INSTITUTO TECNOLOGICO
"CORDILLERA"

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

# FOMENTAR EL TURISMO MEDIANTE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE CUERO, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Proyecto de Investigación Previo a la Obtención del Título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera.

Autor (a): Karina Noemy Noboa Silva

Tutor (a): Ing. Pamela Hidalgo

Quito, Abril 2014

DECLARACIÓN DE APROBACIÓN TUTOR Y LECTOR

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

_____

Karina Noemy Noboa Silva

CC 172686868-8

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Karina Noemy Noboa Silva alumna de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

_____

CC 172686868-8

## CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Noboa Silva Karina Noemy,** por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.- a)** El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Bancaria y Financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Administrador de Banca y Finanzas, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **"FOMENTAR EL TURISMO MEDIANTE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE CUERO, UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO"**, el cual incluye el estudio de mercado y la factibilidad económica para la implementación de la microempresa y la aceptación en el mercado de los productos. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminando es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.-** El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTÍA.-** La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

**QUINTA: PLAZO.-** La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.-** Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses. En aceptación firman a los 25 días del mes de Abril del dos mil catorce.

| | |
|---|---|
| f) _____ | f) _____ |
| C.C. Nº 172686868-8 | Instituto Superior Tecnológico Cordillera |
| **CEDENTE** | **CESIONARIO** |

## AGRADECIMIENTO

Gracias a la Ing. Pamela Hidalgo, por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre en favor de la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrifico voy a culminar.

Gracias a todo el personal docente, mis queridos maestros que al fin verán los frutos de sus enseñanzas.

**DEDICATORIA**

Primeramente a Dios porque sin su voluntad nada es posible.

A los seres más importantes de mi vida, mis padres y hermano Edmundo, Laura y Johnny que con su ejemplo de dignidad trabajo, comprensión y amor y sobre todo apoyo me motivaron a culminar mi carrera.

Para ellos con todo mi corazón y amor va este proyecto.

# ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE APROBACIÓN TUTOR Y LECTOR……..i
DECALARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE……..ii
CECIÓN DE DERECHOS…….iii
AGRADECIMIENTO……vi
DEDICATORIA…….vii
ÍNDICE GENERAL……..viii
ÍNDICE DE TABLAS……...xiv
ÍNDICE DE FIGURAS……xvii
CAPÍTULO I……1
1.- INTRODUCCIÓN……..1
1.1 Justificación……3
1.2 Antecedentes……...4
CAPÍTULO II……...8
2.- ANÁLISIS SITUACIONAL……...8
2.1 AMBIENTE EXTERNO……8
2.1.1 Factor Económico……8
2.1.1.1 P.I.B (Producto Interno Bruto)……8
2.1.1.2 Inflación……..10
2.1.1.3 Tasa Activa……11
2.1.1.4 Tasa Pasiva……12
2.1.1.5 Riesgo País……13
2.1.2 Factor Social……..14
2.1.2.1 Índice de Pobreza en el Ecuador……14
2.1.2.2 Tasa de Desempleo……15
2.1.2.3 P.E.A (Población Económicamente Activa)……..16
2.1.2.4 Emprendimiento……17

2.1.2.5 Canasta Familiar……18
2.1.3 Factor Legal……...19
2.1.3.1 Ruc……..19
2.1.3.2 Calificación Artesanal……20
2.1.4 Factor Tecnológico……20
2.2 ENTORNO LOCAL……21
2.2.1 Clientes……..21
2.2.1.2 Clientes Potenciales 1……21
2.2.1.3 Clientes Potenciales 2……21
2.2.2 Proveedores……...24
2.2.3 Competidores……26
2.2.3.1 Competencia Directa……..26
2.2.3.2 Competencia Indirecta……27
2.3 ANÁLISIS INTERNO……28
2.3.1 Propuesta Estratégica……28
2.3.1.1 Misión……30
2.3.1.2 Visión……30
2.3.1.3 Objetivos……30
2.3.1.3.1 Objetivo General……30
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos……..30
2.3.1.4 Principios y/o valores……31
2.3.2 Gestión Administrativa……..32
2.3.2.1 Organigrama……...32
2.3.2.2 Dirección General RRHH……...33
2.3.2.3 Organización Interna y Emprendedora……...33
2.3.2.4 Infraestructura y Ambiente……33
2.3.2.5 Manual de Funciones……..34
2.3.2.6 Funciones de Cargo……34
2.3.2.6.1 Gerente General……...34

2.3.2.6.2 Cajero……..35
2.3.2.6.3 Vendedor…….35
2.3.2.6.4 Jefe de ventas……...35
2.3.2.6.5 Operario 1……35
2.3.2.6.6 Operario 2……35
2.3.2.7 Políticas de Reclutamiento y Selección……..36
2.3.2.7.1 Proceso de Reclutamiento y Selección……36
2.3.2.7.2 Flujograma……...37
2.3.2.7.3 Simbología……...37
2.3.2.7.4 Flujograma RRHH……...38
2.3.3 Gestión Operativa……..40
2.3.3.1 Políticas Operativas……40
2.3.3.2 Flujograma Operativo……41
2.3.4 Gestión Comercial……42
2.3.4.1 Política de Gestión Comercial……42
2.3.4.2 Producto……..43
2.3.4.3 Precio……..44
2.3.4.4 Plaza……...44
2.3.4.5 Publicidad……...44
2.3.4.6 Nombre de la Microempresa……..45
2.3.4.7 Slogan de la Microempresa……45
2.3.4.8 Logotipo……45
2.3.4.9 Tríptico……...45
2.4 ANÁLISIS FODA……46
2.4.1 Estrategias……..47
CAPÍTULO III…….……..48
3.-ESTUDIO DE MERCADO…….……..48
3.1 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR……..……48
3.1.1 Determinación de la Población y de la muestra……48

3.1.1.2 Muestra……...48
3.1.2 Técnicas de Obtención de Información…….49
3.1.2.1 Entrevista……50
3.1.2.2 Observación……50
3.1.2.3 El Cuestionario……...50
3.1.2.4 Observación de Campo……...51
3.1.2.5 Encuesta……..51
3.1.2.6 Formato de la Encuesta……..51
3.1.3 Análisis de la Información……53
3.1.3.1 Tabulación de la Encuesta……..53
3.2 OFERTA……...63
3.2.1 Oferta Histórica……63
3.2.2 Oferta Actual……63
3.2.3 Oferta Proyectada……..64
3.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS……64
3.3.1 Oferta Histórica……64
3.3.2 Oferta Actual……65
3.3.3 Oferta Proyectada……..65
3.4 DEMANDA……..66
3.4.1 Demanda Histórica……66
3.4.2 Demanda Actual……66
3.4.3 Demanda Proyectada……66
3.5 BALANCE OFERTA-DEMANDA……67
3.5.1 Balance Actual……...67
3.5.2 Balance Proyectado……...67
CAPÍTULO IV…….……68
4.- ESTUDIO TÉCNICO……...68
4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO……..…68
4.1.1 Capacidad Instalada……...68

4.1.2 Capacidad Óptima……69
4.2 LOCALIZACIÓN……70
4.2.1 Macro-localización……70
4.2.2 Micro-localización……71
4.2.3 Localización Óptima……73
4.2.4 Matriz de Localización……..74
4.3 INGENIERÍA DEL PRODUCTO……..……..74
4.3.1 Definición del B y S……..74
4.3.2 Distribución de la Planta……...…75
4.3.3 Matriz Cruzada……..…78
4.3.4 Códigos de Cercanía……..…78
4.3.5 Matriz Triangular…….…..…79
4.4 Proceso Productivo…….…….....….79
4.4.1 Flujograma de Producción……80
4.5 Maquinaria y Equipos……...81
CAPÍTULO V……82
5.- ESTUDIO FINANCIERO……82
5.1 Ingresos Operacionales……82
5.2 COSTOS……...83
5.2.1 Costo directo…….….83
5.2.2 Costo Indirecto……..85
5.2.3 Gastos Administrativos……86
5.2.4 Costo de Ventas……87
5.2.5 Costos Financieros……87
5.2.6 Costos Fijos y Variables……88
5.2.1.1 INVERSIONES……..90
5.2.1.1.1 Inversión Fija……...90
5.2.1.1.2 Activos Fijos……90
5.2.1.1.3 Activos Nominales (Diferidos)……92

5.2.1.1.4 Capital de Trabajo……...92
5.2.1.1.5 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos…….…..93
5.2.1.1.6 Amortización de Financiamiento……94
5.2.1.1.7 Depreciación……96
5.2.1.1.8 Estado de Situación Inicial…….….96
5.2.1.1.9 Estado de Resultados Proyectado ( 5 años)…….…98
5.2.1.2.0 Flujo de Caja……99
5.3 EVALUACIÓN……..100
5.3.1 Tasa de Descuento……...100
5.3.2 VAN……100
5.3.3 TIR……...101
5.3.4 PRI…….……..101
5.3.5 RCB (Relación Costo Beneficio)……103
5.3.6 Punto de Equilibrio…….……103
5.3.7 Análisis de Índices Financieros……...105
5.3.7.1 ROE……..105
5.3.7.2 ROA…….……105
CAPÍTULO VI…….……107
6.- ANÁLISIS DE IMPACTOS…….…..107
6.1 Impacto Ambiental……107
6.2 Impacto Económico……107
6.3 Impacto Productivo……108
6.4 Impacto Social……108
CAPÍTULO VII……109
7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES…….….109
7.1 Conclusiones……...109
7.2 –Recomendaciones……110
8.- ANEXOS……111

# ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: PIB……..9
Tabla 2: Inflación……...10
Tabla 3: Tasa Activa…….……..11
Tabla 4: Tasa Pasiva…….……..12
Tabla 5: Riesgo País……...13
Tabla 6: Índice de Pobreza en el Ecuador……..14
Tabla 7: Tasa de desempleo……...15
Tabla 8: PEA……..16
Tabla 9: Clientes Potenciales 1……...21
Tabla 10: Clientes Potenciales 2…….23
Tabla 11: Proveedores……24
Tabla 12: Competencia Directa……..26
Tabla 13: Competencia Indirecta……27
Tabla 14: Precio……..44
Tabla 15: FODA…….46
Tabla 16: Estrategias……..47
Tabla 17: Encuesta Pregunta No. 1……53
Tabla 18: Encuesta Pregunta No. 2……54
Tabla 19: Encuesta Pregunta No. 3……55
Tabla 20: Encuesta Pregunta No. 4 ……...56
Tabla 21: Encuesta Pregunta No. 5……57
Tabla 22: Encuesta Pregunta No. 6……58
Tabla 23: Encuesta Pregunta No. 7……59
Tabla 24: Encuesta Pregunta No. 8……60
Tabla 25: Encuesta Pregunta No. 9……...60
Tabla 26: Oferta Histórica……..63
Tabla 27: Oferta Actual……..64

Tabla 28: Oferta Proyectada……...64
Tabla 29: Oferta Histórica (Productos Sustitutos)……..65
Tabla 30: Oferta Actual (Productos Sustitutos)……..65
Tabla 31: Oferta Proyectada (Productos Sustitutos)……..65
Tabla 32: Demanda Histórica……66
Tabla 33: Demanda Actual……66
Tabla 34: Demanda Proyectada……..67
Tabla 35: Balance Actual……...67
Tabla 36: Balance Proyectado……67
Tabla 37: Capacidad Instalada……69
Tabla 38: Capacidad Óptima……..70
Tabla 39: Macro-localización……70
Tabla 40: Matriz de Localización……...74
Tabla 41: Distribución de la Planta……75
Tabla 42: Matriz Cruzada……...78
Tabla 43: Códigos de Cercanía……...78
Tabla 44: Proceso Productivo……79
Tabla 45: Maquinaria y Equipo……..81
Tabla 46: Ingresos Operacionales……..82
Tabla 47: Proyección de Ingresos Operacionales……...83
Tabla 48: Materia Prima Directa……84
Tabla 49: Mano de Obra Directa……84
Tabla 50: Costo Directo……..84
Tabla 51: Materia Prima Indirecta……..85
Tabla 52: Mano de Obra Indirecta……..85
Tabla 53: Costos Indirectos……85
Tabla 54: Gastos Administrativos……..86
Tabla 55: Costo de Ventas……..87
Tabla 56: Costos Financieros……88

Tabla 57: Costos Fijos y Variables……89
Tabla 58: Inversión Fija……..90
Tabla 59: Activos Fijos……..91
Tabla 60: Activos Nominales……92
Tabla 61: Capital de Trabajo……92
Tabla 62: Fuente de Financiamiento y uso de Fondos……93
Tabla 63: Amortización de Intereses……..94
Tabla 64: Depreciación……96
Tabla 65: Estado de Situación Financiera……..97
Tabla 66: Estado de Resultados Proyectado……98
Tabla 67: Flujo de Caja……..99
Tabla 68: Tasa de Descuento……100
Tabla 69: VAN……100
Tabla 70: TIR……101
Tabla 71: PRI……102
Tabla 72: Rol de Pagos Gerente General Anexo No. 1……116
Tabla 73: Gastos de Constitución Anexo No.1……116
Tabla 74: Rol de Pagos Vendedores Anexo No. 2……116
Tabla 75: Publicidad Anexo No. 2……117

# ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: PIB……9
Figura 2: Inflación……..10
Figura 3: Tasa Activa……11
Figura 4: Tasa Pasiva……..12
Figura 5: Riesgo País……..13
Figura 6: Índices de Pobreza en el Ecuador……...14
Figura 7: Tasa de Desempleo……15
Figura 8: PEA……16
Figura 9: Emprendimiento……..17
Figura 10: Canasta Familiar……...18
Figura 11: Clientes Potenciales 1……...22
Figura 12: Clientes Potenciales 2……...23
Figura 13: Proveedores……...25
Figura 14: Competencia Directa……26
Figura 15: Competencia Indirecta……..27
Figura 16: Organigrama……33
Figura 17: Flujograma RRHH……38
Figura 18: Flujograma Proceso de Producción……..41
Figura 19: Fotografías Artesanales……43
Figura 20: Precio……44
Figura 21: Logotipo……45
Figura 22: Tríptico……..45
Figura 23: Muestra……49
Figura 24: Encuesta Pastel No. 1……54
Figura 25: Encuesta Pastel No. 2……55
Figura 26: Encuesta Pastel No. 3……56
Figura 27: Encuesta Pastel No. 4……57

Figura 28: Encuesta Pastel No. 5……58
Figura 29: Encuesta Pastel No. 6……59
Figura 30: Encuesta Pastel No. 7……60
Figura 31: Encuesta Pastel No. 8……61
Figura 32: Encuesta Pastel No. 9……62
Figura 33: Macro-localización……...71
Figura 34: Micro-localización……72
Figura 35: Localización Óptima……..…73
Figura 36: Distribución de la Planta……...76
Figura 37: Plano de la distribución de la planta……77
Figura 38: Matriz Triangular……..79
Figura 39: Flujograma Producción……..……...80

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo de este proyecto responde a la inquietud personal, generada por la necesidad de fomentar la cultura hacia los ecuatorianos (as) y hacia el país incentivando al desarrollo de nuestro país con una actitud más emprendedora y motivando a las personas a apoyar las iniciativas artesanales enmarcadas en el aprovechamiento sostenible de los recursos hidrobiológicos del país, mediante la elaboración y comercialización de artesanías de cuero de pescado en Quito.

Dando a conocer que la piel de pescado brinda un aporte ecológico, convirtiendo un desecho en un producto de valor agregado en lo que respecta al pescado. En Ecuador esta piel sigue siendo vista como un desecho que no puede ser aprovechada en su totalidad.

Como materia prima resulta poco costosa y dando una transformación a productos de uso cotidiano como billeteras, bolsos y collares es una opción innovadora para el mercado nacional ya que son productos 100% artesanales con texturas, diseños, modelos y acabados poco convencionales que buscan un producto visualmente agradable al cliente y de textura llamativa y suave.

En los últimos años, el mercado para las artesanías producidas con cuero de especies aprovechables, provenientes de áreas de bajo manejo, han ampliado sus horizontes. Por esta razón el proyecto se ve enfocado en el desarrollo de la producción artesanal en el Ecuador incursionado en escenarios de aprovechamiento legal.

El proyecto está basado en la matriz productiva del país, el cual nos indica que en los últimos tiempos Ecuador se ha caracterizado por ser proveedora de materias primas en el mercado, al mismo tiempo de importadora de bienes y servicios de mayor valor agregado, mas no a la producción de estas materias primas en derivados finales. Debido a esta situación el gobierno está impulsando un proceso de cambio de especialización productiva de la economía que le permita al país generar mayor valor agregado a su producción, el que le permitirá superar al actual modelo de generación de riquezas, por un modelo democrático, incluyente y fundamentado en el conocimiento y capacidades de las y los ecuatorianos.

Debido a que la especie de pescado se consume abundantemente por el desarrollo de la acuicultura. La piel y los demás derivados del pescado son desechados, pero se analizado que se podría darle un uso desarrollando productos de alto valor agregado y disminuyendo la contaminación generada por estos.

Se basa firmemente en reconocer la importancia del aumento de la capacidad productiva en el proceso de desarrollo económico. Tiene una visión mucho más amplia en lo que respecta a la naturaleza, la cultura y la evolución social. (Chang, 2013-2017)

## 1.1 Justificación

En los últimos años Ecuador busca una revolución productiva a través del conocimiento y talento humano que permita al país generar mayor valor agregado a su producción basado en los recursos naturales que posee, por esta razón el presente proyecto se enfoca en fomentar la producción de artesanías realizadas en cuero de pescado además de incentivar la cultura, costumbres y tradiciones artesanales en general del Ecuador hacia el exterior.

Mediante la implementación de este proyecto se permite promover un componente de desarrollo en el turismo ecuatoriano utilizando estrategias que ayuden a valorar el arte nacional y recuperar el sentido de pertenencia.

El cuero de pescado es muy poco conocido en lo que respecta a la producción de artesanías por esta razón se quiere informar y dar a conocer los varios usos que se lo puede dar a este tipo de material.

Las artesanías de cuero de pescado contribuyen al crecimiento y desarrollo de la cultura y las artes. El estado asegura la libre circulación de mecanismo de revitalización de identidades y tradiciones así como de exposición de creaciones culturales.

El proyecto busca implementar un turismo y una producción sana, alegre, segura y solidaria que promueva la valorización y el disfrute de su uso. Además de promover la identidad ecuatoriana utilizando estrategias que ayuden acceder al mercado relacionado con las artesanías.

Se quiere recuperar el sentido de pertenencia en los ecuatorianos, esto quiere decir que las personas que han ido perdiendo interés por la cultura adquieran un producto que se sienta identificado o a gusto y gracias a esto se valore el arte nacional.

## 1.2 Antecedentes

La producción artesanal se remonta de mucho tiempo atrás entre los mayas como la elaboración de herramientas, recipientes, tallados en piedra y madera, así como la elaboración de diferentes tejidos.

Dichos trabajos se elaboran actualmente gracias a la particularidad que tienen las artesanías que han permanecido en generaciones por medio de la transmisión del aprendizaje a través de la cohesión familiar y cultural que predomina particularmente en las áreas rurales.

La historia de la artesanía no es una sucesión de inventos ni de obras únicas. En realidad, la artesanía remota del arte rupestre, cuando el hombre primitivo plasmaba en piedras y principalmente en las paredes de las cuevas o cavernas, escena de caza, animales y eran un reflejo de su vida cotidiana. En este arte primitivo se utilizaba el color que de origen animal o vegetal, el hombre tallaba con rocas, utensilios que el mismo fabricaba, para plasmar su arte en los distintos lugares que la naturaleza le daba. Hoy en alrededor del mundo todavía perduran muchas muestras de arte rupestre y son conservadas por su gran valor para la historia del hombre.

Las artesanías son manifestaciones que el hombre tenía y fueron consideradas como estéticas o artesanales y fueron materializados en objetos. Las artesanías básicamente son obras y trabajos realizados manualmente y con muy poca intervención de la máquina, habitualmente son objetos decorativos o de uso común. Al que se dedica a esta actividad se le llama artesano. Las artesanías se podemos tomarlas como producto estético y no solo por las formas los diferenciamos de los productos tecnológicos, y para eso hay que saber el trabajo de cada producto. Para muchas personas, la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte. Para otros es una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un papel destacado pero el sentido práctico del objeto elaborado.

Para muchas personas, la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte. Para otros es una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un papel destacado pero el sentido práctico del objeto elaborado es también importante. En la actualidad podemos ver la belleza de los productos de tiempos remotos, en los cuales sus creadores no los veían bellos y esto es lo que hace que podamos identificar que sea estético y artesanal. Existen varias categorías además de la belleza, existe la fealdad y el dramatismo, lo cómico y lo sublime, lo trivial y lo típico. Las artesanías son ulteriores a los objetos tecnológicos lo que significa que son derivaciones sensitivas de tecnologías y de lenguaje existentes. El hombre antes de imaginar tuvo que dominar el figurar, en otras palabras la representación gráfica de la realidad visible, que es una manera plástica de verla. Por esa razón el hombre se diferencia de los animales por razonar su sensibilidad a lo que siente, los animales también sienten pero no lo razonan.

Para estudiar el origen del artesanía y de lo estético es complejo por la falta de documentación pero podemos decir a agrandes rasgos que lo estético aparece en el Paleolítico y lo Artesanal nace en el Neolítico, la función mágica precede a la religiosa y la social puede existir una vez formadas las sociedades en el Neolítico. Viéndolo por otro lado lo funcional une lo artesanal con lo estético.

El hombre tuvo que aprender a trabajar con sus manos y a figurar para confeccionar objetos artesanales con figuras. La capacidad de sentir del hombre de sentir constituye la única posibilidad de las artes y de los diseños para diferenciarse de las ciencias, las cuales se caracterizan por la razón. Por ejemplo en Grecia apareció la representación de los dioses en sus obras, predominó el pensamiento mítico y el religioso. Todas las figuras hechas por la mano del hombre cumplen con fines tecnológicos de comunicación ya que plasma y utiliza sus pensamientos o sensaciones. Un ejemplo de este tipo de arte o artesanía es Altamira con obras mágico-comunicativas.

Este tipo de obras se concentran más en los textiles y en la cerámica, y en ellas el significado es mágico o mítico de la vida cotidiana.

Las artesanías cubrían necesidades religiosas mientras que las tecnológicas satisfacían las populares. Por ejemplo en Grecia apareció la representación de los dioses en sus obras, predominó el pensamiento mítico y el religioso. Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo coste, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad. Las artes El Arte es una forma de la conciencia social que tiene por objeto satisfacer las necesidades espirituales de los hombres haciendo uso de la materia, la imagen, el sonido, la expresión, etc. La diferencia principal entre los artistas y los científicos es que los primeros a partir de problemas universales dan respuestas muy personales mientras que los segundos a partir de problemas particulares hacen descubrimientos y postulan conceptos validos universalmente y que pueden tener aplicaciones prácticas a través de las tecnologías. Las artes constituyen, ante todo un conjunto de sistemas o procesos que surgen para satisfacer necesidades de la cultura estética. Es importante ver las artes como un proceso histórico que se desarrolla de acuerdo con un tiempo y un lugar determinado y no verlo como conceptos definitivos y absolutos. (Carlos, 2012)

El cuero es uno de los primeros materiales procesados por el ser humano desde los tiempos remotos, no solamente como fuente de recursos prácticos, sino también como portador de significados culturales, religiosos y sociales. Desde esta perspectiva histórica, el cuero está asociado a la provisión de alimentos en cuanto a la supervivencia se basaba en la casa de animales para comer su carne, y desde ahí surgía el sub-producto de la piel. De la riqueza de posibilidades que el cuero presenta como materia prima, cabe destacar su enorme versatilidad tan llena de extremos.

Un ejemplo de esto se ve en la amplia gama de usos que el cuero ofrece; desde aplicaciones tan básicas como la vestimenta y el cobijo en sociedades, hasta objetos lujosos muy de moda en sociedades modernas. Esta también se ve en la gama de valoraciones económicas, que varían de modo notable, siendo un material accesible y de bajo costo en ciertas culturas, y por otro lado presente en objetos exclusivos y costosos dentro de ciertos nichos urbanos y globales.

El cuero es uno de los materiales más útiles con que ha contado la humanidad a través de su historia. Desde el propio primitivismo hasta nuestros días somos acompañados por una segunda piel que como los buenos vinos, en vez de envejecer, embellece.

En lo referente a artesanías de cuero de pescado existe una variedad de artículos que se los puede realizar por ejemplo: carteras, billeteras, portafolios, monederos, llaveros, correas para relojes, zapatos y otros artículos.

El curtido de pieles es una actividad que ha acompañado al hombre desde tiempos inmemorables, a lo largo de la historia ha desarrollado y perfeccionado técnicas en base a la experiencia, aún hoy en día curtir pieles de pescado es una actividad difícil hasta par los más expertos curtidores. Sin embargo gracias a los conocimientos, es posible emprender esta empresa sin haber tenido experiencia previa, solo basta saber que las pieles de los peces son más sensibles al efecto de los álcalis y a las variaciones de temperatura que las pieles de los mamíferos.

