE LA CIUDAD DE COTACACHI.

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS VENEDORES DE MATERIAS
PRIMAS PARA LA INDUSTRIA DE CUERO .**

I. DATOS INFORMATIVOS:

Entrevistado:.....

Lugar:.....

Fecha:.....

II. CUESTIONARIO:

f) **Qué tipo de materias primas son las más solicitadas por los
productores de Cotacachi.?**

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

g) **Trabaja bajo pedido o mantiene una stock con variedad de
materiales?**

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

h) Utiliza algún medio de comunicación para la venta de sus productos?

.....
.....

i) Sus ventas las realiza de contado o a crédito? Y por qué

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

j) Quien le provee de las materias primas que usted comercializa?

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

k) Qué tipo de materiales le han solicitado y usted no ha podido vender a sus clientes y por qué?

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

l) Cree que tiene competencia?

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

m) Las ventas las realiza permanente o solo por temporadas y qué tipo de materiales?

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

n) Tiene local, si no por qué?

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

o) Cree usted que la demanda para estos materiales se han ido incrementando y en qué nivel aproximadamente?

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

Gracias por su colaboración