(Lito, 2007)

# CAPÍTULO II

# ANÁLISIS SITUACIONAL

## 2.1 AMBIENTE EXTERNO

El ambiente externo o también llamado entorno de las organizaciones, son todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema. Este entorno a su vez está dividido en dos secciones que permiten analizar variables directas o indirectas conocidas como Microambiente y Macro ambiente; el óptimo funcionamiento de todas las empresas depende de la manera que se analicen y aprovechen estos aspectos para la supervivencia o crecimiento de toda organización. (Gestiopolis, 2012)

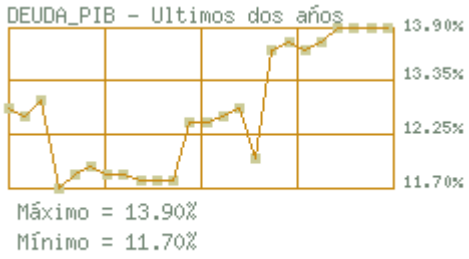
### 2.1.1 Factor Económico

Son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa. Estos recursos, por lo tanto, son necesarios para el desarrollo de las operaciones económicas, comerciales o industriales. (Mabel, 2011)

#### 2.1.1.1 P.I.B (Producto Interno Bruto)

Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. El PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. (Economía, 2011)

**Figura 1 P.I.B**




**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador.**

**Tabla 1 P.I.B**

| FECHA | VALOR |
|---|---|
| Septiembre-30-2013 | 13.90 % |
| Agosto-31-2013 | 13.90 % |
| Julio-31-2013 | 13.90 % |
| Junio-30-2013 | 13.90 % |
| Mayo-31-2013 | 13.70 % |
| Abril-30-2013 | 13.60 % |
| Marzo-31-2013 | 13.70 % |
| Febrero-28-2013 | 13.60 % |
| Enero-31-2013 | 12.10 % |
| Diciembre-31-2012 | 12.80 % |
| Noviembre-30-2012 | 12.70 % |
| Octubre-31-2012 | 12.60 % |
| Septiembre-30-2012 | 12.60 % |
| Agosto-31-2012 | 11.80 % |
| Julio-31-2012 | 11.80 % |
| Junio-30-2012 | 11.80 % |
| Mayo-31-2012 | 11.90 % |
| Abril-30-2012 | 11.90 % |
| Marzo-31-2012 | 12.00 % |
| Febrero-29-2012 | 11.90 % |
| Enero-31-2012 | 11.70 % |
| Diciembre-31-2011 | 12.90 % |
| Noviembre-30-2011 | 12.70 % |
| Octubre-31-2011 | 12.80 % |

**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador.**

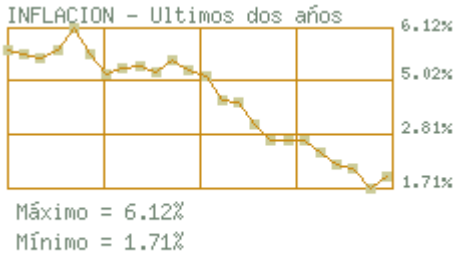
Análisis:

El P.I.B en el Ecuador ha aumentado un 1.3% en comparación al año 2012 que alcanzó el 12.60%, en lo que respecta al valor en producción de bienes y servicios en general lo que representa un impacto alto debido a que el sector artesanal experimenta un incremento en la demanda del producto por todo esto es una **oportunidad** para el proyecto.

2.1.1.2 Inflación

La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de los bienes y servicios en un país. Para medir el crecimiento de la inflación se utiliza índices, que reflejan el crecimiento porcentual de una canasta de bienes ponderada. El índice de medición de la inflación es el índice de precios al consumidor (IPC). Este índice mide el porcentaje de incremento en los precios de una canasta básica de productos y servicios que adquiere un consumidor en el país. (Economia, 2011)

**Figura 2 Inflación**




**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador**.

**Tabla 2 Inflación**

| FECHA | VALOR |
|---|---|
| Octubre-31-2013 | 2.04 % |
| Septiembre-30-2013 | 1.71 % |
| Agosto-31-2013 | 2.27 % |
| Julio-31-2013 | 2.39 % |
| Junio-30-2013 | 2.68 % |
| Mayo-31-2013 | 3.01 % |
| Abril-30-2013 | 3.03 % |
| Marzo-31-2013 | 3.01 % |
| Febrero-28-2013 | 3.48 % |
| Enero-31-2013 | 4.10 % |
| Diciembre-31-2012 | 4.16 % |
| Noviembre-30-2012 | 4.77 % |
| Octubre-31-2012 | 4.94 % |
| Septiembre-30-2012 | 5.22 % |
| Agosto-31-2012 | 4.88 % |
| Julio-31-2012 | 5.09 % |
| Junio-30-2012 | 5.00 % |
| Mayo-31-2012 | 4.85 % |
| Abril-30-2012 | 5.42 % |
| Marzo-31-2012 | 6.12 % |
| Febrero-29-2012 | 5.53 % |
| Enero-31-2012 | 5.29 % |
| Diciembre-31-2011 | 5.41 % |
| Noviembre-30-2011 | 5.53 % |

**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador.**

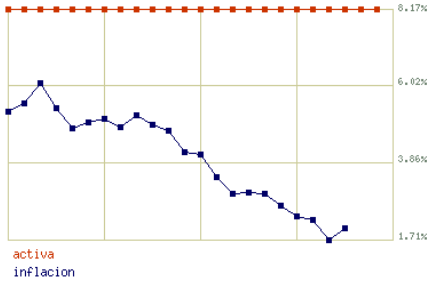
Análisis:

La Inflación en el Ecuador en el año 2013 es del 2.04% comparado con el del 2012 que fue del 4.94% lo que nos indica que ha reducido un 2.9% en los dos últimos años lo que representa un impacto medio. **Amenaza** al sector artesanal debido a que ha disminuido los precios de los bienes y servicios en el país.

### 2.1.1.3 Tasa Activa

Son las tasas que las entidades aplican a los créditos que otorguen a sus asociados y el monto de intereses resultante representara su ganancia en las operaciones crediticias. (El mundo.com, 2012)

**Figura 3 Tasa Activa**




**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador.**

**Tabla 3 Tasa Activa**

| FECHA | VALOR |
|---|---|
| Diciembre-31-2013 | 8.17 % |
| Noviembre-30-2013 | 8.17 % |
| Octubre-31-2013 | 8.17 % |
| Septiembre-30-2013 | 8.17 % |
| Agosto-30-2013 | 8.17 % |
| Julio-31-2013 | 8.17 % |
| Junio-30-2013 | 8.17 % |
| Mayo-31-2013 | 8.17 % |
| Abril-30-2013 | 8.17 % |
| Marzo-31-2013 | 8.17 % |
| Febrero-28-2013 | 8.17 % |
| Enero-31-2013 | 8.17 % |
| Diciembre-31-2012 | 8.17 % |
| Noviembre-30-2012 | 8.17 % |
| Octubre-31-2012 | 8.17 % |
| Septiembre-30-2012 | 8.17 % |
| Agosto-31-2012 | 8.17 % |
| Julio-31-2012 | 8.17 % |
| Junio-30-2012 | 8.17 % |
| Mayo-31-2012 | 8.17 % |
| Abril-30-2012 | 8.17 % |
| Marzo-31-2012 | 8.17 % |
| Febrero-29-2012 | 8.17 % |
| Enero-31-2012 | 8.17 % |

**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador.**

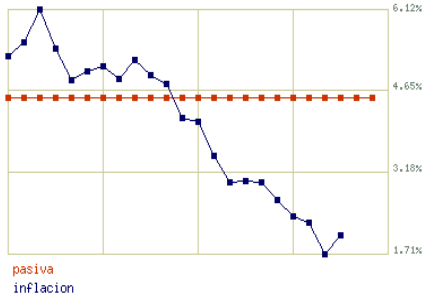
Análisis:

La tasa activa en el Ecuador se ha mantenido en un 8.17% de interés en los últimos años 2012 y 2013 esto representa un impacto alto y una **oportunidad** para el proyecto debido a que si la microempresa necesita trabajar con crédito bancario existe un porcentaje de intereses que se mantiene comparado con la tasa pasiva.

2.1.1.4 Tasa Pasiva

Serán aquellas entidades que deban pagar a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de inversiones, y el monto de intereses resultante que pague presentara una perdida. (El mundo.com, 2012)

**Figura 4 Tasa Pasiva**




**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador.**

**Tabla 4 Tasa Pasiva**

| FECHA | VALOR |
|---|---|
| Diciembre-31-2013 | 4.53 % |
| Noviembre-30-2013 | 4.53 % |
| Octubre-31-2013 | 4.53 % |
| Septiembre-30-2013 | 4.53 % |
| Agosto-30-2013 | 4.53 % |
| Julio-31-2013 | 4.53 % |
| Junio-30-2013 | 4.53 % |
| Mayo-31-2013 | 4.53 % |
| Abril-30-2013 | 4.53 % |
| Marzo-31-2013 | 4.53 % |
| Febrero-28-2013 | 4.53 % |
| Enero-31-2013 | 4.53 % |
| Diciembre-31-2012 | 4.53 % |
| Noviembre-30-2012 | 4.53 % |
| Octubre-31-2012 | 4.53 % |
| Septiembre-30-2012 | 4.53 % |
| Agosto-31-2012 | 4.53 % |
| Julio-31-2012 | 4.53 % |
| Junio-30-2012 | 4.53 % |
| Mayo-31-2012 | 4.53 % |
| Abril-30-2012 | 4.53 % |
| Marzo-31-2012 | 4.53 % |
| Febrero-29-2012 | 4.53 % |
| Enero-31-2012 | 4.53 % |

**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador.**

Análisis:

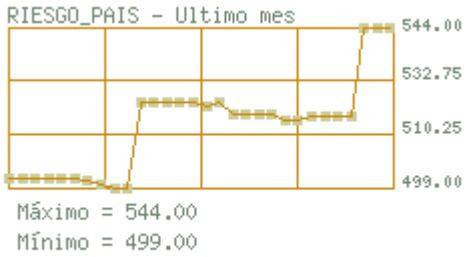
La tasa pasiva en el Ecuador representa un nivel de porcentaje bajo 4.53% comparado con la tasa activa y esto representa un impacto bajo y una **amenaza** debido a que si yo invierto mi dinero en entidades financieras me van a pagar muy poco de interés como resultado mi capital iría creciendo lentamente.

Por esa razón tomaríamos la mejor decisión de seguir invirtiendo el capital en la implementación de nuevas fuentes de producción.

2.1.1.5 Riesgo País

El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras. Se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. (Banco Central del Ecuador, 2013)

**Figura 5 Riesgo País**




**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador.**

**Tabla 5 Riesgo País**

| FECHA | VALOR |
|---|---|
| Noviembre-20-2013 | 544.00 |
| Noviembre-19-2013 | 544.00 |
| Noviembre-18-2013 | 544.00 |
| Noviembre-17-2013 | 519.00 |
| Noviembre-16-2013 | 519.00 |
| Noviembre-15-2013 | 519.00 |
| Noviembre-14-2013 | 519.00 |
| Noviembre-13-2013 | 518.00 |
| Noviembre-12-2013 | 518.00 |
| Noviembre-11-2013 | 520.00 |
| Noviembre-10-2013 | 520.00 |
| Noviembre-09-2013 | 520.00 |
| Noviembre-08-2013 | 520.00 |
| Noviembre-07-2013 | 523.00 |
| Noviembre-06-2013 | 522.00 |
| Noviembre-05-2013 | 523.00 |
| Noviembre-04-2013 | 523.00 |
| Noviembre-03-2013 | 523.00 |
| Noviembre-02-2013 | 523.00 |
| Noviembre-01-2013 | 523.00 |
| Octubre-31-2013 | 499.00 |
| Octubre-30-2013 | 499.00 |
| Octubre-29-2013 | 500.00 |
| Octubre-28-2013 | 501.00 |
| Octubre-27-2013 | 502.00 |
| Octubre-26-2013 | 502.00 |
| Octubre-25-2013 | 502.00 |
| Octubre-24-2013 | 502.00 |
| Octubre-24-2013 | 502.00 |
| Octubre-23-2013 | 502.00 |

**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador.**

Análisis:

El riesgo país en el Ecuador supera año a año en un 25% en mercados emergentes y esto representa un impacto alto y una **oportunidad** al ambiente o entorno comercial.

### 2.1.2 Factor Social

Se refiere a los parámetros que afectan los elementos de los sistemas políticos, económicos, sociales y culturales del entorno además de ser aquellas cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, sean en el lugar y en el espacio en que se encuentren. (Federico)

#### 2.1.2.1 Índice de Pobreza en el Ecuador

Significa una provisión de las oportunidades y las opciones más básicas para el desarrollo humano. Una persona de este nivel no tiene la libertad de llevar una vida larga, saludable y creativa y se le niega el acceso a un nivel de vida digno, a la libertad a la dignidad, al respeto propio y al respeto por los demás.

**Figura 6 Índice de Pobreza en el Ecuador**
**Tabla 6 Índice de Pobreza en el Ecuador**

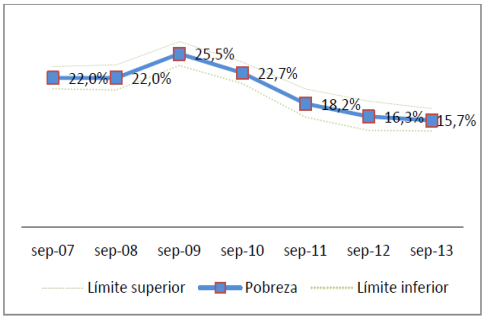



Figura 1: Evolución de la pobreza urbana con intervalos de confianza

| Índice de pobreza e intervalos confianza (Urbano) | | | |
|---|---|---|---|
| Período | Índice Pobreza | Intervalos de confianza | |
| | | Límite inferior | Límite superior |
| sep-12 | 16,30% | 14.15% | 18.45% |
| sep-13 | 15,74% | 14.09% | 17.38% |

**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador.**

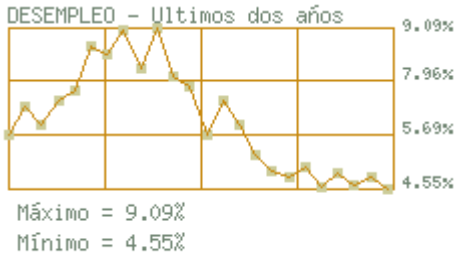
Análisis:

Según las estadísticas el índice de pobreza en el ecuador ha disminuido un 0.56% en los últimos 5 años esto representa un impacto bajo y una **oportunidad** ya que no afectaría al sector artesanal, además de que se generaría nuevas fuentes de trabajo.

2.1.2.2 Tasa de Desempleo

Mide el porcentaje de personas, entre aquellas que se encuentren en edad, capacidad y disposición de trabajar (Población Económicamente Activa) que no puede encontrar una ocupación. (Inec, 2013)

**Figura 7 Tasa de Desempleo**




**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador.**

**Tabla 7 Tasa de Desempleo**

| FECHA | VALOR |
|---|---|
| Septiembre-30-2013 | 4.55 % |
| Junio-30-2013 | 4.89 % |
| Marzo-31-2013 | 4.64 % |
| Diciembre-31-2012 | 5.00 % |
| Septiembre-30-2012 | 4.60 % |
| Junio-30-2012 | 5.19 % |
| Marzo-31-2012 | 4.88 % |
| Diciembre-31-2011 | 5.07 % |
| Septiembre-30-2011 | 5.52 % |
| Junio-30-2011 | 6.36 % |
| Marzo-31-2011 | 7.04 % |
| Diciembre-31-2010 | 6.11 % |
| Septiembre-30-2010 | 7.44 % |
| Junio-30-2010 | 7.71 % |
| Marzo-31-2010 | 9.09 % |
| Diciembre-31-2009 | 7.93 % |
| Septiembre-30-2009 | 9.06 % |
| Junio-30-2009 | 8.34 % |
| Marzo-31-2009 | 8.60 % |
| Diciembre-31-2008 | 7.31 % |
| Septiembre-30-2008 | 7.06 % |
| Junio-30-2008 | 6.39 % |
| Marzo-31-2008 | 6.86 % |
| Diciembre-31-2007 | 6.07 % |

**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador.**

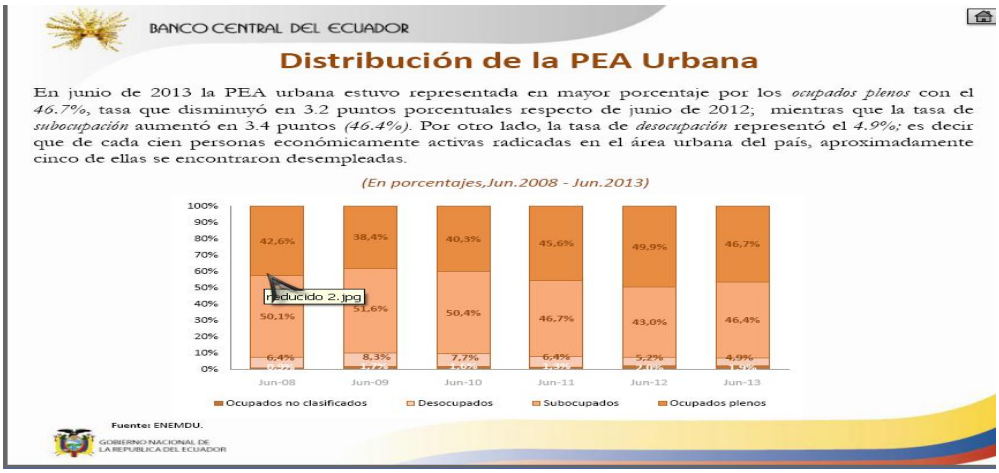
Análisis:

La tasa de desempleo ha disminuido un 2.89% en los dos últimos años en el Ecuador lo que representa una oportunidad y un impacto bajo al proyecto. Una **oportunidad** porque generaría y ayudaría a la creación de nuevas plazas de empleo hacia los ecuatorianos que no pueden encontrar una ocupación.

2.1.2.3 P.E.A (Población Económicamente Activa)

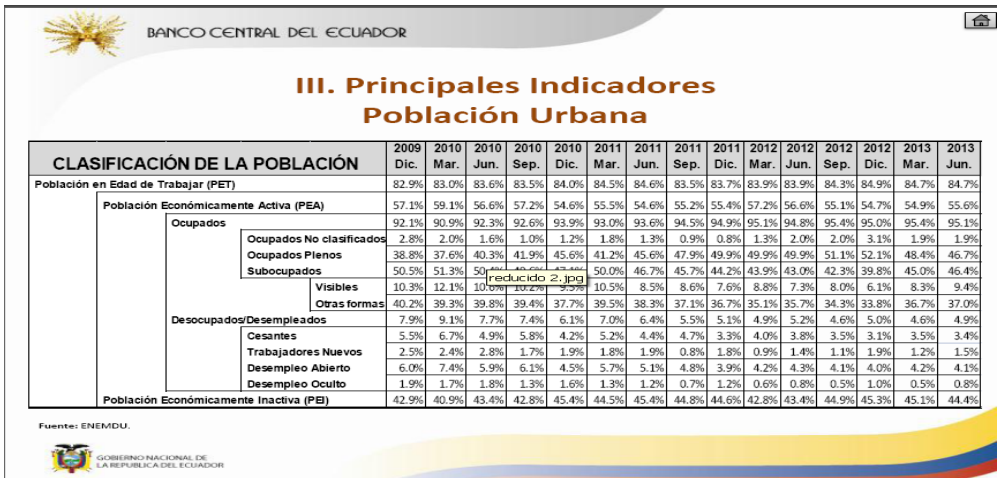
Es la parte de la población total que participa en la producción económica. Son todas aquellas personas mayores de cierta edad (15 años) que tienen empleo, que, no teniéndolo lo están buscando o a la espera de alguno. Eso se excluye a los pensionados y jubilados, a las amas de casa, estudiantes así como a los menores de edad. (Eco-Finanzas, 2013)

**Figura 8 PEA**




**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador.**

**Tabla 8 PEA**




| CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN | 2009 Dic. | 2010 Mar. | 2010 Jun. | 2010 Sep. | 2010 Dic. | 2011 Mar. | 2011 Jun. | 2011 Sep. | 2011 Dic. | 2012 Mar. | 2012 Jun. | 2012 Sep. | 2012 Dic. | 2013 Mar. | 2013 Jun. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Población en Edad de Trabajar (PET) | 82.9% | 83.0% | 83.6% | 83.5% | 84.0% | 84.5% | 84.6% | 83.5% | 83.7% | 83.9% | 83.9% | 84.3% | 84.9% | 84.7% | 84.7% |
| Población Económicamente Activa (PEA) | 57.1% | 59.1% | 56.6% | 57.2% | 54.6% | 55.5% | 54.6% | 55.2% | 55.4% | 57.2% | 56.6% | 55.1% | 54.7% | 54.9% | 55.6% |
| Ocupados | 92.1% | 90.9% | 92.3% | 92.6% | 93.9% | 93.0% | 93.6% | 94.5% | 94.9% | 95.1% | 94.8% | 95.4% | 95.0% | 95.4% | 95.1% |
| Ocupados No clasificados | 2.8% | 2.0% | 1.6% | 1.0% | 1.2% | 1.8% | 1.3% | 0.9% | 0.8% | 1.3% | 2.0% | 2.0% | 3.1% | 1.9% | 1.9% |
| Ocupados Plenos | 38.8% | 37.6% | 40.3% | 41.9% | 45.6% | 41.2% | 45.6% | 47.9% | 49.9% | 49.9% | 49.9% | 51.1% | 52.1% | 48.4% | 46.7% |
| Subocupados | 50.5% | 51.3% | 50% | 49.6% | 47.1% | 50.0% | 46.7% | 45.7% | 44.2% | 43.9% | 43.0% | 42.3% | 39.8% | 45.0% | 46.4% |
| Visibles | 10.3% | 12.1% | 10.6% | 10.2% | 9.5% | 10.5% | 8.5% | 8.6% | 7.6% | 8.8% | 7.3% | 8.0% | 6.1% | 8.3% | 9.4% |
| Otras formas | 40.2% | 39.3% | 39.8% | 39.4% | 37.7% | 39.5% | 38.3% | 37.1% | 36.7% | 35.1% | 35.7% | 34.3% | 33.8% | 36.7% | 37.0% |
| Desocupados/Desempleados | 7.9% | 9.1% | 7.7% | 7.4% | 6.1% | 7.0% | 6.4% | 5.5% | 5.1% | 4.9% | 5.2% | 4.6% | 5.0% | 4.6% | 4.9% |
| Cesantes | 5.5% | 6.7% | 4.9% | 5.8% | 4.2% | 5.2% | 4.4% | 4.7% | 3.3% | 4.0% | 3.8% | 3.5% | 3.1% | 3.5% | 3.4% |
| Trabajadores Nuevos | 2.5% | 2.4% | 2.8% | 1.7% | 1.9% | 1.8% | 1.9% | 0.8% | 1.8% | 0.9% | 1.4% | 1.1% | 1.9% | 1.2% | 1.5% |
| Desempleo Abierto | 6.0% | 7.4% | 5.9% | 6.1% | 4.5% | 5.7% | 5.1% | 4.8% | 3.9% | 4.2% | 4.3% | 4.1% | 4.0% | 4.2% | 4.1% |
| Desempleo Oculto | 1.9% | 1.7% | 1.8% | 1.3% | 1.6% | 1.3% | 1.2% | 0.7% | 1.2% | 0.6% | 0.8% | 0.5% | 1.0% | 0.5% | 0.8% |
| Población Económicamente Inactiva (PEI) | 42.9% | 40.9% | 43.4% | 42.8% | 45.4% | 44.5% | 45.4% | 44.8% | 44.6% | 42.8% | 43.4% | 44.9% | 45.3% | 45.1% | 44.4% |

**Fuente: Banco Central del Ecuador.**
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador.**

Análisis:

La población económicamente disminuyo en 3.2 puntos porcentuales respecto al año 2012 en el Ecuador, lo que representa un impacto bajo y una **oportunidad** debido a que la mayoría de las microempresas establecidas se dedican a la industria alimenticia y no a la fomentación de la cultura.

2.1.2.4 Emprendimiento

Se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta o un objetivo. Es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. (Gerencie, 2012)

**Figura 9 Emprendimiento**

**Autor: Siembra Futuro.**
**Fuente: FS/Diseño editorial/Hoy.**

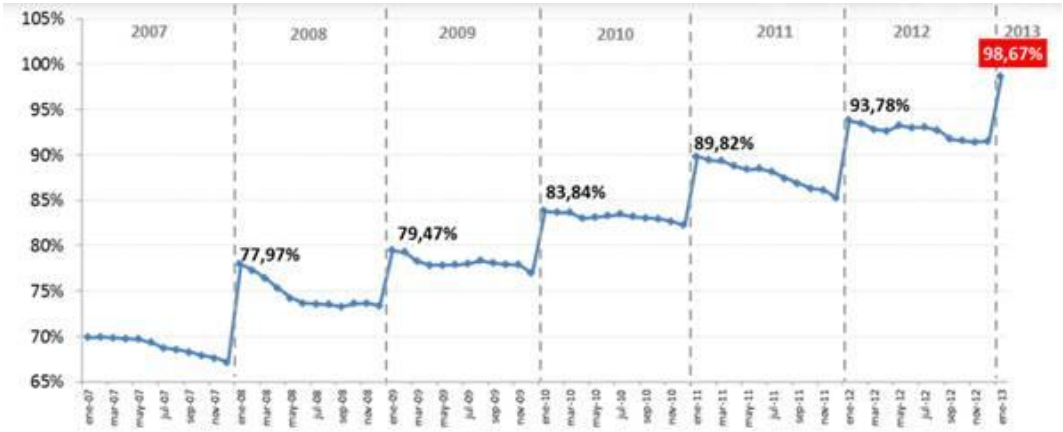
Análisis:

El cuadro muestra que Ecuador se basa en varios sectores de iniciativa basados en energía, vivienda, servicios básicos- Lo que corresponde a el proyecto el índice que se muestra representa un resultado muy bueno o alentador por lo cual tiene un impacto alto y representa una **fortaleza** para el proyecto porque se va creciendo en lo referente a producción nacional.

2.1.2.5 Canasta Familiar

Es un conjunto de bienes y servicios que son adquiridos de forma habitual, para su sostenimiento, por una familia típica en cuanto a su composición (número de integrantes) y con unas condiciones económicas medias. Este conjunto se compone de artículos y servicios relacionados con alimentación, salud, educación, vestuario, transporte, esparcimiento y otros. (Espasa, 2011)

**Figura 10 Canasta Familiar**




**Fuente: INEC.**
**Elaborado por: INEC**

Análisis:

La canasta familiar en el año 2013 se encuentra en un 98.67% a comparación 2012 que tuvo un 93.78% lo cual nos indica que hubo un aumento del 4.89% lo que representa un impacto bajo y una **amenaza** para el proyecto ya que la canasta familiar se enfoca más en productos de primera necesidad.

### 2.1.3 Factor Legal

Es un marco legal donde regularmente se encuentran un número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí. Su fundamento en muchos países es la constitución como suprema legislación, que se complementa con la legislación promulgada por un parlamento o legislatura donde se incluyen leyes, códigos penales y regulaciones, que incluyen códigos de conducta/ética dados a conocer por distintas instancias reguladoras que guardan estrechos vínculos con la materia de cuestión. (Danaconnect, 2013)

#### 2.1.3.1 Requisitos para la obtención del RUC:

- Original de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Original del certificado de votación.
- Original y copia de planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono).
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de tarjeta de crédito o de telefonía celular.
- Original y copia de la factura por el servicio de televisión pagada o servicio de internet.
- Original y copia de cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente.
- Original y copia del contrato de arrendamiento
- Original y copia de la escritura de compra venta del inmueble; u original y copia del certificado dl Registro de la propiedad.
- Contrato de Concesión Comercial o Contrato en Comodato.
- Original y copia de la certificación de la junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio.
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MIPRO.

2.1.3.2 Requisitos para obtener la calificación artesanal:

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (Adquirir el formulario en la Junta)
- Copia del título artesanal.
- Carnet actualizado del gremio.
- Declaración juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos.
- Copia de la cedula de ciudadanía.
- Copia de la papeleta de votación.
- Foto a color tamaño carnet.
- Tipo de Sangre.

2.1.4 Factor Tecnológico

Es un medio que permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello que se pretende. La tecnología, por su parte, hace referencia a las teorías y técnicas que posibilitan el aprovechamiento práctico del conocimiento científico. Un recurso tecnológico, por lo tanto, es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito. (Desarrollo, 2008)

Análisis:

En lo que respecta al factor Tecnológico, en la producción de las artesanías se necesitan maquinarias de elementos artesanales. Se trata de tecnologías fundadas en un conocimiento del artesano y su cultura. Los talleres artesanales, muchas veces familiares, constituyen las unidades de producción donde se ejecuta simultáneamente el trabajo.

## 2.2 ENTORNO LOCAL

Se refiere al espacio que nos rodea, y con el que interactuamos. Este espacio puede ser virtual o real, dependiendo de que nos refiramos, teniendo entorno natural, físico, social, económico, político. (Mastermagazine, 2012)

### 2.2.1 Clientes

Es aquella persona que recibe cierto servicio o bien, a cambio de alguna compensación monetaria o cualquier otro objeto d valor. Un cliente puede ser catalogado en dos categorías principales: como cliente final que es el que adquiere el producto por el simple deseo de poseerlo y utilizarlo, o como el cliente intermedio, que es el que compra el producto con el fin de volverlo a vender para obtener una ganancia.

#### 2.2.1.2 Clientes Potenciales

Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente.

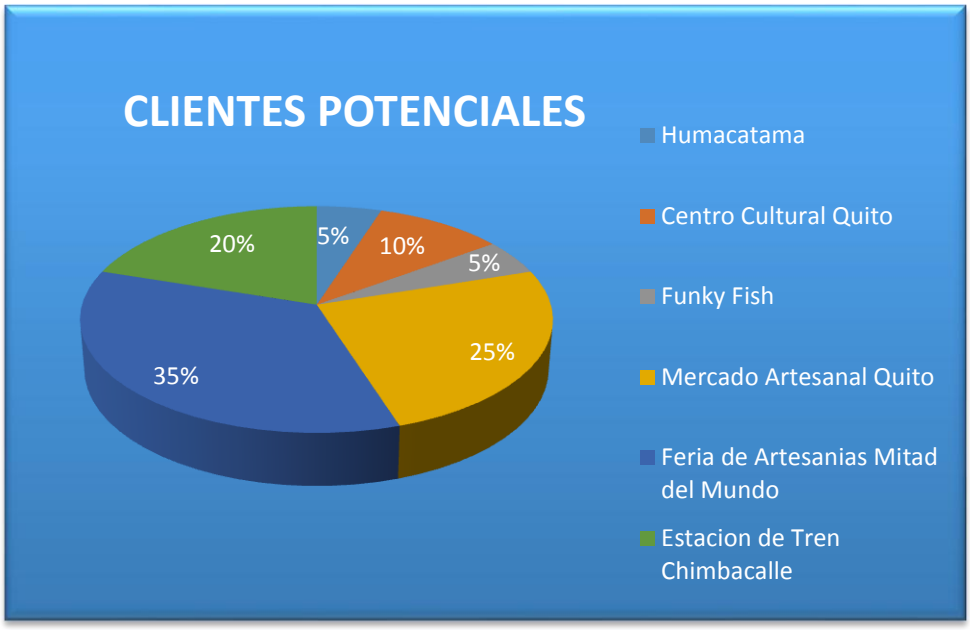
Este tipo de clientes es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado. (Promonegocios, 2011)

**Tabla 9 Clientes Potenciales No. 1**

| NOMBRE | DIRECCIÓN | TELÉFONO | % |
|---|---|---|---|
| **Humacatama** | Calle Morales 762 y Guayaquil La Ronda. | 2 955 102 | 5% |
| **Centro Cultural Quito** | García Moreno y Espejo. | 3 952 300 | 10% |
| **Funky Fish** | Av. Rafael Morán Valverde y Av. Quitumbe Ñam | 2 634 316 | 5% |
| **Mercado Artesanal Quito** | La Mariscal Calle Jorge Washington, Juan León Mera y Reina Victoria. | 3 034 841 | 25% |
| **Feria de Artesanías Mitad del Mundo** | Av. Manuel Córdova Galarza Km. 13,5 San Antonio de Pichincha | 2 394 803 | 35% |
| **Estación de Tren Chimbacalle** | Av. Pedro Vicente Maldonado y Sincholagua. | 2 960 825 | 20% |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 11 Clientes Potenciales No. 1**




**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

El proyecto cuenta con una gama de clientes potenciales el primero es Humacatama con el 5% de adquisición de nuestros productos debido a convenios que se ha realizado con este a nivel del sector artesanal y por otro lado está el Centro Cultural Quito con un 10% el cual pertenece al Municipio de Quito debido a que acoge a los artesanos para brindar servicio de crecimiento en el sector turístico a nivel de la ciudad específicamente en el Centro Histórico de Quito. También encontramos a Funky Fish que es una marca reconocida a nivel de centros comerciales que brinda productos a jóvenes, esta cuenta con un 5% en adquisiciones. Con un 25% se encuentra El mercado artesanal de Quito que brinda una variedad de productos artesanales y es un cliente potencial porque se despliegan muchos lugares de venta al consumidor al igual que la feria de artesanías de la Mitad del mundo que está representada con un 35%.

Por último se encuentra la Estación de Tren de Chimbacalle con un 20% en adquisiciones debido a la gran concentración de turistas en este lugar.

**Tabla 10 Clientes Potenciales No. 2**

| NOMBRE | DESCRIPCIÓN | DIRECCIÓN | % |
|---|---|---|---|
| Turistas Extranjeros | Personas Provenientes de todo el mundo | Centro Histórico de Quito. | 70% |
| Turistas Locales | Diferentes turistas nacionales Sierra-Costa-Oriente y Galápagos | Centro Histórico de Quito. | 30% |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 12 Clientes Potenciales No. 2**

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

En la investigación de mercado que se realizó se determinó que los clientes actuales que cuenta el proyecto son los Turistas extranjeros con un 70% de compra debido a que ellos gustan de la cultura, por otra parte un 30% representan los Turistas locales (ecuatorianos) debido a que la mayoría observa los productos pero no los compran.

### 2.2.2 Proveedores

Es aquella persona o empresa, cuya actividad es de abastecer una necesidad ya sea con un producto o servicio a otra persona o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. Son proveedores aquellos que abastecen o proveen la entrega de bienes y servicios a otros. (Scribd, 2013)

**Tabla 11 Proveedores**

| PROVEEDOR | MATERIA PRIMA | DIRECCIÓN | TIEMPO EN EL MERCADO | TELEFONO | PROMOCION/DSCTO. |
|---|---|---|---|---|---|
| **Inés Carrasco** | Piel de Pecado | Av. Pareja Rolando Guayaquil-Guayas | 8 años | (04)961823 | Cursos gratis sobre el uso de la M.P. |
| **Importadora Pozo** | Varios Implementos. | Marchena Oe 195 y 10 de agosto. | 10 años | 2 951 276 | Dscto. Del 10% Por la compra de mercadería al por mayor. |
| **Luis Capos** | Piel de Pescado | Canadá y Asunción Barrio América. | 3 años | 2 529 416 | Transportación gratis de la M.P al lugar de destino. |
| **Ealpe Cía. Ltda.** | Accesorios textiles agujas, angostas y etiquetas. | Av. 12 de octubre N18-42 y Queseras del medio. | 15 años | 2 551 739<br>2 902 587 | Promoción a partir de la compra de docenas |
| **Boto Perla S.A** | Botones en resina poliéster | Av. Diego de Vásquez y calle 11 Urbanización Marisol tras estadio de LDU. | 7 años | 2 476 574<br>2 473 597 | 1 docena a mitad de precio a partir de la compra de 5 docenas. |
| **Marcas y Etiquetas** | Adhesivos, cajas y embalajes textiles | De las hiedras N47-111 y Lizarzaburo sector el Inca. | 8 años | 2 410 567 | NINGUNA |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura: 13 Proveedores**

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

En la producción de artesanías se cuenta con seis proveedores a nivel de Quito y a nivel Nacional. Botón Perla representa mi mayor proveedor con un 30% de abastecer M. P., seguido por Luis Capos que representa el 25% de la M.P. adicional de brindar cursos gratuitos en la utilización de la misma y en tercer lugar esta Ealpe Cía. Ltda. Con el 15%. Inés Carrasco con un 10% de abastecimiento de Materia Prima y finalmente Importadora Pozo y Marcas y Etiquetas con un 10 % de la materia prima.

### 2.2.3 Competidores

Son aquellas personas o alguna situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quien compran o adquieren estos bienes o servicios. (Fisher)

#### 2.2.3.1 Competencia Directa

Son todos aquellos negocios que venden un producto igual o casi igual al nuestro y que lo venden en el mismo mercado en el que estamos nosotros, es decir buscan a nuestros mismos clientes para venderles prácticamente lo mismo. (Josue, 2012)

**Tabla 12 Competencia Directa**

| NOMBRE | DIRECCIÓN | TIEMPO EN EL MERCADO | TELÉFONO | % |
|---|---|---|---|---|
| **Guayas amín Arte** | Chile Oe2-44 y Venezuela C.C Palacio Arzobispal. | 10 años | 2 573 626 | 65% |
| **Galería de Artesanías** | Morales Oe 1-53 y Guayaquil La Ronda. | 5 años | 2 284 084 | 35% |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 14 Competencia Directa**

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

En la investigación de mercado se determinó que existen dos locales comerciales dedicadas a la venta de artesanías. Guayas amín Arte es la mayor competencia ya que representa el 65% debido a su experiencia ya que se encuentra en el mercado por 10 años, mientras tanto la Galería de Artesanías representa un 35% de la competencia debido a que se encuentra en un lugar poco visible al consumidor.

2.2.3.2 Competencia Indirecta

La forman todos los negocios que intervienen de forma lateral en nuestro mercado y clientes, que buscan satisfacer las mismas necesidades de forma diferente y con productos substitutos. (Espinoza, 2012)

**Tabla 13 Competencia Indirecta**

| NOMBRE | SECTOR | DIRECCIÓN | TELÉFONO | % |
|---|---|---|---|---|
| **Fraile** | Alimenticio | Morales y Maldonado La Ronda. | 2 331 368 | 50% |
| **Vulgomaestre** | Sombreros telas | Morales y Guayaquil Casa No. 925 | 987841148 | 50% |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 15 Competencia Indirecta**

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

En el centro histórico se llegó a establecer que existen un 50% de locales que se dedican a la elaboración de alimentos, también un 50% de locales que se dedican a fabricación de sombreros y telas seguido de los museos el cual es una ventaja ya que fomenta el turismo.

## 2.3 ANÁLISIS INTERNO

### 2.3.1 Propuesta Estratégica

Es el proceso por el cual los miembros guía de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo. Son una manera de proporcionar una visión macro de la estrategia de una organización, y proveen un lenguaje para describir la estrategia, antes de elegir las métricas para evaluar su desempeño.

Debemos trasladar la idea de la propuesta estratégica al ámbito empresarial, en donde la microempresa artesanal compite con otras empresas del mercado, de manera que se debe planear con visión amplia las acciones pertinentes.

El proyecto debe definir sus estrategias desde el punto de vista sistemático. La microempresa artesanal se debe considerar como un sistema abierto en un intercambio activo con los ambientes que lo rodean.

La propuesta estratégica está basada en un diagnóstico de fortalezas, oportunidades, objetivos, debilidades, amenazas del sector artesanal. Se pretende lograr objetivos concretos con el diseño de estrategias adecuadas que se materialicen en tácticas y operaciones en todos los procesos.

- Diferenciación y Posicionamiento

El sector artesanal debe tener como uno de sus principios básicos el lograr diferenciarse para posesionarse, esto quiere decir que ya sea por su precio, calidad o imagen. Este producto debe ser atractivo para los mercados a los que se dirija.

A continuación se proponen algunas diferencias que pueden lograr de este sector su liderazgo en los ámbitos local y nacional.

- Diferenciación de un producto físico

Se puede diferenciar sus productos artesanales según el material que se utilice para la elaboración de dichos productos y la calidad de los mismos. Otro aspecto importante es su precio con productos muy diversificados que puedan competir a buena medida con las demás artesanías.

- Diferenciación de servicios

En cuanto a servicios, el sector artesanal además de diferenciar su producto físico, puede diferenciar los servicios que acompañan al producto. En razón de una entrega rápida, esmerada y confiable en su distribución.

- Diferenciación de la imagen

Aunque las artesanías no se consideran como un producto de primera necesidad, cabe recalcar que en el extranjero estos productos son apreciados por la conjugación de diversos factores como: la creatividad, diversificación, innovación que se incorpora en ellos como valor agregado en general.

- Desarrollo de la estrategia de posicionamiento

En el desarrollo de la estrategia de posicionamiento se considera como factores a él: precio, la calidad, la durabilidad y el valor agregado que definen parte de la estrategia a llevar a cabo en el desarrollo de la metodología que se desarrolla en presente proyecto.

- Difusión del posicionamiento

En esta estrategia de posicionamiento se debe asegurar que se exprese de manera convincente y también se debe comunicar eficazmente al público mediante un proceso estratégico y un análisis de negocio. Si se establece una relación con el

comprador se determina el precio adecuado, se logran los acuerdos esenciales entre productor – comprador y los canales de comercialización, entre otras acciones. Se tiene entonces grandes posibilidades de concluir efectivamente el proceso.

En otra parte es cumplir en cuanto a las características de calidad y tiempo de fabricación- entrega del producto artesanal. (Lewis).

2.3.1.1 Misión

Contribuir a la matriz productiva del país mediante la implementación de este proyecto fomentando el turismo mediante la producción de artesanías de cuero de pescado fortaleciendo la capacidad que tiene el país de ser generadora de productos. Brindando un servicio de calidad a nuestro cliente con el firme propósito de dar a conocer nuestra cultura y fortalecer nuestros valores y costumbres.

2.3.1.2 Visión

Ser un grupo de microempresarios líderes en fabricación y comercialización de productos artesanales basados en cuero de pescado, en el sector del Centro Histórico de la ciudad de Quito en un lapso de 5 años manteniendo productos y servicios de calidad gracias a una ampliación de oportunidades de desarrollo personal y profesional con una contribución a la sociedad.

2.3.1.3 Objetivos

2.3.1.3.1 Objetivo General

Se busca fomentar el turismo mediante una microempresa que dé a conocer el cuero de pescado como un recurso utilizable para las artesanías y no como un desecho más, además de que los ecuatorianos aprecien más las costumbres, tradiciones y cultura del Ecuador.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar el cuero de pescado como un recurso de especies aprovechables, provenientes de áreas de bajo manejo.

- Relacionar las artesanías de cuero con el turismo sano y ecológico.
- Establecer consciencia hacia los ecuatorianos sobre el valor que tiene la cultura.
- Realizar un estudio de mercado donde se muestre la demanda que tienen las artesanías en Quito.
- Diseñar las estrategias de productos que permitan tener un portafolio que satisfaga las necesidades locales en cuanto a los diseños artesanales.
- Seleccionar los canales más óptimos que permitan llegar de una manera más eficaz a la población.

2.3.1.4 Principios y/o Valores

- Compromiso.- Logrando a través de los beneficios que conlleva desempeñarse de la mejor manera por medio de las labores y tareas asignadas en la empresa, permite cumplir los objetivos y generar resultados tangibles.
- Orientación al Cliente: Es la cultura organizacional de la empresa y su valor más importante, la plena satisfacción de los gustos de los clientes, siempre enfocados en sus necesidades y en la preferencia de estos por la empresa.
- Trabajo en Equipo: Es necesario para brindar la mejor calidad en servicios y en la atención para los clientes internos y externos, todas las personas desarrollan sus labores como eslabones de una cadena, para lograr un objetivo común.
- Desarrollo Profesional.- Es el fruto al crecimiento de la empresa, comprende aspectos donde una persona enriquece o mejora a logar objetivos dentro de la organización. Se puede dar mediante esfuerzos individuales y por el apoyo de la empresa.
- Respeto: Trabajar las artesanías donde se refleje el amor y la pasión que entrega cada uno de los integrantes de la empresa para los clientes, proveedores. Es lo que esperamos, recibimos y brindamos a los demás.

- Honestidad: Brindar un servicio y producto de calidad sin exagera en el precio de la artesanía, que sea accesible para toda persona.
- Equidad: Trabajar de una manera igual en forma armónica, estableciendo precios de acuerdo a la competencia.
- Responsabilidad: Llevar a cabo la producción de artesanías de forma responsable con el medio ambiente y con las demás personas.
- Trabajo.- Realizar un buen trabajo con la materia prima para que nuestros clientes se sientan satisfechos con los productos.

### 2.3.2 Gestión Administrativa

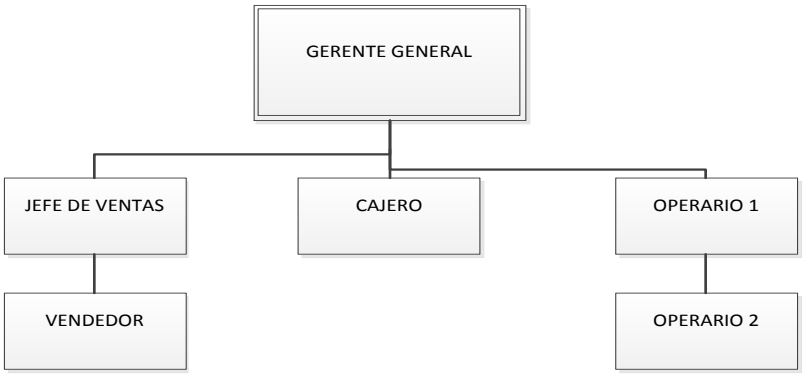
Es un conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Es la capacidad de la institución para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos con el adecuado uso de los recursos disponibles y conseguir determinados objetivos. (Española, 2011)

#### 2.3.2.1 Organigrama

Es un esquema de la organización de una empresa, entidad o de una actividad. El término también se utiliza para nombrar a la representación gráfica de las operaciones que se realizan en el marco de un proceso industrial o informático.

Un organigrama permite analizar la estructura de la organización representada y cumple con un rol informático, al ofrecer datos sobre las características generales de la organización. Los organigramas pueden incluir los nombres de las personas que dirigen cada departamento o división de la entidad, para explicar las relaciones jerárquicas y competencia vigentes. (E., 2011)

**Figura 16 Organigrama**




**Elaborado por: Karina Noboa.**

2.3.2.2 Dirección General y de Recursos Humanos

- Crear y manejar una cultura de servicio al cliente y calidad en todos sus niveles.
- Realizar una búsqueda y contratación adecuada del personal a laborar.
- Realizar un adecuado entrenamiento y desarrollo de todos los tipos de personal dentro de un centro artesanal.

2.3.2.3 Organización Interna y Emprendedora

- Contar con un departamento, área que se encargue de la investigación y desarrollo de productos artesanales innovadores para el mercado nacional e internacional.
- Considerar que cada actividad de valor representa un grado de conocimiento dentro del proceso.

2.3.2.4 Infraestructura y Ambiente

- Realizar un adecuado mantenimiento de la infraestructura y del diseño interior.

- Contar con seguridad dentro del centro de venta adecuado para los clientes, puedan tranquilamente comprar en un lugar seguro que brinda productos y servicio de calidad.
- Contar con una adecuada administración general, planeación, finanzas, contabilidad, asuntos legales etc. Todos a cargo de profesionales que conozcan de su rama y actividad.

2.3.2.5 Manual de Funciones

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva. (Manual de Funciones, 2013)

2.3.2.6 Funciones de Cargo

2.3.2.6.1 Gerente General

- Designar las diferentes posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes empleados.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con los objetivos.
- Coordinar y analizar las operaciones que se estén ejecutando correctamente.
- Planificar lo que se va a realizar.

2.3.2.6.2 Cajero

- Cobranza de la venta de artesanías.
- Cierre de caja.

2.3.2.6.3 Vendedor

- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.
- Contribuir activamente a la solución de problemas.
- Administrar de la forma correcta su venta.
- Integrarse a las actividades de mercadotécnica de la empresa.

2.3.2.6.4 Jefe de Ventas

- Realizar actividades me mercadotecnia.
- Llevar de forma adecuada las relaciones con proveedores y clientes.
- Implementar las estrategias de mercado.

2.3.2.6.5 Operario 1

- Preparar y realizar manualmente el curtido del cuero para realizar las artesanías.
- Realizar manualmente cortes sobre distintos tipos de materiales.
- Teñir, pulir y abrillantar.
- Realizar operaciones de costura.

2.3.2.6.6 Operario 2

- Preparar y realizar manualmente el curtido del cuero para realizar las artesanías.
- Realizar manualmente cortes sobre distintos tipos de materiales.
- Teñir, pulir y abrillantar.
- Realizar operaciones de costura.

2.3.2.7 Políticas de reclutamiento y Selección de Personal

Establecer las normas aplicables a las actividades de selección y contratación del recurso humano que permitan escoger personas idóneas, que se ajusten a los requerimientos de la microempresa y a los perfiles establecidos para alcanzar sus objetivos estratégicos y asegurar su futuro desarrollo.

- En todo proceso de selección de personal se iniciara con la elaboración del correspondiente requerimiento del personal (vacantes, reemplazos y creación de nuevos puestos)
- No se podrá realizar ninguna contratación de personal que no haya cumplido con el proceso de selección.
- La elección del candidato a ser contratado constituye responsabilidad del área respectiva de contratación, quien tomara la decisión en base a la información provista por el proceso de selección respectivo.

2.3.2.7.1 Proceso de Reclutamiento y Selección

Se define como el proceso de atraer individuos oportunamente en suficiente número y con los debidos atributos y estimularlos para que soliciten empleo en la organización. Igualmente, puede ser definido como el proceso de identificar y traer a la organización a solicitantes capacitados e idóneos.

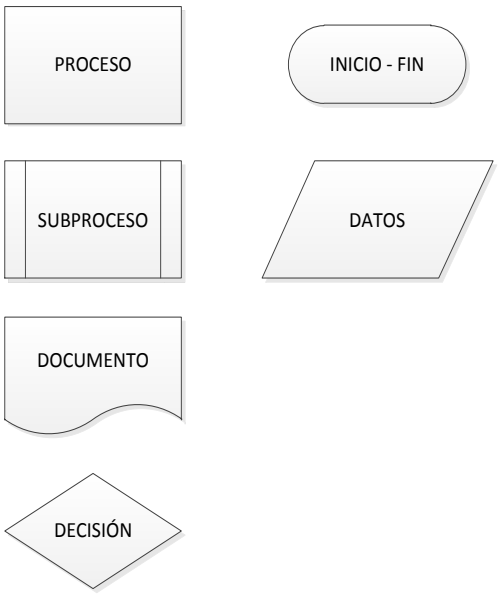
Es importante señalar que los planes de reclutamiento, selección, capacitación y evaluación deben reflejar como meta el promover y seleccionar a los colaboradores de la empresa lo cual incluye la elaboración de política de la empresa, los planes de los recursos humanos y la práctica de reclutamiento. (Idalberto, 2010)

2.3.2.7.2 Flujograma

Un flujograma, también llamado denominado diagrama de flujo, es una muestra visual de una línea de pasos de acciones que implican un proceso determinado. Es decir el flujograma consiste en representar gráficamente, situaciones, hechos, movimientos y relaciones de todo tipo a partir de símbolos. Básicamente, el flujograma hace que sea mucho más sencillo el análisis de un determinado proceso. (Bocanegro, 2010)

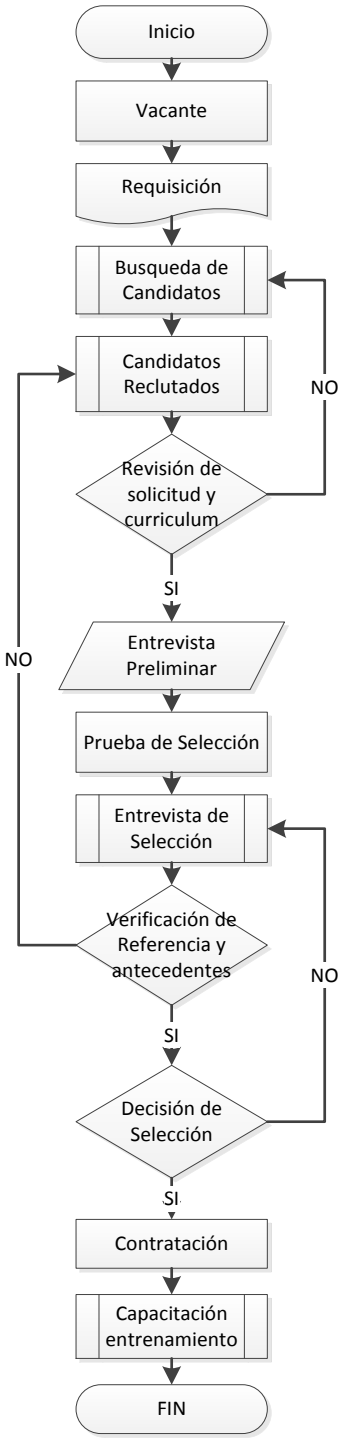
2.3.2.7.3 Simbología

**SIMBOLOGÍA**



2.3.2.7.4 Flujograma de R.R.H.H

**Figura 17 Flujograma R.R.H.H**




**Elaborado por: Karina Noboa**.

1. Inicio.- Es el comienzo de la actividad de reclutamiento.
2. Vacante.- Primero se genera una vacante, ya sea por un aumento de volumen de trabajo.
3. Requisición.- Es llenar un formulario el cual debe ser entregado al departamento que se encargue del reclutamiento.
4. Búsqueda de candidatos.- El departamento debe considerar la opción de buscar una alternativa de selección, ya sea por medio del internet o periódico.
5. Candidatos Reclutados.- Son las personas elegidas y que han cumplido con el perfil que se está buscando. Recepción de hojas de vida.
6. Revisión de Solicitud y Curriculum.- Revisión de los registros personales y las habilidades de la persona por que allí se podría descubrir a colaboradores que han desempeñado funciones en otra empresa y que tienen las cualidades, conocimiento y experiencia para ejercer la posición vacante.
7. Entrevista Preliminar.- Se le realiza un llamado para concretar su entrevista.
8. Prueba de selección.- Una vez llamado al entrevistado se realiza pruebas de conocimiento.
9. Entrevista de Selección.- Una vez que haya aprobado la prueba de selección, se dirige a la entrevista personal con el encargado donde demuestra si está capacitado para el cargo que va a desempeñar.
10. Verificación de referencias y antecedentes.- Una vez concluido la entrevista personal se realiza la verificación mediante llamadas para constatar los datos de la hoja de vida.
11. Decisión de Selección.- Aquí la persona encargada de la selección piensa, analiza a la persona que va a ocupar el puesto vacante.
12. Contratación.- Después de haber cumplido con lo requerido la persona es contratada para ocupar el puesto, además de firmar un contrato con sus obligaciones y beneficios.

13. Capacitación-Entrenamiento.- Quiere decir que la persona es capacitada para su puesto de trabajo (adaptación a las funciones que tiene que realizar).
14. Fin.- Concluir el proceso de Selección.

### 2.3.3 Gestión Operativa

Es un proceso por el cual se orienta, se previene, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, un fin, un objetivo o a resultados de una organización todas estas obtenidas por la secuencia de actividades además de un tiempo requerido. (Blogspot, 2013)

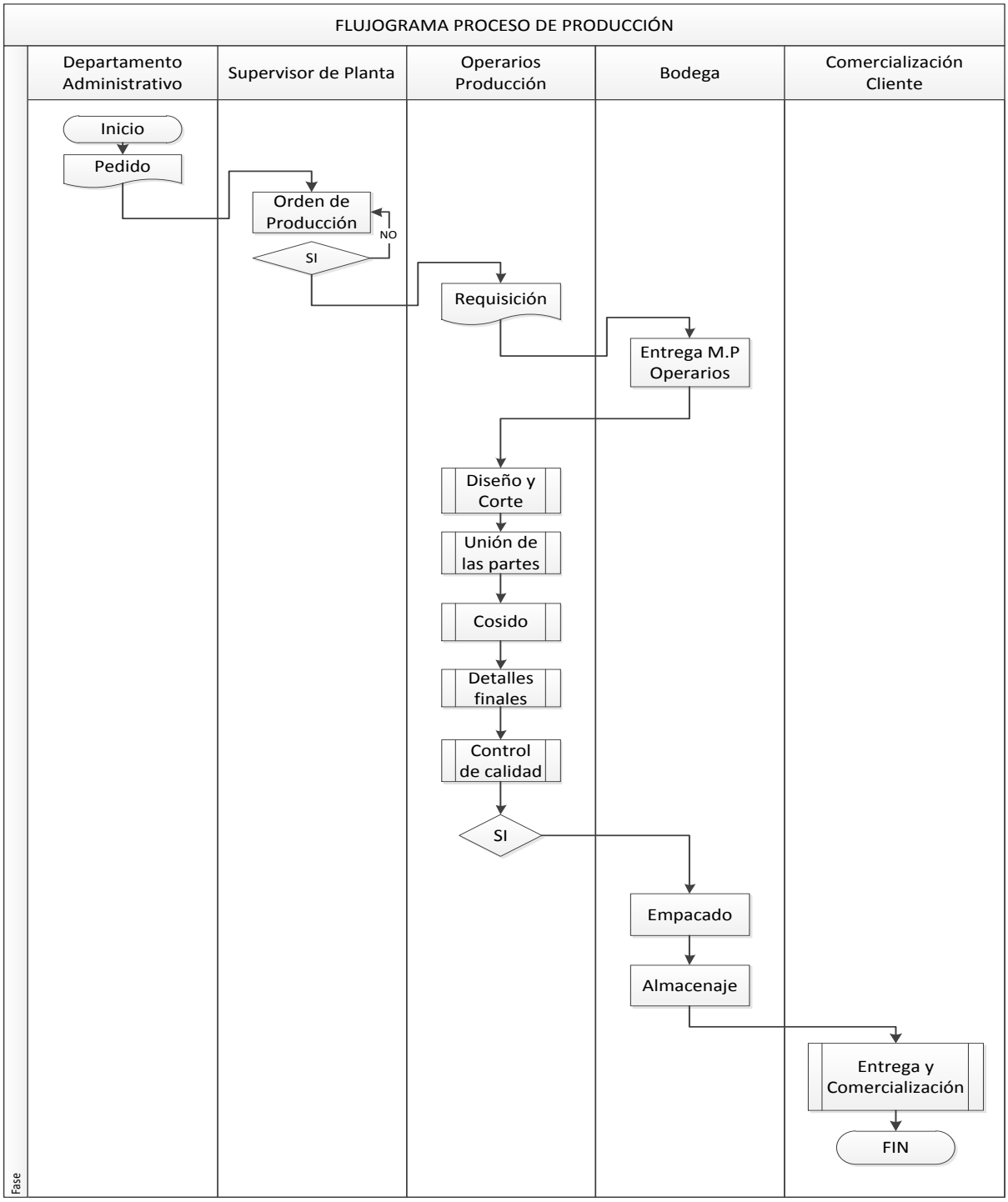
#### 2.3.3.1 Políticas Operativas

Normar las actividades del área de operaciones, dentro de los lineamientos establecidos en el Plan Estratégico, para cumplir la misión y buscar alcanzar la visión.

- Las actividades técnicas se deberán programar de acuerdo con lo establecido en el plan operativo.
- Establecer los mecanismos necesarios y la utilización de las herramientas adecuadas que permitan un control y evaluación continuos sobre el grado de servicio y niveles de calidad alcanzados.
- Implementación de un sistema de comprobación del estado de todos los servicios y procedimientos que brinda la microempresa, que le permita determinar en el menor tiempo posible algún problema o daño.

### 2.3.3.2 Flujograma Operativo

**Figura 18 Flujograma Proceso de Producción**




**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 2.3.4 Gestión Comercial

La gestión comercial es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing, incluyendo:

- El estudio del ambiente externo y de las capacidades de la propia organización con el fin de alcanzar las previsiones de ventas a fin de determinar las principales amenazas y oportunidades que se presentan a la organización y a fin de determinar sus fortalezas y debilidades.
- La organización y control de las actividades comerciales y de marketing, incluyendo la definición de estrategias comerciales y políticas de actuación.
- La relación con el cliente incluyendo la definición de la forma de recaudación de fondos, la definición de servicios complementarios y servicios post-venta y gestión de reclamaciones.
- La gestión de la fuerza de ventas, incluyendo su tamaño y la configuración de la estructuración. (Nunes, 2011)

#### 2.3.4.1 Políticas de Gestión Comercial

Redefinir el portafolio de productos con orientación a la creación de valor satisfaciendo al mercado, maximizando la rentabilidad y fomentando la innovación en productos y servicios con su respectiva comercialización.

- Fomentar el desarrollo de nuevos productos/servicios que permitan a la microempresa ampliar sus ingresos.
- Mantener de manera constante un mejoramiento de los procesos de negocios para adaptarse a los nuevos desarrollos del mercado.
- Brindar especial atención y prioridad a los clientes.

2.3.4.2 Producto

Fish Art es una microempresa que ofrece productos artesanales basados en un material poco utilizado en el País como es el cuero de pescado, al igual que brinda un producto y servicio de calidad.

A continuación se detallan fotografías de las artesanías que realiza la microempresa Fish Art.

**Figura 19 Fotografías Artesanías**

**Elaborado por: Karina Noboa.**

2.3.4.3 Precio

Con respecto al precio que las artesanías van a ser ofertadas se determinó de la siguiente forma.

**Tabla 14 Precio**

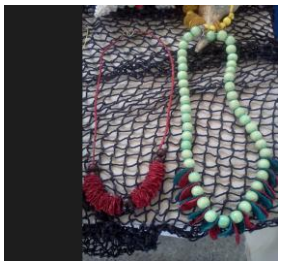
| PRODUCTO | P.VENTA |
|---|---|
| BILLETERAS | 4,00 |
| LLAVEROS | 2,50 |
| COLLARES | 5,00 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Tomando en cuenta que son tres tipos de productos que la microempresa realiza y que cada uno tiene su costo de producción al igual que su Precio.

**Figura 20 Precio**

Billeteras $ 4.00 Llaveros $ 2.50 Collares $ 5.00



**Elaborado por: Karina Noboa.**

2.3.4.4 Plaza

Fish Art va a estar ubicado en la Av. Venezuela y Chile debido a que es un sector muy influenciado por turistas tanto nacionales como extranjeros. Por ser el Centro Histórico es un lugar muy adecuado para ofrecer productos artesanales.

2.3.4.5 Publicidad

A continuación se detalla las formas de como nuestro producto va a darse a conocer.

2.3.4.6 Nombre de la Microempresa

**Fish Art**

2.3.4.7 Slogan de la Microempresa

**El cuero hecho Artesanía**

2.3.4.8 Logotipo

**Figura 21 Logotipo**

**Elaborado por: Karina Noboa.**

2.3.4.9 Tríptico

**Figura 22 Tríptico**

**Elaborado por: Karina Noboa.**

## 2.4 ANÁLISIS FODA

**Tabla 15 FODA**

| ANÁLISIS DA | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | **VARIABLES** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** |
| **DEBILIDADES** | Inexperiencia | X | | |
| | Cartera de Clientes | | X | |
| | Capacitación | | | X |
| **AMENAZAS** | Inflación | | X | |
| | Tasa Pasiva | | | X |
| | Canasta Familiar | | | X |
| **ANÁLISIS FO** | | | | |
| **FORTALEZAS** | Emprendimiento | X | | |
| | Calidad del Producto | | X | |
| | Variedad de diseños | X | | |
| | Amplias instalaciones | X | | |
| **OPORTUNIDADES** | P.I.B | X | | |
| | Tasa Activa | X | | |
| | Índice de Pobreza | | | X |
| | Tasa de Desempleo | | | X |
| | Riesgo País | X | | |
| | PEA | | | X |

**Elaborado por: Karina Noboa.**

- Para disminuir las debilidades y amenazas se debería realizar un estudio hacia los competidores.
- Desarrollar un diagnóstico estratégico que permita canalizar las estrategias con los objetivos.
- Implementación de promociones y servicios en el mercado.
- Actuar con criterio visionario para lograr el reconocimiento nacional e internacional.
- Brindar servicios de calidad enfocados en las necesidades de los clientes con eficiencia buscando retener y crecer en el mercado.

- Ampliación de servicios.
- El mejoramiento continuo como principio institucional.
- La política de calidad marca un rumbo a proyectarse.
- Satisfacción del cliente: muy buena en base a prestación de servicio.

### 2.4.1 Estrategias

**Tabla 16 Estrategias**

| ESTRATEGIA | DETALLE | RESPONSABLE | TIEMPO | COSTO |
|---|---|---|---|---|
| **Comunicación** | Mediante promoción y Publicidad | Departamento de Marketing | 3 meses | $ 250,00 |
| **Servicio al cliente** | Un trato personalizado | Departamento Administrativo | 2 meses | $ 75,00 |
| **Producción** | Innovación del producto (valor agregado) | Departamento de Producción | 5 meses | $ 200,00 |
| **Posicionamiento** | Artesanías de calidad e innovadoras | Departamento de Marketing | 8 meses | $ 250,00 |
| **Investigación** | Tendencia de moda, gustos y preferencias de los clientes | Departamento Administrativo | 5 meses | $ 200,00 |
| **Proveedores** | Investigar los precios más bajos de proveedores | Departamento Financiero | 3 meses | $ 150,00 |
| **Promoción** | Dar a conocer las artesanías en Página Web y a través del Ministerio de Turismo | Departamento Administrativo | 7 meses | $ 350,00 |

**Elaborado por: Karina Noboa.**

# CAPÍTULO III

# ESTUDIO DE MERCADO

## 3.1 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Es el estudio del comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que, consideran, satisfarán sus necesidades. El comportamiento del consumidor, como una disciplina de marketing y se enfoca en la forma en que los individuos toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero y esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo. (Slideshare, 2012)

### 3.1.1 Determinación de la Población y Muestra

La población o universo se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan. En una investigación puede considerarse varias poblaciones o sub-poblaciones. Se debe incluir una breve descripción de las características más sobresalientes de la población, en términos de su importancia para el estudio.

#### 3.1.1.2 Muestra

La muestra es una representación significativa de las características de la población, que bajo, la asunción de un error (generalmente no superior al 5%) estudiamos las características de un conjunto poblacional mucho menor que la población global. (Spiegel, 2012)

La población que se realizó la encuesta fue a la del Centro Histórico de Quito, mediante una investigación se llegó a establecer que la población es de 11.078 personas.

n= Tamaño de la muestra
N= Población (11078/4 familias=2.769.50)
$E^2$ = Margen de error

**Figura 23 Muestra**

Fórmula

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

Aplicación de la Fórmula

$$n = \frac{2769}{(2768)(0.05)^2 + 1} = 350$$

**Elaborado por: Karina Noboa.**

3.1.2 Técnicas de Obtención de Información

Se refiere a un conjunto organizado de datos, que constituyen un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno. Cuando tenemos que resolver un problema o tomar una decisión, empleamos diversas fuentes de información, y construimos lo que en general se denomina como conocimiento o información organizada, que permite la resolución de problemas o toma de decisiones.

3.1.2.1 Entrevista

Consiste en reunirse con una o varias personas y cuestionarlas para obtener información del cual tendrá que elaborarse una guía de entrevista, la cual contendrá preguntas básicas sobre la información que se desea obtener de determinada área o puesto de la empresa, la base del diseño de cada entrevista dependerá del objetivo que se quiera alcanzar y la información que se desea obtener. Se emplean para obtener información deseada en forma homogénea.

Están constituidos por series de preguntas, escritas predefinidas, secuenciadas y separadas por capítulos y temáticas. (Benjamin, 2011)

3.1.2.2 Observación

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimiento que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación. (Encinoza, 2008)

3.1.2.3 El Cuestionario

Es un instrumento básico de la observación en la encuesta y en la entrevista. En el cuestionario se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables. Posibilita observar los hechos a través de la valoración que hace de los mismos el encuestado o entrevistado, limitándose la investigación a las valoraciones subjetivas de este. (Muñoz, 2010)

3.1.2.4 Observación de Campo

Es el recurso principal de la observación descriptiva; se realizan en los lugares donde ocurren los hechos o fenómenos investigados. La investigación social y educativa recurre en gran medida a esta modalidad.

Al realizar la observación de campo se necesita contar con una guía de información para recolectar los datos y para investigar los indicadores y relaciones entre las variables. (Gil, 2013)

3.1.2.5 Encuesta

Es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se les realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. Es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario pre diseñado. (Crece negocios, 2013)

Análisis

Se eligió la encuesta y la observación de campo por que permiten una investigación a las personas mediante información necesaria que necesitamos para enfocarnos hacia el proyecto será factible o no, además de que se realiza donde ocurren los hechos ya que se recolecta datos con un margen de error mínimo.

3.1.2.6 Formato de Encuesta

**ENCUESTA**

El objetivo de esta encuesta es obtener una mayor idea de la necesidad que existe en fomentar el turismo hacia los ecuatorianos y turistas Extranjeros con la implementación de una microempresa dedicada a la realización de artesanías a nivel del Centro Histórico de Quito. Lo que se quiere es que cada uno exprese su criterio sobre las artesanías realizadas con cuero de pescado según el formato de la encuesta. Deben ser honestos en sus respuestas.

Marque con una X las siguientes preguntas:

1.- ¿Conoce o ha escuchado sobre las artesanías cuero de pescado?

- Si ☐
- No ☐

2.- ¿Estaría dispuesto a probar una nueva forma de artesanía?

- Si ☐
- No ☐

3.- ¿Con que frecuencia usted adquiere productos artesanales?

- Cada mes ☐
- Cada semana ☐
- Eventualmente ☐
- En feriados ☐

4.- ¿Aceptaría usted la implementación de una microempresa dedicada a la producción de artesanías?

- Si ☐
- No ☐

5.- ¿En qué lugar usted adquiere sus productos artesanales?

- Ferias ☐
- Centros Comerciales ☐
- Bazares o Galerías ☐
- Mercados Artesanales ☐

6.- ¿Cuál es el nivel de satisfacción con sus proveedores?

- Excelente ☐
- Muy bueno ☐
- Bueno ☐
- Regular ☐

7.- ¿Regalaría artesanías de cuero de pescado?

- Si ☐
- No ☐

8.- Si tuviera la oportunidad de adquirir artesanías de cuero de pescado que le gustaría comprar?

- Billeteras ☐
- Llaveros ☐
- Collares ☐

9.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una artesanía?

- 1.00 – 3.00 ☐
- 3.00 – 5.00 ☐
- 5.00 - 10.00 ☐

### 3.1.3 Análisis de la Información

Después de realizar las respectivas encuestas procedemos a realizar el análisis de la información y el resultado de la misma.

#### 3.1.3.1 Tabulaciones de la Encuesta Aplicada

1.- ¿Conoce o ha escuchado sobre las artesanías cuero de pescado?

**Tabla 17 Encuesta Pregunta No. 1**

| RESPUESTA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| SI | 118 | 33,71% |
| NO | 232 | 66,29% |
| TOTAL | 350 | 100% |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 24 Pastel Pregunta No. 1**

**Fuente: Investigación de Mercado (Encuesta).**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Recomendación: Se demuestra que la mayoría de personas no han escuchado acerca de las artesanías de cuero de pescado.

Conclusión: La grafica refleja que el 66% de las personas encuestadas respondieron que no conocen las artesanías basadas en cuero de pescado, y el 34% contestaron que si habían escuchado o conocido de estas artesanías.

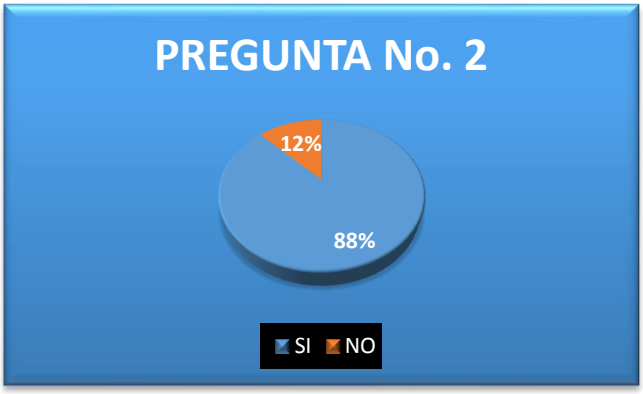
2.- ¿Estaría dispuesto a probar una nueva forma de artesanía?

**Tabla 18 Encuesta Pregunta 2**

| RESPUESTA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| SI | 307 | 87,71% |
| NO | 43 | 12,29% |
| TOTAL | 350 | 100% |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 25 Pastel Pregunta No. 2**




**Fuente: Investigación de Mercado (Encuesta).**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Recomendación: Las personas respondieron que si están dispuestas a probar una nueva forma de artesanías.

Conclusión: Se observa que el 88% de las personas encuestadas respondieron que SI están dispuestos a probar una nueva forma de artesanías, mientras que el 12% de ellas respondieron que NO.

3.- ¿Con que frecuencia usted adquiere productos artesanales?

**Tabla 19 Encuesta Pregunta No. 3**

| RESPUESTA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| CADA MES | 54 | 15,43% |
| CADA SEMANA | 42 | 12% |
| EVENTUALMENTE | 118 | 33,71% |
| EN FERIADOS | 136 | 38,86% |
| TOTAL | 350 | 100% |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 26 Pastel Pregunta No. 3**

**Fuente: Investigación de Mercado (Encuesta).**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Recomendación: Las personas demuestran que adquieren artesanías en varios lugares del país.

Conclusión: Se observa que el 15% de las personas encuestadas adquieren artesanías cada mes, mientras que el 12% las adquiere cada semana por otro lado el 34% de la personas adquiere el producto eventualmente y finalmente El 39% de ellas respondieron que adquieren en feriado.

4.- ¿Aceptaría usted la implementación de una microempresa dedicada a la producción de artesanías?

**Tabla 20 Encuesta Pregunta No. 4**

| RESPUESTA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| SI | 301 | 86% |
| NO | 49 | 14% |
| TOTAL | 350 | 100% |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 27 Pastel Pregunta No. 4**

**Fuente: Investigación de Mercado (Encuesta).**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Recomendación: Respeto a la implementación de la microempresa dedicada a la producción de artesanías existe un buen porcentaje de aceptación.

Conclusión: Se observa que el 86% de las personas encuestadas respondieron que sí, mientras que el 14% no están de acuerdo con la implementación de la microempresa.

5.- ¿En qué lugar usted adquiere sus productos artesanales?

**Tabla 21 Encuesta Pregunta No. 5**

| RESPUESTA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| FERIAS | 100 | 28,57% |
| CENTROS COMERCIALES | 69 | 19,71% |
| BAZARES O GALERIAS | 36 | 10,29% |
| MERCADOS ARTESANALES | 145 | 41,43% |
| TOTAL | 350 | 100% |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 28 Pastel Pregunta No. 5**

**Fuente: Investigación de Mercado (Encuesta).**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Recomendación: La mayoría opina que la adquisición de las artesanías se lo hace cuando salen de turismo y esto se da mediante los mercados artesanales.

Conclusión: Se estableció que el 29% de los encuestados respondieron que adquieren productos artesanales en ferias, mientras que el 20% las adquiere en centros comerciales. Por otra parte el 10% adquieren el producto en bazares o galerías y el 41% que es la mayoría las adquiere en mercados artesanales.

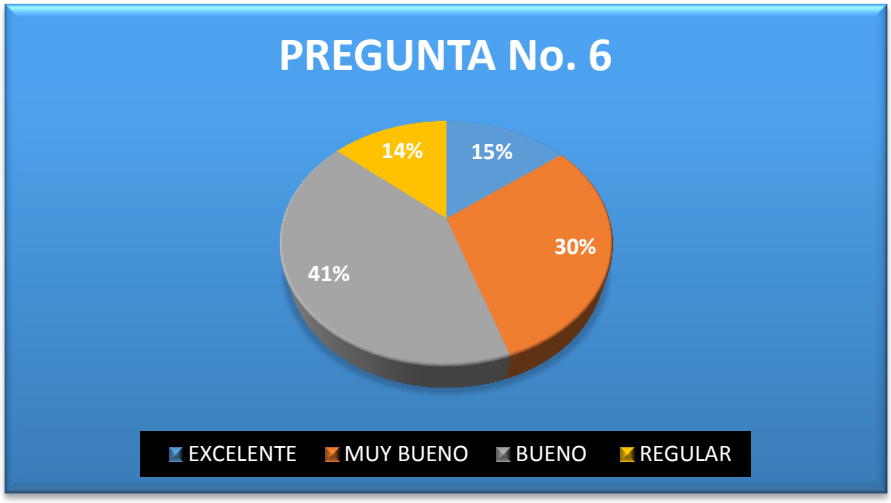
6.- ¿Cuál es el nivel de satisfacción con sus proveedores?

**Tabla 22 Encuesta Pregunta No. 6**

| RESPUESTA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| EXCELENTE | 51 | 14,57% |
| MUY BUENO | 106 | 30,29% |
| BUENO | 145 | 41,43% |
| REGULAR | 48 | 13,71% |
| TOTAL | 350 | 100% |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 29 Pastel Pregunta No. 6**




**Fuente: Investigación de Mercado (Encuesta).**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Recomendación: Existe un nivel básico de bueno en lo que respecta a el nivel de satisfacción que tiene con el proveedor.

Conclusión: Las personas han expresado que 15% es de satisfacción excelente con sus proveedores mientras que el 30% respondieron que tienen un nivel muy bueno de satisfacción. El 41% respondieron que tienen un nivel bueno de satisfacción con sus proveedores y por último el 14% respondió que tiene un nivel de satisfacción regular.

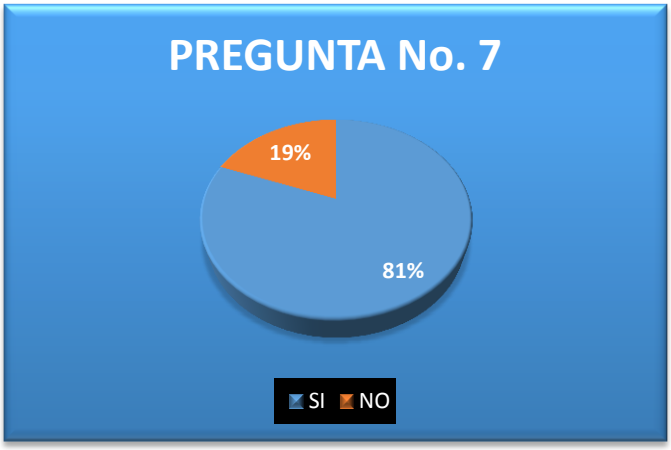
7.- ¿Regalaría artesanías de cuero de pescado?

**Tabla 23 Encuesta Pregunta No. 7**

| RESPUESTA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| SI | 283 | 80,86% |
| NO | 67 | 19,14% |
| TOTAL | 350 | 100% |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 30 Pastel Pregunta No. 7**




**Fuente: Investigación de Mercado (Encuesta).**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Recomendación: La mayoría se regalarían una artesanía basada en la producción de cuero de pescado.

Conclusión: La grafica refleja que 81% respondió que SI regalaría una artesanía basada en el cuero de pescado, mientras que el 19% de los encuestados respondieron que No lo harían.

8.- Si tuviera la oportunidad de adquirir artesanías de cuero de pescado que le gustaría comprar?

**Tabla 24 Encuesta Pregunta No. 8**

| RESPUESTA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| BILLETERAS | 112 | 32% |
| LLAVEROS | 125 | 35,71% |
| COLLARES | 113 | 32,29% |
| TOTAL | 350 | 100% |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 31 Pastel Pregunta No. 8**

**Fuente: Investigación de Mercado (Encuesta).**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Recomendación: Se concluye que las personas tienen varios gustos en lo que respecta a la adquisición de artesanías.

Conclusión: 32% de las personas encuestadas respondieron que les gustaría comprar billeteras, mientras que el 36% respondieron que llaveros y finalmente el 32% de estas que adquirirían Bolsos.

9.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una artesanía?

**Tabla 25 Encuesta Pregunta No. 9**

| RESPUESTA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| 1,00 a 3,00 | 134 | 38,29% |
| 3,00 a 5,00 | 134 | 38,29% |
| 5.00 en adelante | 82 | 23,42% |
| TOTAL | 350 | 100% |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 32 Pastel Pregunta No. 9**

**Fuente: Investigación de Mercado (Encuesta).**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Recomendación: Se concluye que existen diferentes precios al consumidor dependiendo del nivel de ingresos que tenga este.

Conclusión: De las personas encuestadas el 38% están dispuestas a pagar entre 1.00 a 3.00 dólares, mientras que un 38% están dispuestos a pagar por una artesanía a partir de 3.00 hasta 5.000 dólares, y por último el 24% está dispuesto a pagar de 5.00 en adelante.

Análisis:

Se determinó que el proyecto si es factible debido a que la mayoría de personas no conocen de las artesanías basada en cuero de pescado y eso es beneficioso porque es algo nuevo en el mercado además que las personas si gustan de las artesanías (turistas extranjeros). La satisfacción que las personas que tienen con sus proveedores no es tan bueno eso sería una oportunidad para la microempresa además que si están dispuestos a comprar estos productos.

## 3.2 OFERTA

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. (Warren, 2000)

### 3.2.1 Oferta Histórica

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes ofreció sus productos a disposición del mercado a un precio determinado en años anteriores.

**Tabla 26 Oferta Histórica**

| AÑO | OFERTA ACTUAL | FACTOR P.I.B SECTORIAL | OFERTA HISTÓRICA |
|---|---|---|---|
| **2013** | 94.500 | 0,016 | 92988,00 |
| **2012** | 92988,00 | 0,018 | 91314,22 |
| **2011** | 91314,22 | 0,034 | 88209,54 |
| **2010** | 88209,54 | 0,067 | 82299,5 |
| **2009** | 82299,5 | 0,009 | 81558,8 |
| **TOTAL** | | | 436370,06 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 3.2.2 Oferta Actual

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertante está dispuesto a poner actualmente sus productos a disposición del mercado a un precio determinado.

**Tabla 27 Oferta Actual**

| EMPRESAS | UNIDADES PROD. | VALOR $ |
|---|---|---|
| **HUMACATAMA** | 6144 | 20.000 |
| **GUAYASAMIN ARTE** | 4547 | 16.700 |
| **SOUVENIRS** | 7189 | 22.400 |
| **EL QUINDE** | 5083 | 17.400 |
| **THE ANDES FOLKLORE** | 7400 | 18.000 |
| TOTAL | **30363** | **94.500** |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 3.2.3 Oferta Proyectada

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes ofrecerá sus productos a disposición del mercado a un precio determinado en años próximos.

**Tabla 28 Oferta Proyectada**

| AÑO | OFERTA ACTUAL | FACTOR DE PROYECCIÓN | OFERTA PROYECTADA |
|---|---|---|---|
| **2015** | 94.500 | 0,035 | 97.807,50 |
| **2016** | 97.807,50 | 0,035 | 101.230,76 |
| **2017** | 101.230,76 | 0,035 | 104.773,84 |
| **2018** | 104.773,84 | 0,035 | 108.440,92 |
| **2019** | 108.440,92 | 0,035 | 112.236,35 |
| **TOTAL** | | | 524.489,37 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

## 3.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS

### 3.2.1 Oferta Histórica (Productos Sustitutos)

**Tabla 29 Oferta Histórica (Productos Sustitutos)**

| AÑO | OFERTA ACTUAL | FACTOR P.I.B SECTORIAL | OFERTA HISTÓRICA |
|---|---|---|---|
| **2013** | 41.763,00 | 0,016 | 41094,79 |
| **2012** | 41094,79 | 0,018 | 40355,08 |
| **2011** | 40355,08 | 0,034 | 38983,01 |
| **2010** | 38983,01 | 0,067 | 36371,15 |
| **2009** | 36371,15 | 0,009 | 36043,81 |
| **TOTAL** | | | 192847,84 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 3.2.2 Oferta Actual

**Tabla 30 Oferta Actual (Productos Sustitutos)**

| EMPRESAS | UNIDADES PROD. | VALOR $ |
|---|---|---|
| **GALERIA DE ARTESANIA** | 5.689 | 16.590,00 |
| **QUILLA SISA** | 3.956 | 14.628,00 |
| **EL ABORIGEN** | 2.100 | 10.545,00 |
| **TOTAL** | **11.745** | **41.763,00** |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 3.2.3 Oferta Proyectada

**Tabla 31 Oferta Proyectada (Productos Sustitutos)**

| AÑO | OFERTA ACTUAL | FACTOR DE PROYECCIÓN | OFERTA PROYECTADA |
|---|---|---|---|
| **2015** | 41.763,00 | 0,035 | 43.224,71 |
| **2016** | 43.224,71 | 0,035 | 44.737,57 |
| **2017** | 44.737,57 | 0,035 | 46.303,38 |
| **2018** | 46.303,38 | 0,035 | 47.924,00 |
| **2019** | 47.924,00 | 0,035 | 49.601,34 |
| **TOTAL** | | | 231.791,00 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

## 3.4 DEMANDA

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimiento del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (La Gran enciclopedia de la Economía, 2010)

### 3.4.1 Demanda Histórica

**Tabla 32 Demanda Histórica**

| AÑO | DEMANDA ACTUAL | CRECIMIENTO POBLACIONAL | DEMANDA HISTÓRICA |
|---|---|---|---|
| **2013** | 59.904,48 | 0,0218 | 58598,56 |
| **2012** | 58598,56 | 0,0218 | 57321,11 |
| **2011** | 57321,11 | 0,0218 | 56071,51 |
| **2010** | 56071,51 | 0,0218 | 54849,15 |
| **2009** | 54849,15 | 0,0218 | 53653,44 |
| **TOTAL** | | | 280493,77 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 3.4.1 Demanda Actual

**Tabla 33 Demanda Actual**

| **Población** | **11.078** |
|---|---|
| **(*) Conoce las artesanías 33,71% (0,3371) =** | 3.734,39 |
| **(*) Frecuencia de compra 50,86% (0,5086) =** | 1.899,31 |
| **(*) Acepta la implementación Micro. 86% (0,86) =** | 1.633,41*12 = 19.600,91 |
| **(*) Precio $ 5,00 =** | **98.004,53** |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 3.4.3 Demanda Proyectada

**Tabla 34 demanda Proyectada**

| AÑO | DEMANDA ACTUAL | CRECIMIENTO POBLACIONAL | DEMANDA PROYECTADA |
|---|---|---|---|
| **2015** | 98.004,53 | 0,0218 | 100.141,03 |
| **2016** | 100.141,03 | 0,0218 | 102.324,10 |
| **2017** | 102.324,10 | 0,0218 | 104.554,77 |
| **2018** | 104.554,77 | 0,0218 | 106.834,06 |
| **2019** | 106.834,06 | 0,0218 | 109.163,04 |
| **TOTAL** | | | 523.017,00 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

## 3.5 BALANCE OFERTA-DEMANDA

### 3.5.1 Balance Actual

**Tabla 35 Balance Actual**

| OFERTA | DEMANDA | DEMANDA INSATISFECHA |
|---|---|---|
| **94.500** | 98.004,53 | -3.504,53 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 3.5.2 Balance Proyectado

**Tabla 36 balance Proyectado**

| AÑO | OFERTA | DEMANDA | DEMANDA INSATISFECHA |
|---|---|---|---|
| | | | |
| **2015** | 97.807.50 | 100.141,03 | -2.333,53 |
| **2016** | 101.230.76 | 102.324,10 | -1.093,34 |
| **2017** | 104.773.84 | 104.554,77 | 219,07 |
| **2018** | 108.440.92 | 106.834,06 | 1.606,86 |
| **2019** | 112.236.35 | 109.163,04 | 3.073,31 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

# CAPÍTULO IV

# ESTUDIO TÉCNICO

## 4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Es la capacidad de producción de bienes o la cobertura de los servicios que tendrá el proyecto en un periodo de referencia. Técnicamente la capacidad es el máximo de unidades (bienes o servicios) que se puede obtener de unas instalaciones productivas en una unidad de tiempo. El tamaño del proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto como: la dimensión y las características del mercado, la tecnología del proceso productivo, la disponibilidad de insumos y materia prima, la localización, los costos de inversión y operación y el financiamiento del proyecto. (Villalobos, 2012)

### 4.1.1 Capacidad Instalada

La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de la infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse. En todo sistema de producción o de prestación de servicios se requiere de una dotación de recursos físicos, humanos, tecnológicos, maquinaria y equipos, para poder procesar la materia e insumos relacionados hasta transformarla en producto terminado o servicios prestados. (Mejia Canos, 2013)

**Tabla 37 Capacidad Instalada**

| PRODUCTO | FRECUENCIA | TIEMPO | DIARIOS | MENSUAL | ANUAL |
|---|---|---|---|---|---|
| **BILLETERAS** | d | 32 m | 15 | 330 | 3960 |
| **LLAVEROS** | d | 16 m | 30 | 660 | 7920 |
| **COLLARES** | d | 32 m | 15 | 330 | 3960 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Para determinar la capacidad Instalada de Fish Art se tomó en cuenta los siguientes factores: Mediante una investigación se puedo constatar que cada trabajador se demora en realizar una artesanía (billetera) 32 minutos al día. La microempresa trabajara 8 horas al día lo que significa que si se quiere conocer el tiempo en minutos multiplicamos las 8 horas por los 60 minutos que tiene una hora (60*8=480), ya establecidos los minutos del día se divide los 480 minutos para los 32 minutos de elaboración de artesanías (billeteras) (480/32=15), lo que da como resultado que se van a producir 15 billeteras diarias a estas las multiplicamos por 22 días que tiene el mes que da como resultado 330 artesanías mensuales, y finalmente por los 12 meses que tiene el año que da como resultado 3960 artesanías anuales.

Nota: Se realiza el mismo procedimiento con los siguientes artículos artesanales como son los llaveros y los collares.

### 4.1.2 Capacidad Óptima

La capacidad óptima es uno de los parámetros fundamentales que permiten definir el límite de capacidad para realizar funciones o actividades referentes al giro del negocio. (Slideshare, 2011)

**Tabla 38 Capacidad Óptima**

| DEPARTAMENTO | ANCHO m2 | LARGO m2 |
|---|---|---|
| **Administrativo** | 3,50 | 4,50 |
| **Producción** | 4,50 | 9,00 |
| **Marketing** | 4,00 | 4,50 |
| **Local** | 6,00 | 4,00 |
| **Baños** | 2,00 | 1,50 |

**Elaborado por: Karina Noboa.**

## 4.2 LOCALIZACIÓN

### 4.2.1 Macro-localización

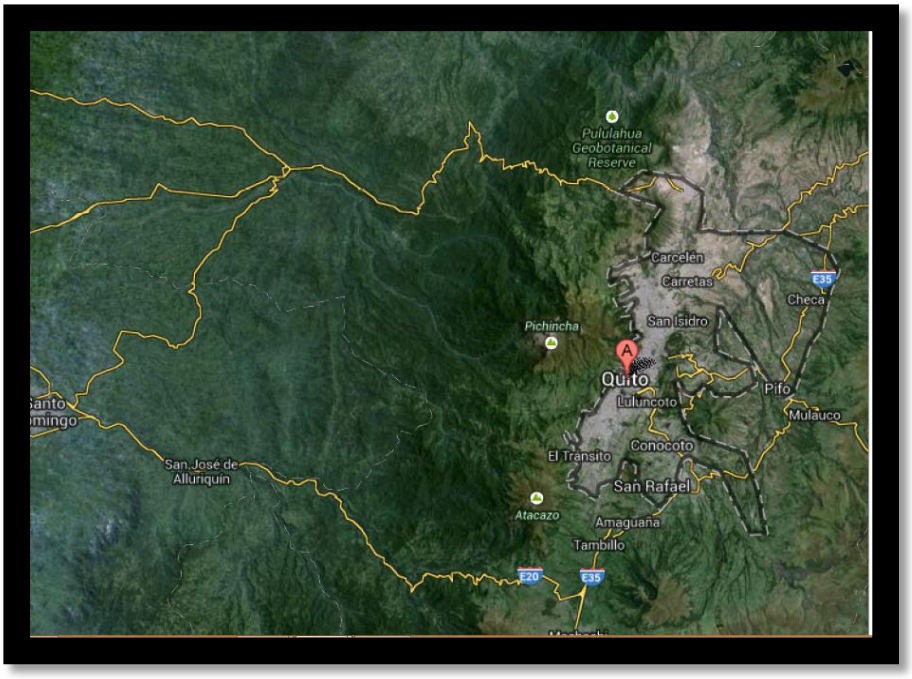
Tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas. La región seleccionada puede ser en el ámbito internacional, nacional o territorial, solo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico. (Rivera, 2012)

**Tabla 39 Macro-localización**

| PAÍS | ECUADOR |
|---|---|
| **PROVINCIA** | PICHINCHA |
| **CANTON** | QUITO |
| **PARROQUIA** | MANUELA SAENZ |
| **SECTOR** | LA RONDA |

**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 33 Macro-Localización**



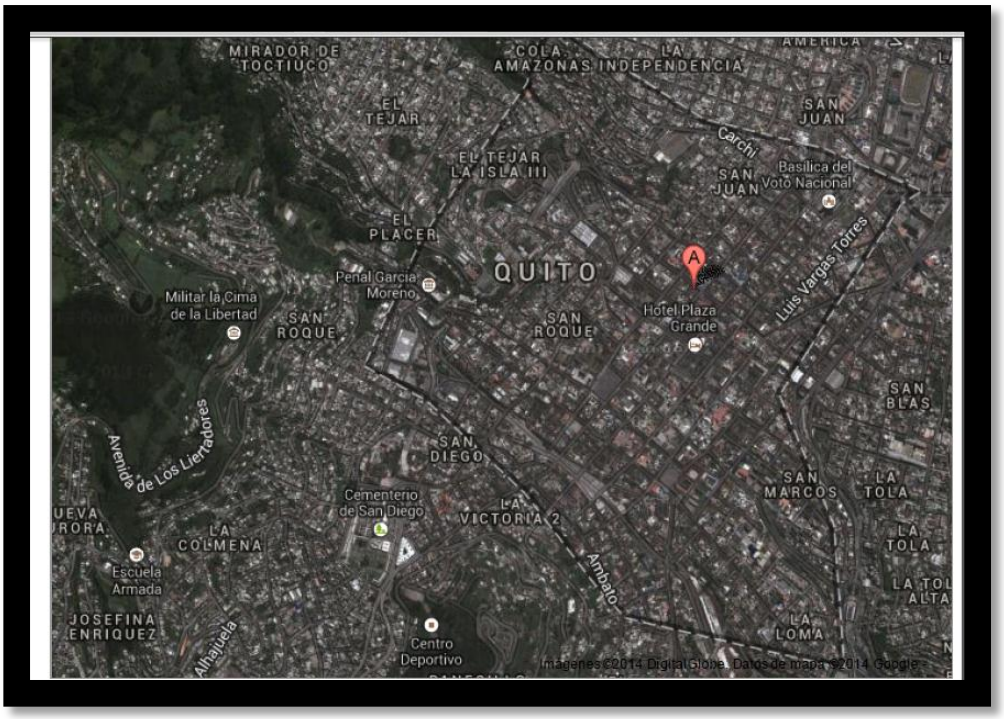

**Fuente: Google Maps.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

El presente proyecto estará ubicado en Quito, Provincia de Pichincha, Parroquia Manuela Sáenz, Sector la Ronda del Distrito Metropolitano de Quito.

### 4.2.2 Micro-localización

Se elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente o temporal la empresa o negocio. (Rivera, Macro y micro localización, 2012)

**Figura 34 Micro-Localización**



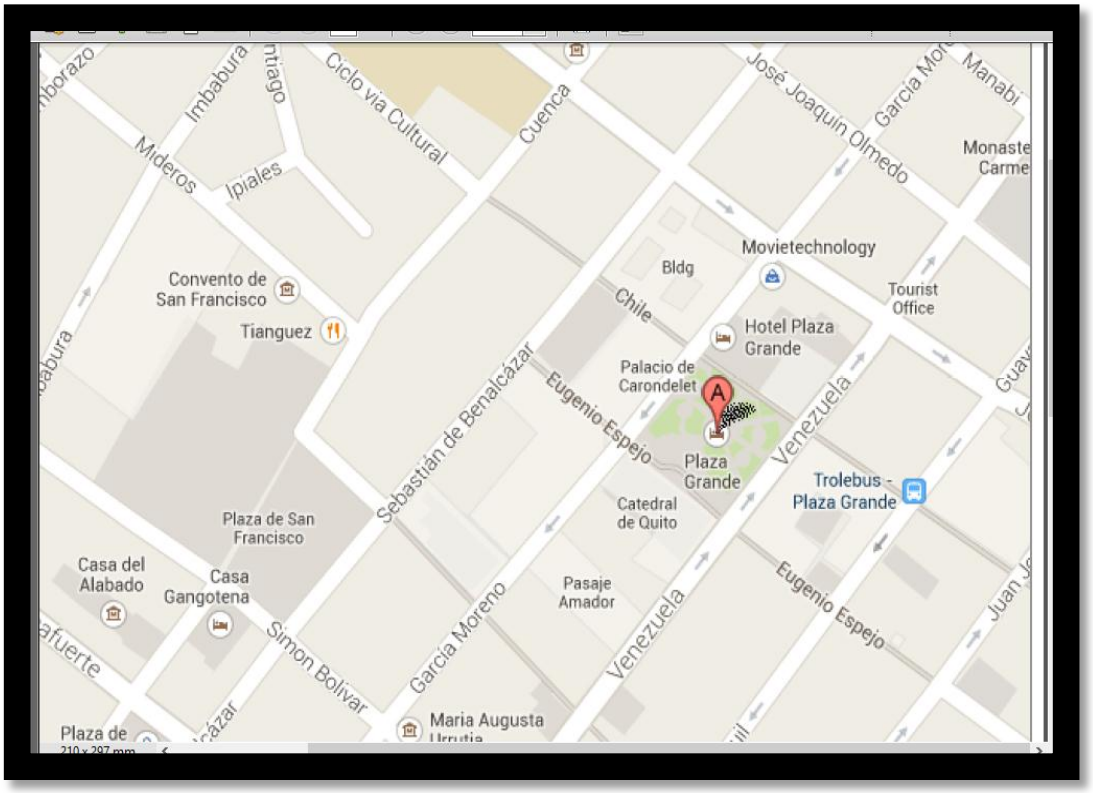

**Fuente: Google Maps.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

El presente proyecto se ha enfocado en el Centro Histórico de Quito debido a que en el sector se desarrollara las actividades de la microempresa debido a que ahí existe mucha influencia de turistas tanto nacionales como extranjeros al igual por ser un lugar de infraestructuras patrimoniales. Debido a que este sector es Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Este lugar cuenta con todo lo necesario para la implementación de la microempresa debido a que hay servicios básicos al igual que muchas vías de acceso al lugar.

### 4.2.3 Localización Óptima

**Figura 35 localización Óptima**




**Fuente: Google Maps.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

La microempresa Fish Art estará localizado en la Av. Venezuela y Chile, es una ventaja competitiva debido a que está ubicado en un lugar de mucha influencia turística tanto nacional como internacional.

### 4.2.4 Matriz de Localización

**Tabla 40 Matriz de Localización**

| FACTORES RELEVANTES | PONDERACIÓN | CALLE VENEZUELA Y CHILE | | CALLE VENEZUELA Y JOSE JOAQUIN DE OLMEDO | | CALLE VENEZUELA Y EUGENIO ESPEJO | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | CALIFICACIÓN | TOTAL | CALIFICACIÓN | TOTAL | CALIFICACIÓN | TOTAL |
| RENTA | 0,2 | 8 | 1,6 | 9 | 1,8 | 10 | 1,8 |
| CERCANIA DEL MERCADO | 0,2 | 10 | 2 | 9 | 1,8 | 6 | 1,2 |
| VÍAS DE ACCESO | 0,1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 9 | 0,9 |
| TRANSPORTE | 0,1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 |
| SEGURIDAD | 0,15 | 9 | 1,35 | 7 | 1,0 | 6 | 0,9 |
| COMPETENCIA | 0,15 | 7 | 1,05 | 8 | 1,2 | 8 | 1,2 |
| SERVICIOS BÁSICOS | 0,1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 |
| **TOTAL** | **1** | **64** | **9** | **63** | **8 ,8** | **59** | **8** |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

Al comparar los tres factores en distintas direcciones se llegó a establecer que la más idónea es la que se única en la calle Venezuela y Chile debido a que en este lugar se cumple con todos los requerimientos para su funcionamiento.

## 4.3 INGENIERÍA DEL PRODUCTO

### 4.3.1 Definición del B y S

La microempresa está dedicada a la elaboración y comercialización de artesanías basadas en cuero de pescado, el cual se encuentra proyectado en fomentar el turismo a nivel de Quito específicamente en el Centro Histórico de Quito debido a la gran influencia de turistas tanto nacionales como extranjeros.

Por otro lado se busca fomentar la cultura hacia los ecuatorianos debido a que existe un desinterés por las costumbres ecuatorianas. El producto es innovador debido a que se basa en un recurso poco utilizable como es el cuero de pescado y gracias a la implementación de este recurso se llega a establecer que se pueden realizar objetos de valor como son las artesanías para la decoración del hogar o como un implemento más para uso cotidiano.

El servicio que imparte esta microempresa es de dar a sus clientes un producto de calidad y poco conocido además de que se lleven un lindo recuerdo de territorio ecuatoriano hacia el exterior por parte de los extranjeros mientras que los ecuatorianos aprecien más los productos culturales hechos por manos ecuatorianas.

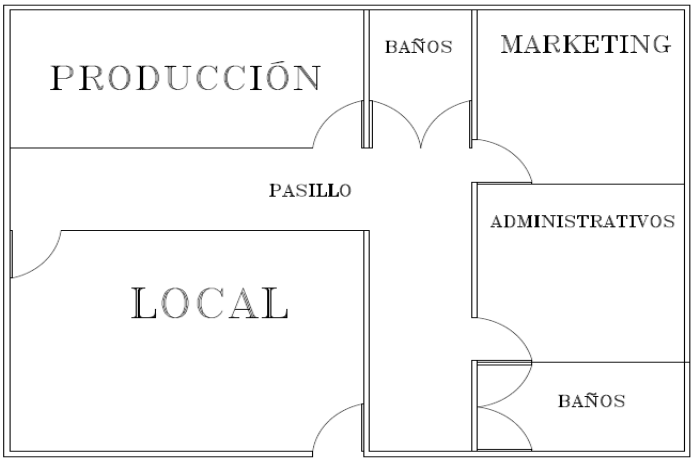
### 4.3.2 Distribución de la Planta

**Tabla 41 Distribución de la Planta**

| DEPARTAMENTO | ANCHO m2 | LARGO m2 |
|---|---|---|
| **Administrativo** | 3,50 | 4,50 |
| **Producción** | 4,50 | 9,00 |
| **Marketing** | 4,00 | 4,50 |
| **Local** | 6,00 | 3,00 |
| **Baños** | 2,00 | 1,50 |

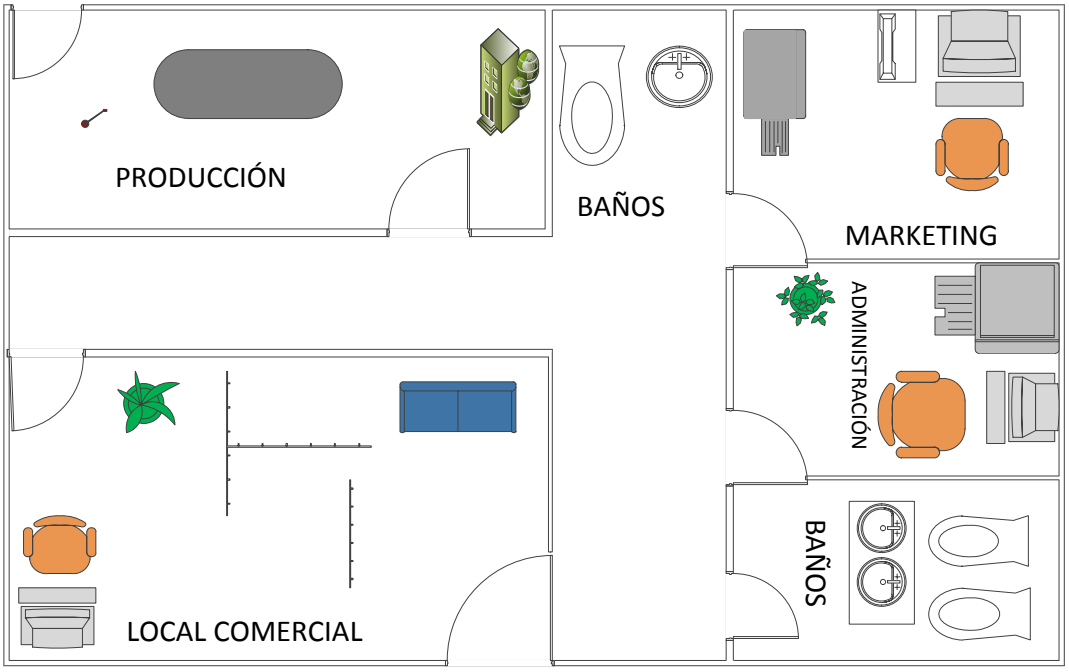
**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 36 Distribución de la Planta**




**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Figura 37 Plano Distribución de la Planta**




**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 4.3.3 Matriz Cruzada

**Tabla 42 Matriz Cruzada**

| CODIGO | SIGNIFICADO |
|---|---|
| **A** | Absolutamente necesario |
| **E** | Especialmente necesario |
| **I** | Importante |
| **O** | Cercanía Ordinaria |
| **U** | Cercanía Indiferente |
| **X** | Cercanía indeseable |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 4.3.4 Códigos de Cercanía

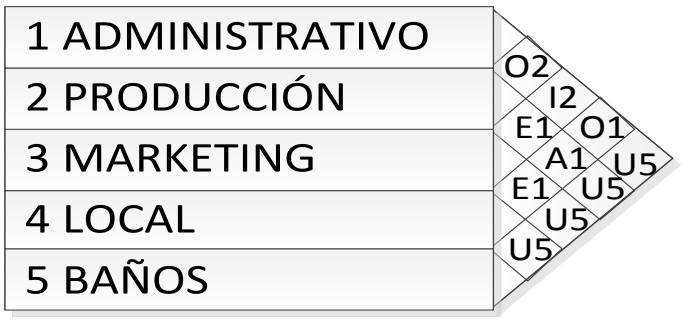
**Tabla 43 Códigos de Cercanía**

| CÓDIGO | SIGNIFICADO |
|---|---|
| **1** | Por Proceso |
| **2** | Por Gestión Administrativa |
| **3** | Por Seguridad |
| **4** | Por Ruido |
| **5** | Por Higiene |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 4.3.5 Matriz Triangular

**Figura 38 Matriz Triangular**




**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

## 4.4 Proceso Productivo

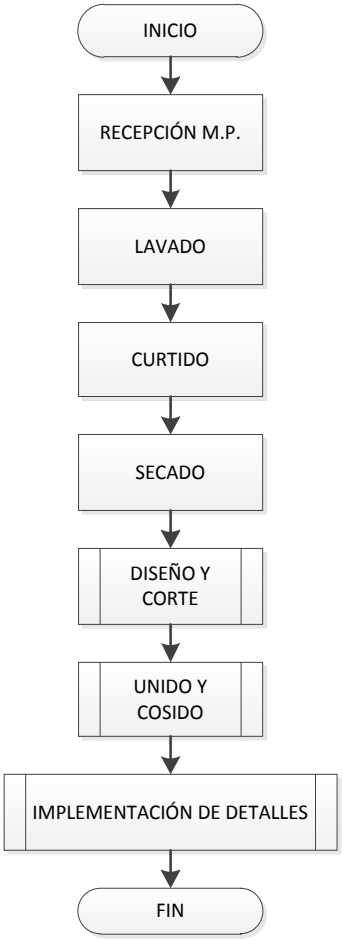
**Tabla 44 Proceso Productivo**

| ACTIVIDAD | SIMBOLOGÍA | TIEMPO |
|---|---|---|
| **Recepción M.P** | INICO | 10 minutos |
| **Lavado** | PROCESO | 2 horas |
| **Curtido** | PROCESO | 1 día |
| **Secado** | PROCESO | 1 día |
| **Diseño y Corte** | SUBPROCESO | 10 minutos |
| **Unir y Coser** | SUBPROCESO | 10 minutos |
| **Implementación detalles finales** | FIN | 15 minutos |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 4.4.1 Flujograma Producción

**Figura 39 Flujograma Producción**




**Elaborado por: Karina Noboa.**

4.3.4 Maquinaria y Equipo

**Tabla 45 Maquinaria y Equipo**

| MÁQUINARIA Y EQUIPOS | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|---|---|---|---|
| **Fulón** | 2 | 3.000 | 6.000 |
| **Máquina de Coser** | 2 | 1450 | 2900 |
| **Refrigeradora** | 1 | 589 | 589 |
| **Balanza de Gramos** | 2 | 32,40 | 64,80 |
| **Medidor PH** | 3 | 79,65 | 238,95 |
| **Caja Registradora** | 1 | 249 | 249 |
| **TOTAL** | **11** | **5.400,05** | **10.041,75** |
| **EQUIPOS DE OFICINA** | | | |
| **Carpetas** | 7 | 1,15 | 8,05 |
| **Caja de clips** | 3 | 0,50 | 1,50 |
| **Remas de hojas papel bond** | 5 | 4,50 | 22,50 |
| **Perforadora** | 3 | 3,50 | 10,50 |
| **Grapadora** | 3 | 2,50 | 7,50 |
| **Caja de grapas** | 2 | 1,00 | 2,00 |
| **Teléfonos** | 4 | 22,00 | 88,00 |
| **TOTAL** | **27** | **35,15** | **140,05** |
| **EQUIPOS DE COMPUTACIÓN** | | | |
| **Laptops** | 3 | 655 | 1965 |
| **Impresora Multifuncional** | 2 | 350 | 700 |
| **TOTAL** | **5** | **1005** | **2665** |
| **MUEBLES Y ENSERES** | | | |
| **Escritorios** | 5 | 157 | 785 |
| **Sillas giratorias** | 5 | 79 | 395 |
| **Archivador** | 2 | 77 | 154 |
| **TOTAL** | **12** | **313** | **1334** |
| **ESTANTERIAS** | | | |
| **ESTANTERIA 1** | 3 | 200 | 600 |
| **ESTANTERIA 2** | 2 | 80 | 160 |
| **TOTAL** | **5** | **280** | **760** |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

# CAPÍTULO V

# ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, y los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los periodos de vida útil. Son el resultado de los estudios previos de mercado, técnico y organizacional, los cuales van a ser utilizados para determinar la viabilidad económica del proyecto. (Carvajal, 2013)

## 5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. Por lo general, toda empresa está dedicada a uno o más actividades son consideradas ingresos operacionales.

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal. (Paredes, 2012)

**Tabla 46 Ingresos Operacionales**

| PRODUCTO | 2014 | | |
|---|---|---|---|
| | CANTIDAD | PRECIO | INGRESO |
| **BILLETERAS** | 3960 | 4.00 | 15840 |
| **LLAVEROS** | 7920 | 2.50 | 19800 |
| **COLLARES** | 3960 | 5.00 | 19800 |
| **TOTAL** | | | 55440 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

Los ingresos operacionales fueron obtenidos de la determinación de la capacidad instalada que tiene la microempresa, debido a que allí podemos determinar cuántos productos artesanales se va a realizar al año así mismo como el precio y el costo que incurre en cada uno de ellos.

**Tabla 47 Proyección de Ingresos Operacionales**

| AÑO | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 | AÑO 2017 | AÑO 2018 |
|---|---|---|---|---|---|
| INGRESOS | 55440 | 58178.104 | 61051.44 | 64066.68 | 67230.85 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

Para determinar la proyección de ingresos operacionales, se realizó mediante la multiplicación de las unidades producidas en el año 2014 con el crecimiento poblacional a nivel de quito que es el 2.18%. Mientras que para calcular el precio se determinó en base a la inflación que es del 2.70%.

## 5.2 COSTOS

El costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio. (Contabilidad, 2012)

### 5.2.1 Costo Directo

Son aquellos que pueden identificarse directamente con el objeto de costos, sin necesidad de ningún tipo de reparto. Los costos directos se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, sea un producto, un servicio, una actividad, como por ejemplo los materiales directos y la mano de obra directa destinados a la fabricación de un producto, o los gastos de publicidad efectuados

diariamente para promocionar los productos en un territorio particular de ventas. (Contabilidad, 2013)

**Tabla 48 Materia Prima Directa**

| MATERIA PRIMA DIRECTA | MENSUAL | ANUAL |
|---|---|---|
| QUIMICOS | 83,33 | 1000 |
| PIEL DE PESCADO | 1,00 | 12 |
| HILO | 2,67 | 32 |
| TAGUA PEPITAS | 8,33 | 100 |
| TOTAL M.P.D | 95,33 | 1144 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Tabla 49 Mano de Obra Directa**

| CARGO | SBU MENSUAL | APORTE IESS 9,45% | APORTE PATRONAL 12,15% | SUELDO MENSUAL | SUELDO ANUAL |
|---|---|---|---|---|---|
| OPERARIO 1 | 340,00 | 32,13 | 41,31 | 349,18 | 4190,16 |
| OPERARIO 2 | 340,00 | 32,13 | 41,31 | 349,18 | 4190,16 |
| TOTAL | | | | | 8380,32 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Tabla 50 Costo directo**

| | |
|---|---|
| MATERIA PRIMA DIRECTA | 1144 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 8380,32 |
| TOTAL | 9524,32 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

Para los costos directos se toma solo en cuenta la Materia Prima y Mano de Obra directa que incurre en el producto. Con Respecto a la Mano de Obra directa no se toma en cuenta el décimo tercer y cuarto cuarto debido a que tenemos calificación artesanal.

### 5.2.2 Costos Indirectos

Son aquellos costos cuya identificación con un objeto de costos específico es muy difícil, o no vale la pena realizarla. Para imputar los costos indirectos a los distintos departamentos, productos o actividades, es necesario, normalmente recurrir a algún tipo de mecanismo de asignación, distribución o reparto. Los costos comunes a varios productos o costos conjuntos reciben también el tratamiento de costos indirectos. (Contabilidad, 2013)

**Tabla 51 Materia Prima Indirecta**

| MATERIA PRIMA INDIRECTA | ANUAL |
|---|---|
| AJUGAS | 2,00 |
| PEGAMENTO | 12,00 |
| TIJERAS | 5,00 |
| TOTAL | 19,00 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Tabla 52 Sueldos y Salarios M.O.I**

| CARGO | SBU MENSUAL | APORTE IESS 9,45% | APORTE PATRONAL 12,15% | SUELDO MENSUAL | SUELDO ANUAL |
|---|---|---|---|---|---|
| CAJERO | 400,00 | 37,8 | 48,6 | 410,80 | 4929,6 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

**Tabla 53 Costos Indirectos**

| | |
|---|---|
| MATERIA PRIMA INDIRECTA | 19,00 |
| SUELDOS Y SALARIOS (MOI) | 4929,6 |
| TOTAL | 4948,60 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

Para calcular los costos indirectos se determinó solo en base a factores que intervienen indirectamente en el producto. Como en el anterior para sueldos y salarios no se toma en cuenta el décimo tercer y cuarto sueldo.

5.2.3 Gastos Administrativos

Representa los gastos devengados en el periodo incurridos en el desenvolvimiento administrativo de la entidad.

Comprende los gastos de personal (retribuciones, cargas sociales, servicios al personal, etc.), servicios contratados a terceros (computación, seguridad, etc.), seguros, comunicaciones y traslados, impuestos, mantenimiento y reparaciones, depreciación de bienes de uso, amortización de cargos diferidos y activos intangibles y otros gastos de administración (gastos notariales y judiciales, alquileres, energía eléctrica, agua y calefacción, papelería, útiles y materiales de servicio, etc.) (Enciclopedia Fianciera, 2012)

**Tabla 54 Gastos Administrativos**

| DESCRIPCIÓN | MENSUAL | ANUAL |
|---|---|---|
| **SUELDOS Y SALARIOS** | **560,75** | **6729** |
| **Gerente** | 560,75 | 6729 |
| **SUMINISTROS DE OFICINA** | **46.68** | **140,05** |
| **UTILES DE ASEO** | **17,11** | **51,34** |
| **SERVICIOS BÁSICOS** | **155** | **1860** |
| **Luz** | 20 | 240 |
| **Agua** | 25 | 300 |
| **Internet** | 50 | 600 |
| **Teléfono** | 60 | 720 |
| **ARRIENDO** | **700** | **8400** |
| **GASTOS CONSTITUCIÓN** | | **114** |
| **TOTAL** | 1479,54 | 17294,39 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

Los gastos administrativos se determinaron en base a todo lo que va a gastar la microempresa mensualmente y anualmente. Usted puede observar cómo se realizó el rol de pagos del Gerente General al igual de que como se determinó los gastos de constitución en el respectivo anexo No. 1. Tomando en cuenta que los útiles de aseo y suministros de oficina solo se lo van a comprar tres veces al año.

5.2.4 Costo de Ventas

Es el costo que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende. (Geriencie, 2011)

**Tabla 55 Costo de Ventas**

| DESCRIPCIÓN | MENSUAL | ANUAL |
|---|---|---|
| SUELDOS Y SALARIOS | 821.60 | 9859,2 |
| COMISIONES | 100 | 1200 |
| SUMINISTROS DE OFICINA | 46.68 | 140,05 |
| UTILES DE ASEO | 17.11 | 51,34 |
| TRANSPORTE Y FLETES | 58.33 | 700 |
| PUBLICIDAD | 42.50 | 170,00 |
| TOTAL | 1086.22 | 12120,59 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

Se determina de forma real todo lo que se va a gastar en comercializar el bien. Usted puede observar cómo se realizó el rol de pagos de los vendedores en el respectivo anexo No. 2. Tomando en cuenta que los útiles de aseo y los suministros de oficina solo se lo van a comprar tres veces al año, y posteriormente se determinó que la publicidad se la va a realizar solamente 4 veces al año.

5.2.5 Costos Financieros

Es el que se integra por los gastos derivados de allegarse fondos de financiamiento por lo cual representa las erogaciones destinadas a cubrir en moneda nacional o extranjera, los intereses, comisiones y gastos que deriven de un título de crédito o contrato respectivo, donde se definen las condiciones específicas y los porcentajes pactados; se calculan sobre el monto del capital y deben ser cubiertos durante un cierto periodo de tiempo. Incluye las fluctuaciones cambiarias y el resultado de la posición monetaria. (Definición.org, 2011)

**Tabla 56 Costos Financieros**

| | |
|---|---|
| **INTERESES A LARGO PLAZO** | **1418,34** |
| **TOTAL** | 1418,34 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

Para determinar los costos financieros solo se tomó en cuenta el interés bancario a largo plazo (Préstamos). Del Banco del Pichincha. La Microempresa debe cubrir un pago de intereses de $ 1418.34 de un préstamo de 25385.08 a dos años plazo a un interés del 15.18%.

### 5.2.6 Costos Fijos y Variables

Costos fijos son los que se tienen que pagar sin importar si la empresa produce mayor o menor cantidad de productos, como ejemplo está los arrendamientos, que aunque la empresa este activa o no hay que pagarlos, así produzca 100 o 500 unidades siempre deberán pagar el mismo valor por concepto de arrendamiento.

Los costos variables son los que se cancelan de acuerdo al volumen de producción, tal como la mano de obra, (si la producción es baja, se contratan pocos empleados, si aumentan pues se contrataran más y si disminuye, se despedirán), también tenemos la materia prima, que se comprara de acuerdo a la cantidad que se esté produciendo. (Solorzano, 2013)

**Tabla 57 Costos Fijos y Variables**

| DETALLE | COSTO FIJO | COSTO VARIABLE |
|---|---|---|
| **COSTO DIRECTO** | | |
| **MATERIA PRIMA DIRECTA** | | 1144,00 |
| **MANO DE OBRA DIRECTA** | 8380,32 | |
| **COSTOS INDIRECTOS** | | |
| **MATERIA PRIMA INDIRECTA** | | 19,00 |
| **SUELDOS Y SALARIOS (MOI)** | 4929,60 | |
| **GASTOS ADMINISTRATIVOS** | | |
| **SUELDOS Y SALARIOS** | 6729,00 | |
| **UTILES DE ASEO** | | 51,34 |
| **SUMINISTROS DE OFICINA** | | 140,05 |
| **SERVICIOS BASICOS** | | 1860,00 |
| **ARRIENDO** | 8400,00 | |
| **GASTOS CONSTITUCIÓN** | 114,00 | |
| **COSTO DE VENTAS** | | |
| **SUELDOS Y SALARIOS** | 9859,20 | |
| **COMISIONES** | 1200,00 | |
| **UTILES DE ASEO** | | 51,34 |
| **SUMINISTROS DE OFICINA** | | 140,05 |
| **TRANSPORTE Y FLETES** | | 700,00 |
| **PUBLCIDAD** | | 170,00 |
| **COSTOS FINANCIEROS** | | |
| **INTERESES A LARGO PLAZO** | 1418,34 | |
| **TOTAL** | **41030,46** | **4275,78** |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

Se determinó que en costos fijos se va a gastar $ 41.030,46 mientras que en costos variables un aproximado a $ 4.275,78.

### 5.2.1 INVERSIONES

Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividiendo o mediante la venta a un mayor a su costo de adquisición. (Rafael, 2010)

#### 5.2.1.1 Inversión Fija

La inversión fija es la asignación de recursos reales y financieros para obras físicas o servicios básicos del proyecto, cuyo monto por naturaleza no tiene necesidad de ser transado en forma continua durante el horizonte del planeamiento, solo en el momento de su adquisición o transferencia a terceros. (Inversiones y financiamiento del proyecto CAPITULO 4)

**Tabla 58 Inversión Fija**

| DESCRIPCIÓN | VALOR |
|---|---|
| MAQUINARIA Y EQUIPOS | 10.041,75 |
| MUEBLES Y ENSERES | 1334 |
| EQUIPOS DE OFICINA | 140,05 |
| EQUIPOS DE COMPUTACION | 2665 |
| ESTANTERIAS | 760 |
| TOTAL | 14940,80 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

#### 5.2.1.2 Activos Fijos

Es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado, para ser explotado por la empresa. Un bien que la empresa ha construido o adquirido con el objetivo de conservarlo para utilizarlo, explotarlo, para ponerlo al servicio de la empresa, se considera fijo.

Por lo general, el activo fijo es aquel que hace parte de la propiedad, planta y equipo, como son los automóviles, maquinaria, edificios, muebles, terrenos.

**Tabla 59 Activos Fijos**

| MÁQUINARIA Y EQUIPOS | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|---|---|---|---|
| **Fulón** | 2 | 3.000 | 6.000 |
| **Máquina de Coser** | 2 | 1450 | 2900 |
| **Refrigeradora** | 1 | 589 | 589 |
| **Balanza de Gramos** | 2 | 32,40 | 64,80 |
| **Medidor PH** | 3 | 79,65 | 238,95 |
| **Caja Registradora** | 1 | 249 | 249 |
| **TOTAL** | **11** | **5.400,05** | **10.041,75** |
| **EQUIPOS DE OFICINA** | | | |
| **Carpetas** | 7 | 1,15 | 8,05 |
| **Caja de clips** | 3 | 0,50 | 1,50 |
| **Remas de hojas papel bond** | 5 | 4,50 | 22,50 |
| **Perforadora** | 3 | 3,50 | 10,50 |
| **Grapadora** | 3 | 2,50 | 7,50 |
| **Caja de grapas** | 2 | 1,00 | 2,00 |
| **Teléfonos** | 4 | 22,00 | 88,00 |
| **TOTAL** | **27** | **35,15** | **140,05** |
| **EQUIPOS DE COMPUTACION** | | | |
| **Laptops** | 3 | 655 | 1965 |
| **Impresora Multifuncional** | 2 | 350 | 700 |
| **TOTAL** | **5** | **1005** | **2665** |
| **MUEBLES Y ENSERES** | | | |
| **Escritorios** | 5 | 157 | 785 |
| **Sillas giratorias** | 5 | 79 | 395 |
| **Archivador** | 2 | 77 | 154 |
| **TOTAL** | **12** | **313** | **1334** |
| **ESTANTERIAS** | | | |
| **ESTANTERIA 1** | 3 | 200 | 600 |
| **ESTANTERIA 2** | 2 | 80 | 160 |
| **TOTAL** | **5** | **280** | **760** |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

5.2.1.3 Activos Nominales (Diferidos)

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Tienen, pues, a diferencia de los gastos pagados por anticipado, propiamente dichos, naturaleza de partidas no monetarias siendo, en consecuencia, susceptibles de ser ajustados por inflación.

**Tabla 60 Activos Nominales**

| DETALLE | VALOR |
|---|---|
| GASTOS DE CONSTITUCIÓN | 114,00 |
| TOTAL | 114,00 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

5.2.1.4 Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento. En otras palabras es el Capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el Proyecto, esto es financiar la producción antes de percibir ingresos. (Inversiones y Financiamiento del Proyecto)

**Tabla 61 Capital de Trabajo**

| DETALLE | PRIMER MES | SEGUNDO MES | TERCER MES | TOTAL |
|---|---|---|---|---|
| MATERIA PRIMA DIRECTA | 95,33 | 95,33 | 95,33 | 286,00 |
| MATERIA PRIMA INDIRECTA | 1,58 | 1,58 | 1,58 | 4,75 |
| SUELDOS Y SALARIOS | 2491,51 | 2491,51 | 2491,51 | 7474,53 |
| ARRIENDO | 700 | 700 | 700 | 2100 |
| SERVICIOS BASICOS | 155,00 | 155,00 | 155,00 | 465,00 |
| TOTAL | 3443,43 | 3443,43 | 3443,43 | 10330,28 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

Son los valores calculados durante los tres primeros meses de funcionamiento de la empresa. El Capital de Trabajo que cuenta la Microempresa es de $ 10330.28

5.2.1.5 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

Las fuentes de financiación son todos aquellos mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de sus objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial.

Es necesario que se recurra al crédito en la medida ideal, es decir que sea el estrictamente necesario, porque un exceso en el monto puede generar dinero ocioso, y si es escaso, no alcanzará para lograr el objetivo de rentabilidad del proyecto. (Antonio, 2012)

**Tabla 62 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos**

| DETALLE | USO DE FONDOS | RECURSOS PROPIOS | BANCO |
|---|---|---|---|
| **INVERSIÓN FIJA** | **14940,80** | | |
| **Maquinaria y Equipo** | 10041,75 | | 10041,75 |
| **Muebles y enseres** | 1334 | 1334 | |
| **Equipos de oficina** | 140,05 | 140,05 | |
| **Equipos de computación** | 2665 | 2665 | |
| **Estanterías** | 760 | 760 | |
| **ACTIVOS NOMINALES** | **114,00** | | |
| **Gastos de constitución** | 114,00 | 114,00 | |
| **CAPITAL DE TRABAJO** | **10330,28** | | |
| **Materia Prima Directa** | 286,00 | 286,00 | |
| **Materia prima indirecta** | 4,75 | 4,75 | |
| **Sueldos y salarios** | 7474,53 | | 7474,53 |
| **Arriendo** | 2100,00 | 2100,00 | |
| **Servicios Básicos** | 465,00 | 465,00 | |
| **TOTAL DE LA INVERSIÓN** | **25385,08** | **7868,80** | **17516,28** |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

Para el presente proyecto el total de inversión es de $ 25.385.08 de los cuales $ 17.516,28 van a ser financiados lo que representa 69% con recursos propios, mientras que $ 7.868,80 van a ser financiados en el banco mediante un préstamo, que representa el 31%.

5.2.1.6 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

La amortización es la pérdida de valor de los activos intangibles, en cada año el valor disminuye por la amortización que aplica a los activos diferidos y consiste en un cargo que se realiza para recuperar la inversión.

**Tabla 63 tabla de amortización**

| TABLA DE AMORTIZACIÓN | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |
| Inversión : | 100% | 25.385,08 | | |
| Cap. Propio : | 31% | 7.868,80 | | |
| Financiamiento : | 69% | 17.516,28 | | |
| Plazo : | | 24 | MESES | |
| Interés : | | 15% | 0,63% | |
| Pagos : | | MENSUAL | | |

| Periodo | Saldo | Interés | Cuota Fija | Capital | Saldo Insoluto |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 17.516,28 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 17.516,28 |
| 1 | 17.516,28 | 110,79 | 788,94 | 678,15 | 16.838,13 |
| 2 | 16.838,13 | 106,50 | 788,94 | 682,44 | 16.155,69 |
| 3 | 16.155,69 | 102,18 | 788,94 | 686,76 | 15.468,93 |
| 4 | 15.468,93 | 97,84 | 788,94 | 691,10 | 14.777,83 |
| 5 | 14.777,83 | 93,47 | 788,94 | 695,47 | 14.082,35 |
| 6 | 14.082,35 | 89,07 | 788,94 | 699,87 | 13.382,48 |
| 7 | 13.382,48 | 84,64 | 788,94 | 704,30 | 12.678,18 |
| 8 | 12.678,18 | 80,19 | 788,94 | 708,75 | 11.969,43 |
| 9 | 11.969,43 | 75,71 | 788,94 | 713,24 | 11.256,20 |
| 10 | 11.256,20 | 71,20 | 788,94 | 717,75 | 10.538,45 |
| 11 | 10.538,45 | 66,66 | 788,94 | 722,29 | 9.816,16 |
| 12 | 9.816,16 | 62,09 | 788,94 | 726,86 | 9.089,31 |
| 13 | 9.089,31 | 57,49 | 788,94 | 731,45 | 8.357,85 |
| 14 | 8.357,85 | 52,86 | 788,94 | 736,08 | 7.621,78 |
| 15 | 7.621,78 | 48,21 | 788,94 | 740,73 | 6.881,04 |
| 16 | 6.881,04 | 43,52 | 788,94 | 745,42 | 6.135,62 |
| 17 | 6.135,62 | 38,81 | 788,94 | 750,13 | 5.385,49 |
| 18 | 5.385,49 | 34,06 | 788,94 | 754,88 | 4.630,61 |
| 19 | 4.630,61 | 29,29 | 788,94 | 759,65 | 3.870,95 |
| 20 | 3.870,95 | 24,48 | 788,94 | 764,46 | 3.106,49 |
| 21 | 3.106,49 | 19,65 | 788,94 | 769,29 | 2.337,20 |
| 22 | 2.337,20 | 14,78 | 788,94 | 774,16 | 1.563,04 |
| 23 | 1.563,04 | 9,89 | 788,94 | 779,06 | 783,98 |
| 24 | 783,98 | 4,96 | 788,94 | 783,98 | 0,00 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

Para la tabla de amortización se tomó en cuenta un interés del 15.18% del Banco del pichincha. Corresponde a un préstamo de dos años, el cual nos determina que vamos a tener que pagar cuotas mensuales de entre 600 a 800 durante ese lapso de tiempo.

### 5.2.1.7 Depreciación (tabla de depreciación)

Las depreciaciones son consideradas las disminuciones del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc.

Pérdida o disminución del valor de un activo fijo debido al uso, a la acción del tiempo o a la obsolescencia. La depreciación tiene por objeto ir separando y acumulando fondos para restituir un determinado bien, que va perdiendo valor por el uso.

**Tabla 64 Depreciación**

| DESCRIPCIÓN | AÑO 0 | VIDA ÚTIL | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 | AÑO 2017 | AÑO 2018 | VALOR RESIDUAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Maquinaria y Equipo** | 10.041,75 | 10 | 1004,18 | 1004,18 | 1004,18 | 1004,18 | 1004,18 | 5.020,88 |
| **Equipos de Oficina** | 140,05 | 10 | 14,01 | 14,01 | 14,01 | 14,01 | 14,01 | 70,03 |
| **Equipo de Computación** | 2665 | 3 | 888,33 | 888,33 | 888,33 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| **Estanterías** | 760 | 10 | 76,00 | 76,00 | 76,00 | 76,00 | 76,00 | 380 |
| **Muebles y Enceres** | 1334 | 10 | 133,40 | 133,40 | 133,40 | 133,40 | 133,40 | 667 |
| **TOTAL** | 14.940,80 | 43 | 2115,91 | 2115,91 | 2115,91 | 1227,58 | 1227,58 | 6137,90 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 5.2.1.8 Estado de Situación Inicial

El Estado de Situación Inicial es un cuadro organizado de valores que muestra la situación financiera de la empresa u organización al inicio de las actividades operacionales. El balance general se encuentra constituido por:

**Activos.-** Cualquier objeto físico tangible que se posea, o derecho intangible en propiedad, que tenga un valor en dinero, o algún valor o costo que beneficie a un período futuro; en otras palabras son todos los bienes y servicios que tiene la empresa, dentro de ella encontramos Activos Corrientes, Activos Diferidos y Activos Fijos.

**Pasivos.-** "Cantidad que debe una persona a otra, pagadera en dinero, o en bienes o servicios, consecuencia de una partida de activo o un servicio recibido". Los pasivos son las obligaciones que tiene la empresa con terceras personas, están conformados por: Pasivos Corrientes a Corto Plazo y Pasivos a Largo Plazo.

**Patrimonio.-** Son los recursos propios de los accionistas.

**Tabla 65 Estado de Situación Inicial**

| MICROEMPRESA FISH ART | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL | | | | | | |
| DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014 | | | | | | |
| | | | | | | |
| **ACTIVOS** | | | | **PASIVOS** | | |
| **ACTIVO CORRIENTE** | | 10330,28 | | **PASIVO CORRIENTE** | | |
| **Capital de Trabajo** | 10330,28 | | | | | |
| | | | | **Ctas por pagar** | 17516,28 | |
| **ACTIVO FIJO** | | 14940,80 | | | | |
| **Maquinaria y Equipos** | 10041,75 | | | **TOTAL PASIVOS** | | 17516,28 |
| **Equipos de Oficina** | 140,05 | | | | | |
| **Equipos de Computación** | 2665 | | | | | |
| **Muebles y enceres** | 1334 | | | **PATRIMONIO** | | |
| **Estanterías** | 760 | | | | | |
| | | | | **Capital Social** | 7868,80 | |
| **ACTIVO NOMINAL** | | 114,00 | | | | |
| **Gastos de constitución** | 114,00 | | | **TOTAL PATRIMONIO** | | 7868,80 |
| | | | | | | |
| **TOTAL ACTIVOS** | | 25385,08 | | **TOTAL PASIVO + PATRIMONIO** | | 25385,08 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

5.2.1.9 Estado de resultados proyectado (cinco años)

**Tabla 66 Estado de Resultados Proyectado**

| | DESCRIPCIÓN | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 | AÑO 2017 | AÑO 2018 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | VENTAS | 55440,00 | 58178,10 | 61051,44 | 64066,68 | 67230,85 |
| (-) | COSTO DE PRODUCCIÓN | 14472,92 | 14863,69 | 15265,01 | 15677,16 | 16100,45 |
| (=) | **UTILIDAD BRUTA EN VENTAS** | **40967,08** | **43314,42** | **45786,43** | **48389,52** | **51130,40** |
| | | | | | | |
| (-) | GASTOS OPERACIONALES | | | | | |
| | GASTOS ADMINISTRATIVOS | 17294,39 | 17761,34 | 18240,89 | 18733,40 | 19239,20 |
| | GASTO DE VENTAS | 12120,59 | 12447,85 | 12783,94 | 13129,10 | 13483,59 |
| | GASTOS FINANCIEROS | 1418,34 | 1456,64 | 1495,96 | 1536,36 | 1577,84 |
| | **TOTAL GASTOS OPERACIONALES** | **30833,32** | **31665,82** | **32520,80** | **33398,86** | **34300,63** |
| (=) | **UTILIDAD NETA** | **10133,76** | **11648,60** | **13265,63** | **14990,66** | **16829,77** |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

Para determinar el Estado de resultados proyectado se basaron en los valores anuales del cuadro de ingresos operacionales de los cinco años del proyecto además se tomó en cuenta la inflación que es de un 2,70%. Lo que refleja el estado de resultados es que el primer año se va a tener una utilidad de $ 10.133,76 dólares lo que resulta muy alentador para la microempresa. Según el Art. 101 del Código de Trabajo los artesanos tienen exoneración de pago de utilidades.

5.2.2.0 Flujo de Caja

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El flujo de caja se analiza a través del Estado de Flujo de Caja.

El objetivo del estado de flujo de caja es proveer información relevante sobre los ingresos y egresos de efectivo de una empresa durante un período de tiempo. Es un estado financiero dinámico y acumulativo. (Diccionario el mundo)

**Tabla 67 flujo de caja**

| | AÑO 0 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 | AÑO 2017 | AÑO 2018 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **FUENTE** | **25385,08** | **10133,76** | **11648,60** | **13265,63** | **14990,66** | **16829,77** |
| **Aporte Propio** | 7868,80 | | | | | |
| **Préstamo** | 17516,28 | | | | | |
| **Utilidad Neta** | | 10133,76 | 11648,60 | 13265,63 | 14990,66 | 16829,77 |
| | | | | | | |
| **USOS** | **25385,08** | **709,17** | **709,17** | **0,00** | **0,00** | **0,00** |
| **Inversión Fija** | 14940,80 | | | | | |
| **Inversión Diferida** | 114,00 | | | | | |
| **Capital de Trabajo** | 10330,28 | | | | | |
| **Amortización Int.** | 0,00 | 709,17 | 709,17 | | | |
| **Flujo Actual** | 25385,08 | 9424,59 | 10939,43 | 13265,63 | 14990,66 | 16829,77 |
| **Flujo Acumulado** | 25385,08 | 34809,67 | 45749,10 | 59014,73 | 74005,39 | 90835,17 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

## 5.3 EVALUACIÓN

### 5.3.1 Tasa de Descuento

Es la diferencia expresada en términos porcentuales, entre el precio que se paga por un título y su Valor nominal, siendo este último superior al primero y sujeto a ser rescatado en una fecha determinada.

**Tabla 68 Tasa de Descuento**

| TMAR | TASA ACTIVA | TASA PASIVA |
|---|---|---|
| TMAR | **8,17% + 4,53%** | |
| **TMAR =** | **12,70%** | |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

Para determinar la Tasa de descuento se sumó la tasa activa y la tasa pasiva.

### 5.3.2 VAN

El Valor Actual Neto de una inversión o proyecto de inversión es una medida de la rentabilidad absoluta neta que proporciona el proyecto, esto es, mide en el momento inicial del mismo, el incremento de valor que proporciona a los propietarios en términos absolutos, una vez descontada la inversión inicial que se ha debido efectuar para llevarlo a cabo.

**Tabla 69 VAN**

| **TASA** | **12,70%** |
|---|---|
| **INVERSIÓN** | -25.385,08 |
| **2014** | 8.991,80 |
| **2015** | 9.171,19 |
| **2016** | 9.267,36 |
| **2017** | 9.292,34 |
| **2018** | 9.256,75 |
| **VAN** | 20.594,37 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 5.3.3 TIR

Tasa Interna de Retorno, TIR, es el tipo de descuento que hace que el VAN (valor actual o presente neto) sea igual a cero, es decir, el tipo de descuento que iguala el valor actual de los flujos de entrada (positivos) con el flujo de salida inicial y otros flujos negativos actualizados de un proyecto de inversión.
En el análisis de inversiones, para que un proyecto se considere rentable, la TIR debe ser superior al coste del capital empleado. (Iturrioz del Campo, 2011)

**Tabla 70 TIR**

| | |
|---|---|
| **INVERSIÓN** | **-25.385,08** |
| **2014** | 7.275,85 |
| **2015** | 6.004,81 |
| **2016** | 4.909,83 |
| **2017** | 3.983,57 |
| **2018** | 3.211,02 |
| **TIR** | 39% |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Análisis:

La Tasa Interna de Retorno es de 39%, la cual es mayor a la tasa de descuento que es que de 12.70% por lo tanto el proyecto es factible ya que su valor es mayor a la tasa mínima de rendimiento.

### 5.3.4 PRI (Período de Recuperación de la Inversión)

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. (Vaquir)

**Tabla 71 PRI**

| Periodo | FNE | Acumulado | Factor | FNE Actualizado | Acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |
| 0 | -25.385,08 | -25.385,08 | 1,00 | -25.385,08 | -25.385,08 |
| 1 | 10.133,76 | -15.251,32 | 0,89 | 8.991,80 | -16.393,28 |
| 2 | 11.648,60 | -3.602,72 | 0,79 | 9.171,19 | -7.222,09 |
| 3 | 13.265,63 | 9.662,91 | 0,70 | 9.267,36 | 2.045,28 |
| 4 | 14.990,66 | 24.653,57 | 0,62 | 9.292,34 | 11.337,62 |
| 5 | 16.829,77 | 41.483,35 | 0,55 | 9.256,75 | 20.594,37 |

| PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CORRIENTES | | |
|---|---|---|
| | | Inversión a |
| | Ingresos | Recuperar |
| AÑO 2 | 13.265,63 | -3.602,72 |
| 1 mes | 1105,47 | -2.497,26 |
| 2 mes | 1105,47 | -1.391,79 |
| 3 mes | 1105,47 | -286,32 |
| 4 mes | 1105,47 | 819,15 |
| 5 mes | 1105,47 | 1.924,62 |
| 6 mes | 1105,47 | 3.030,09 |
| 7 mes | 1105,47 | 4.135,56 |
| 8 mes | 1105,47 | 5.241,03 |
| 9 mes | 1105,47 | 6.346,50 |
| 10 mes | 1105,47 | 7.451,97 |
| 11 mes | 1105,47 | 8.557,44 |
| 12 mes | 1105,47 | 9.662,91 |

| PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS | | |
|---|---|---|
| | | Inversión a |
| | Ingresos | Recuperar |
| AÑO 2 | 9.267,36 | -7.222,09 |
| 1 mes | 772,28 | -6.449,81 |
| 2 mes | 772,28 | -5.677,53 |
| 3 mes | 772,28 | -4.905,25 |
| 4 mes | 772,28 | -4.132,97 |
| 5 mes | 772,28 | -3.360,69 |
| 6 mes | 772,28 | -2.588,41 |
| 7 mes | 772,28 | -1.816,13 |
| 8 mes | 772,28 | -1.043,84 |
| 9 mes | 772,28 | -271,56 |
| 10 mes | 772,28 | 500,72 |
| 11 mes | 772,28 | 1.273,00 |
| 12 mes | 772,28 | 2.045,28 |

| | | |
|---|---|---|
| PERIODO DE RECUPERACIÓN: | 2 AÑOS Y 3 MESES | PRVC |
| PERIODO DE RECUPERACIÓN: | 2 AÑOS Y 9 MESES | PRVA |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

### 5.3.5 RBC (Relación Costo Beneficio)

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

RELACIÓN COSTO BENEFICIO

$$RC/B = \frac{\text{FLUJOS ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$RC/B = \frac{46276,97}{25.385,08}$$

$$RC/B = 1,82$$

Análisis:

Después de obtener los resultados mediante el cálculo de la relación costo beneficio se puede llegar a la conclusión que por cada dólar que se invierte se recupera 0.82 ctvs.

### 5.3.6 Punto de Equilibrio

Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida, es aquel nivel de operaciones en el que los egresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos.

Si el punto de equilibrio determina el momento en el que las ventas cubren exactamente los costos, entonces, un aumento en el nivel de ventas por encima del nivel del punto de equilibrio, nos dará como resultado algún tipo de beneficio positivo. Y así, una disminución ocasionará pérdidas. Este cálculo es útil, al comienzo, para conocer el nivel mínimo de ventas a fin de obtener beneficios y recuperar la inversión.

FÓRMULA PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE = \frac{CF}{p - Cvu}$$

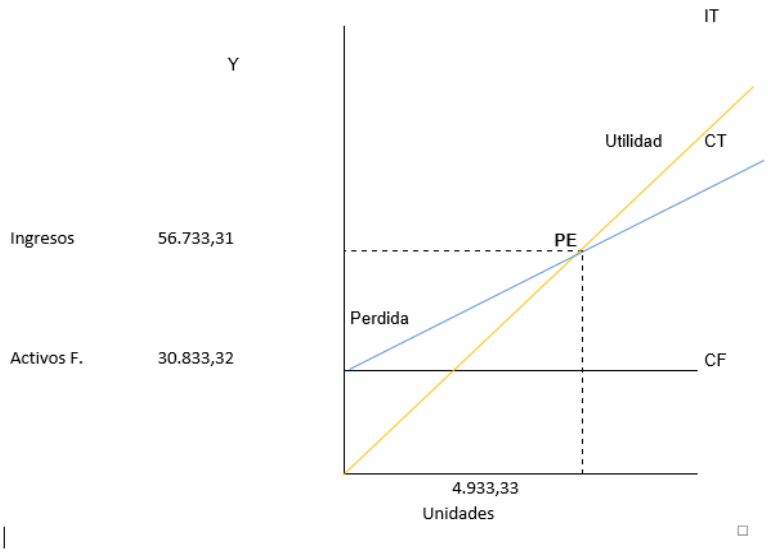
$$PE = \frac{30.833,32}{11,50 - 5,25}$$

$$PE = \frac{30.833,32}{6,25} = 4.933,33 \text{ unidades}$$

PE= 4933.33*11.50= 56733.31 en dólares.

5.3.7 Gráfico del Punto de Equilibrio

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



### 5.3.8 Análisis de Índices Financieros

Los indicadores de rendimiento, denominados también de rentabilidad o lucratividad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades.

#### 5.3.8.1 ROE (Return On Equity)

Se define como el cociente entre: beneficio neto después de impuestos/ fondos propios y tradicionalmente ha sido un ratio utilizado para medir la rentabilidad de una compañía. Este ratio es utilizado como una medida de la rentabilidad de una compañía y permite hacer comparaciones estáticas de distintas compañías dentro de un mismo sector.

ROE

$$ROE = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}}$$

$$ROE = \frac{10133{,}76}{7868{,}80}$$

$$ROE = 1{,}29$$

Análisis:

En el presente proyecto se obtiene una ganancia de 0.29 ctvs. en relación al patrimonio.

#### 5.3.8.2 ROA (Return on Assets)

Este ratio es utilizado en el análisis de entidades financieras, midiendo la rentabilidad sobre activos totales medios, expresándose habitualmente en porcentaje. Se calcula dividiendo el beneficio neto de la entidad entre los activos totales medios de la misma.

Mide el desempeño de los accionistas, en relación a la utilidad obtenida en un período. (Anabala, 2011)

ROA

$$ROA = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

$$ROA = \frac{10133,76}{25385,08}$$

$$ROA = 0,40$$

Análisis:

Por cada dólar que se invierte en el activo total, se recupera 0.40 ctvs. en la utilidad neta.

# CAPÍTULO VI

# ANÁLISIS DE IMPACTOS

## 6.1 Impacto Ambiental

Se define como impacto ambiental como la "Modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza". (Semanart, 2013)

El impacto ambiental para el presente proyecto es muy mínimo debido a que se trabaja con materiales e instrumentos biodegradables que no afectan al medio ambiente. Ya que la microempresa quiere fomentar el uso del cuero de pescado como un recurso utilizable y no como un desecho. Además se quiere implementar un manejo sostenible en cual se ayude a vivir de forma armónica con la naturaleza.

## 6.2 Impacto Económico

El impacto económico se define como los indicadores normalizados para considerar la balanza de tecnología, el comercio entre otros. Este se da por los recursos gastados en la investigación, o también por los recursos que generan después de realizar la investigación. (Guadalupe, 2012)

Con respecto al impacto económico en el proyecto se enfoca principalmente en generar recursos propios (utilidades) hacia la microempresa y gracias a esto la generación de nuevas plazas o fuentes de empleo que ayuden al país a crecer de forma positiva.

## 6.3 Impacto Productivo

El impacto productivo que va a tener el proyecto va a ser muy positivo debido a que es la creación de una microempresa dedicada a las artesanías con recurso propios del ecuador además de fomentar el turismo dentro del mismo y esto está determinado el plan del buen vivir lo que significa un impacto de beneficio hacia el país. Es un emprendimiento debido a que es una nueva forma de hacer artesanía.

## 6.4 Impacto Social

Hace referencia a todos los efectos que los diferentes proyectos al ser ejecutados, logran sobre la comunidad, aquí también son involucrados los resultados obtenidos o finales ya que a partir de esos "deseos", fue que se dio origen al programa que busca siempre como meta un mejoramiento de la comunidad a mediano o largo plazo en el tiempo. Impacto social no involucra tan sólo criterios económicos, sino también criterios de efecto, resultado e impacto del proyecto. Aquí vale la pena señalar que los efectos son relacionados al propósito del proyecto, mientras que los impactos hacen referencia al fin del mismo. (Salva, 2013)

El impacto social para el presente proyecto es que debido a la realización de las artesanías ayuda a rescatar la cultura hacia los ecuatorianos así como también dar a conocer las costumbres y tradiciones que tienen el Ecuador hacia los extranjeros que visitan el país.

# CAPÍTULO VII

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## 7.1 Conclusiones

Para el presente proyecto se realizó una investigación donde se llegó a la conclusión de que este proyecto es de gran apoyo para el Ecuador debido a que se busca fomentar el turismo y contribuir a la matriz productiva del país además de buscar formas de comercializar de productos en base de cuero de pescado y contribuir a la cultura ecuatoriana.

Para la elaboración de este proyecto fue necesario realizar entrevistas para conocer la opinión de los turistas tanto nacionales e internacionales que llegan al Centro Histórico de Quito además de los mercados artesanales los cuales son nuestros clientes potenciales. En la entrevista que se realizó se obtuvo o se llegó a la conclusión que nuestro proyecto si tiene acogida debido a que es un producto nuevo en el mercado además de innovador.

Con la información recopilada se comenzó a elaborar una breve descripción de la empresa y sus objetivos, mercadotecnia, así como diversos análisis entre ellos el de la competencia y el consumidor. También el análisis FODA, determinar las fortalezas y oportunidades que tiene la microempresa así mismo establecer un plan estratégico que nos ayuden a disminuir las debilidades y amenazas.

En base al análisis se realizó la parte creativa, en donde se muestra la identidad grafica para el posicionamiento de la marca, estableciendo un plan estratégico con medios que nos ayuden a llegar hacia el cliente como hojas volantes, cuñas.

## 7.2 Recomendaciones

Las recomendaciones que se llegó a concluir de la microempresa son las siguientes:

- Difundir el valor cultural de las artesanías con cuero de pescado en el Ecuador y hacia los extranjeros que vienen de visita.

- Elaborar productos de calidad.

- Debido a los buenos resultados del proyecto durante el primer año de investigación se recomienda ejecutar el plan propuesto ya que ayuda al desarrollo económico y social de nuestro país.

- Ofrecer al cliente seguridad, confianza en el servicio además de ofrecer un producto de muy buena calidad.

# Bibliografía

Anabala. (2011). *Aula Facil.* Obtenido de Aula Facil: http://www.aulafacil.com/anabala/lecc-15

Antonio, M. (2012). *Administración Empresarial.* Obtenido de Economía financiera y Gestión: http://cfsbusiness.files.wordpress.com/2012/sena-estado-de-fuentes-y-usos.p

*Banco Central del Ecuador.* (7 de Diciembre de 2013). Obtenido de Banco Central del Ecuador: http://www.bce.com

Benjamin, F. (2 de Febrero de 2011). Técnicas de Información. págs. 12-13.

Blogspot. (5 de Julio de 2013). *Blogspot.* Obtenido de Blogspot: http://www.blogspot.com

Bocanegro, H. P. (2010). Organigrama. En H. P. Bocanegro, *Organigrama* (págs. 14-16). Span Editorial.

Carlos, O. (2 de Diciembre de 2012). *Historia Artesanal*. Obtenido de Historia Artesanal: http://carlosorozco.wordpress.com/historia-artesanal

Carvajal. (1 de Febrero de 2013). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare: http://www.slideshare.net

Chang, H.-J. (2 de Enero de 2013-2017). *Plan Nacional del Buen Vivir.* Obtenido de Plan Nacional del Buen Vivir: www.buenvivir.gob.ec

*Contabilidad.* (5 de Septiembre de 2012). Obtenido de Contabilidad: http://www.contabilidad.com

*Contabilidad.* (7 de Abril de 2013). Obtenido de Contabilidad: http://www.contabilidad.com.py

*Contabilidad.* (7 de Junio de 2013). Obtenido de Contabilidad: http://www.contabilidad.com.py

*Crece negocios*. (3 de Diciembre de 2013). Obtenido de Crece negocios: http://www.crecenegocios.com

*Danaconnect.* (3 de Noviembre de 2013). Obtenido de Danaconnect: http://www.danaconnect.edu

*Definición.org*. (5 de Mayo de 2011). Obtenido de Deficinión.org: http://www.definicion.org/costofinanciero

Desarrollo, V. d. (2008). *Udep.* Obtenido de http://www.udep.edu.pe/programachalaco/tecnologicos

*Diccionario el mundo.* (s.f.). Obtenido de Diccionario el mundo: http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.asxp

E., C. (2011). *Organigrama.* Quito: Editorial Santiago.

*Eco-Finanzas.* (6 de Diciembre de 2013). Obtenido de Eco-Finanzas: http://www.eco-finanzas.com

*Economia.* (4 de Junio de 2011). Obtenido de Economia: http://www.economia.com

*Economía.* (2 de Junio de 2011). Obtenido de Economía: http://www.economia.com

*El mundo.com.* (1 de Agosto de 2012). Obtenido de El mundo.com: http://www.elmundo.com

*El mundo.com.* (1 de Agosto de 2012). Obtenido de El mundo.com: http://www.elmundo.com

*Enciclopedia Fianciera.* (7 de Enero de 2012). Obtenido de Enciclopedia Financiera: http://www.enciclopediafinanciera.com/definicion-gastos-de-administracion

Encinoza, L. (2008). *Sitema de información para el economista y el contador.*

Española, R. A. (2011). *Real Academia Española.*

Espasa, C. (2011). Diccionario Enciclopedico. En C. Espasa, *Diccionario Enciclopedico* (págs. 10-12). Quito: Santiago .

Espinoza, L. J. (1 de Enero de 2012). *Mercadotecnia.* Obtenido de Mercadotecnia: http://jespinosa@grupoac.net

Federico, A. (s.f.).

Fisher, J. (s.f.). Como Superar la Competencia. En J. Fisher, *Como superar la Competencia.* Editorial Gedisa.

*Gerencie.* (2 de Julio de 2012). Obtenido de Gerencie: www.gerencie.com

*Geriencie*. (7 de Febrero de 2011). Obtenido de Geriencie: http://www.geriencie.com/costo-de-venta

Gestiopolis. (2 de Octubre de 2012). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: http://www.gestioplis.com

Gil, I. (2013). Formas de Investigación. *Gestión*, 11-13.

Guadalupe, L. (5 de Julio de 2012). *Aula Telmex Fraternidad.* Obtenido de Aula Telmex Fraternidad: http://www.telmex.com

Idalberto, C. (2010). Gestión del Talento Humano. En C. Idalberto, *Gestión del Talento Humano* (págs. 84-87). Bogotá: Editorial Campus.

*Inec.* (2 de Noviembre de 2013). Obtenido de Inec: http://www.inec.com

*Inversiones y Financiamiento del Proyecto.* (s.f.). Obtenido de Inversiones y Financiamiento del Proyecto: http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap4

*Inversiones y financiamiento del proyecto CAPITULO 4.* (s.f.). Obtenido de Inversiones y financiamiento del proyecto CAPITULO 4: http://www.umss.edu.bo/epubs/etext/downloads/18/alumno/cap4

Iturrioz del Campo, J. (2011). *Diccionario Economia.* Obtenido de http://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-interna-de-retorno-o-rentbilidad-tir

Josue, E. (2 de Noviembre de 2012). *Mercadotecnia.* Obtenido de Mercadotecnia: http://jespinoza@grupoac.net

*La Gran enciclopedia de la Economía.* (5 de Marzo de 2010). Obtenido de La Gran enciclopedia de la Economía: http://www.economia48.com/spa/d/demanda

Lewis, C. (s.f.). *Introducción a la Planeación Estrátegica Aplicada.* México: A través del espejo.

Lito, A. (2007). *Biología.* Obtenido de Universidad Nacional del Nordeste: http://www.biologia.edu.ar/tesis/forcillo/historia

Mabel, G. (2011). Recurso Económico. *Gestión*, 11-13.

*Manual de Funciones*. (1 de Noviembre de 2013). Obtenido de Manual de Funciones: www.google.com

*Mastermagazine.* (3 de Enero de 2012). Obtenido de Mastermagazine: http://www.mastermagazine.com

Mejia Canos, C. A. (3 de Febrero de 2013). *Planning.* Obtenido de Planning: http://planning.com

Mercedes, V. B. (2011). *Contabilidad General* . Riobamba: NUEVODIA.

Muñoz, T. (7 de Marzo de 2010). *El cuestionario como instrumento de investigación.* Obtenido de El cuestionario como instrumento de investigación.

Nunes, P. (2011). Economía. En N. Pablo, *Economía* (págs. 14-20). Quito.

Paredes, C. (5 de Junio de 2012). *Geriencie.com*. Obtenido de Geriencie.com: http://www.geriencie.com

*Promonegocios.* (4 de Marzo de 2011). Obtenido de Promonegocios: http://www.promonegocios.net

Rafael, J. (2010). *Definición Inversión.*

Rivera, A. (2012). *Macro y micro localización.* Obtenido de Macro y micro localización: http://ishmacroymicrolocalizacionblogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion

Rivera, A. (2012). *Macro y micro localización.* Obtenido de Macro y micro localización: http://ishmacroymicrolocalizacionblog.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion

Salva. (3 de Marzo de 2013). *Salva.* Obtenido de Salva: http://www.salvanassbay.com

*Scribd.* (4 de Octubre de 2013). Obtenido de Scribd: http://www.scribd.com

Semanart. (27 de Noviembre de 2013). *Semanart.* Obtenido de Semanart: http://www.semanart.com

*Slideshare.* (2 de Agosto de 2011). Obtenido de Slideshare: http://www.slideshare.net/maria.../determinacin-del-tamao-ptimo-de-la-planta

*Slideshare.* (4 de Junio de 2012). Obtenido de Slideshare: http://www.slideshare.com

Solorzano, R. (3 de Febrero de 2013). *Monografias.* Obtenido de Monografias: http://www.monografias.com

Spiegel, M. (2012). *Muestra.*

Vaquir, J. (s.f.). Obtenido de http://www.pymesfuturo.com/pri

Villalobos, B. C. (4 de Noviembre de 2012). *Universidad de Chiclayo.* Obtenido de Universidad de Chiclayo: http://www.universidadchiclayo.com

Warren, B. (2000). La Oferta. En B. Warren, *El ciclo de los proyectos* (págs. 48-49). México.

# ANEXOS

ANEXO 1

Determinación del rol de pagos del Gerente General

**Tabla 72 Rol de Pagos Gerente General**

| CARGO | SBU MENSUAL | APORTE IESS 9,45% | APORTE PATRONAL 12,15% | SUELDO MENSUAL | SUELDO ANUAL |
|---|---|---|---|---|---|
| GERENTE | 500,00 | | 60,75 | 560,75 | 6729 |
| TOTAL | | | | | 6729 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Determinación de los Gastos de Constitución

**Tabla 73 Gatos de Constitución**

| | |
|---|---|
| CALIFICACIÓN AUTONOMA | 12,00 |
| CALIFICACIÓN ARTESANAL | 45,00 |
| RISE | 36,00 |
| DECLARACIÓN JURAMENTADA | 16,00 |
| ESPECIES | 5,00 |
| TOTAL | 114,00 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Anexo No. 2

Determinación del Rol de Pagos de los vendedores

**Tabla 74 Rol de Pagos vendedores**

| CARGO | SBU MENSUAL | APORTE IESS 9,45% | APORTE PATRONAL 12,15% | SUELDO MENSUAL | SUELDO ANUAL |
|---|---|---|---|---|---|
| VENDEDOR | 400,00 | 37,8 | 48,6 | 410,80 | 4929,6 |
| VENDEDOR | 400 | 37,8 | 48,6 | 410,8 | 4929,6 |
| TOTAL | | | | | 9859,2 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Determinación de la Publicidad

**Tabla 75 Publicidad**

| DETALLE | VALOR |
|---|---|
| TARJETAS | 125,00 |
| HOJAS VOLANTES | 45,00 |
| TOTAL | 170,00 |

**Fuente: Investigación de Mercado.**
**Elaborado por: Karina Noboa.**

Estimada Srta. Noboa:

Muchas gracias por su correo.
Le envió la cotización solicitada, con los productos que comercializamos.

Saludos cordiales,

Alejandra Rosenberg
La Casa de los Químicos Laquin Cía. Ltda.
Atenderle bien es nuestra especialidad

Av. América N18-17 y Asunción
Quito - Ecuador
Tel.: 2503 428 / 2523 363
Telefax: (02) 2503 475

E-Mail: laquin@andinanet.net
www.lacasadelosquimicos.com

Quito, 12 de Marzo de 2014

Señorita:
**Karina Noboa**
Presente

De nuestra consideración:

De acuerdo a su solicitud, detallamos a continuación el precio de los siguientes productos:

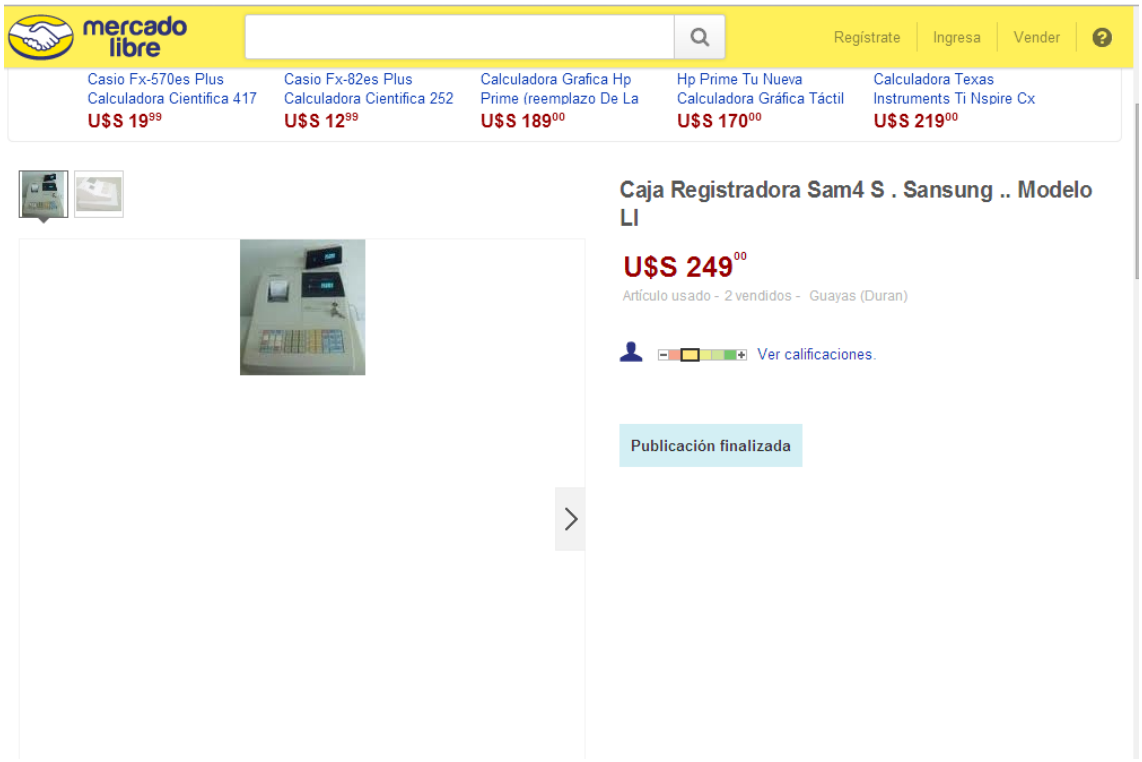
| **PRODUCTO** | **CANTIDAD Kg.** | **PRECIO UNITARIO** | **TOTAL US$** |
|---|---|---|---|
| PH-Metro digital | 1 | 79,65 | 79,65 |
| Balanza compacta digital F7, 5 kg. x 1 gr. | 1 | 32,40 | 32,40 |
| | | SUBTOTAL | 112.05 |
| | | I.V.A 12% | 13.45 |
| | | TOTAL | 125.50 |

| | |
|---|---|
| VALIDEZ DE LA OFERTA | 3 DIAS |
| CONDICIONES DE PAGO | CONTADO |
| TIEMPO DE ENTREGA | 24 HORAS |
| CODIGO CONSEP | 17-0127-I |

Esperamos haber cumplido con su requerimiento.

Atentamente,

Alejandra Rosenberg
LA CASA DE LOS QUÍMICOS LAQUIN CIA. LTDA.




CARPETAS

$ 1.15

CAJA CLIPS

$ 0.50

CAJA DE GRAPAS

$ 1.00

RESMAS HOJAS DE PAPEL BOND

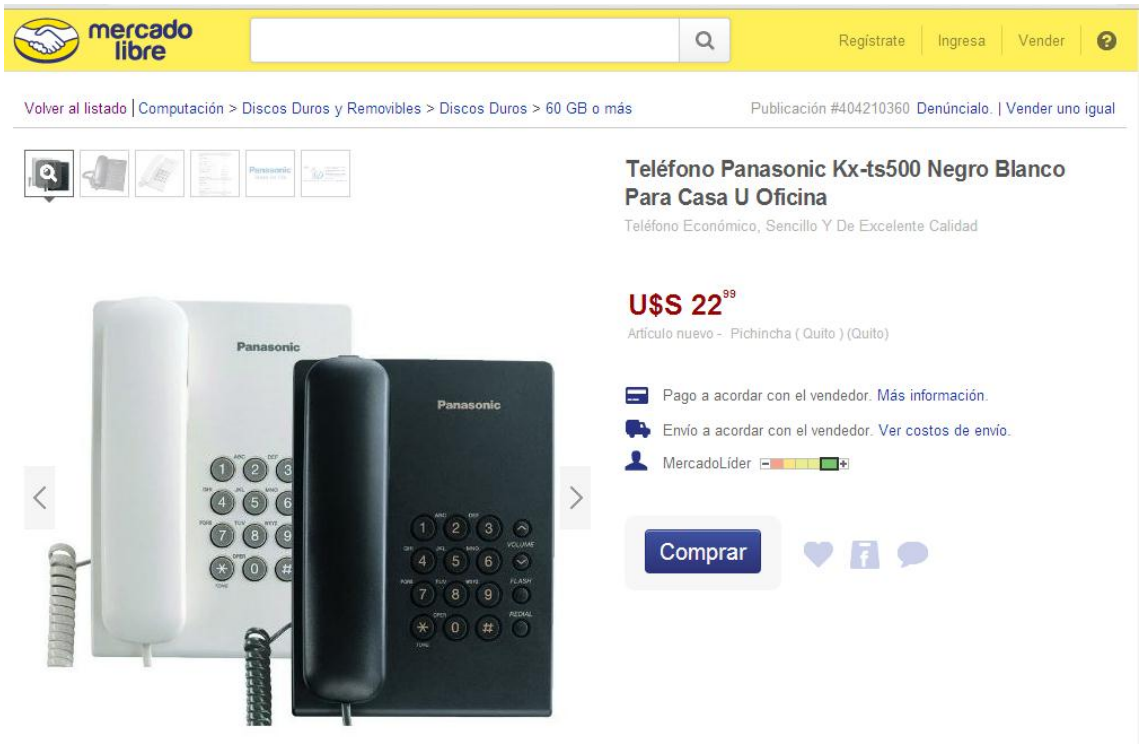
$ 4.50

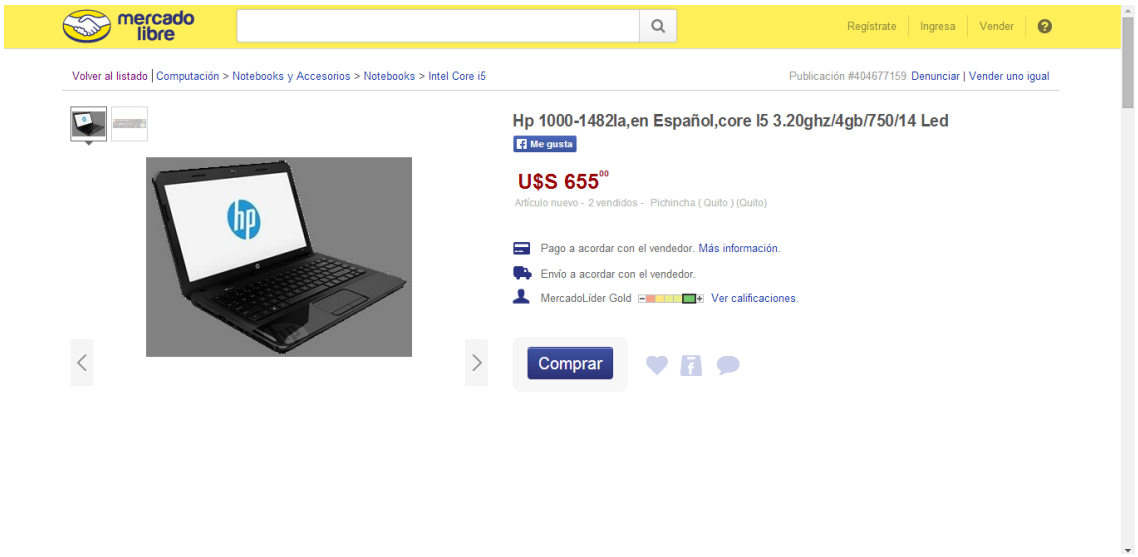
PERFORADORA

$ 3.50

GRAPADORA

$ 2.50

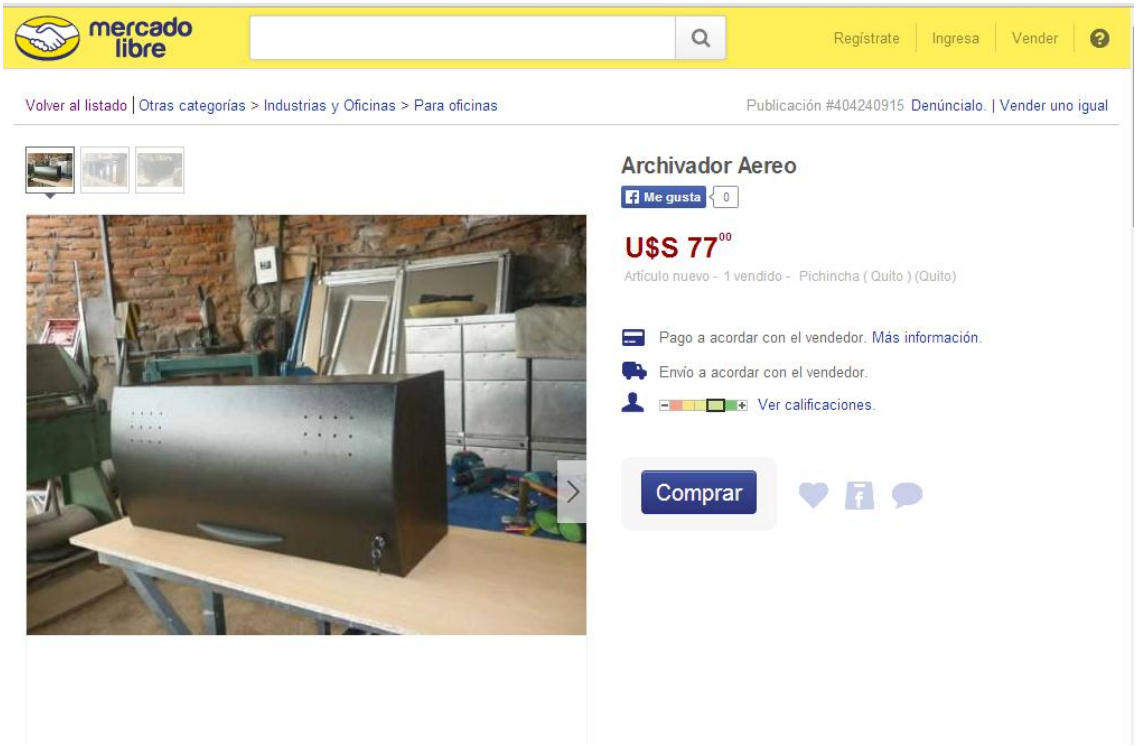

mercado libre
Regístrate
Ingresa
Vender
Volver al listado | Computación > Discos Duros y Removibles > Discos Duros > 60 GB o más
Publicación #404210360 Denúncialo. | Vender uno igual
Teléfono Panasonic Kx-ts500 Negro Blanco Para Casa U Oficina
Teléfono Económico, Sencillo Y De Excelente Calidad
U$S 22 99
Artículo nuevo - Pichincha ( Quito ) (Quito)
Pago a acordar con el vendedor. Más información.
Envío a acordar con el vendedor. Ver costos de envío.
MercadoLíder
Comprar
Panasonic

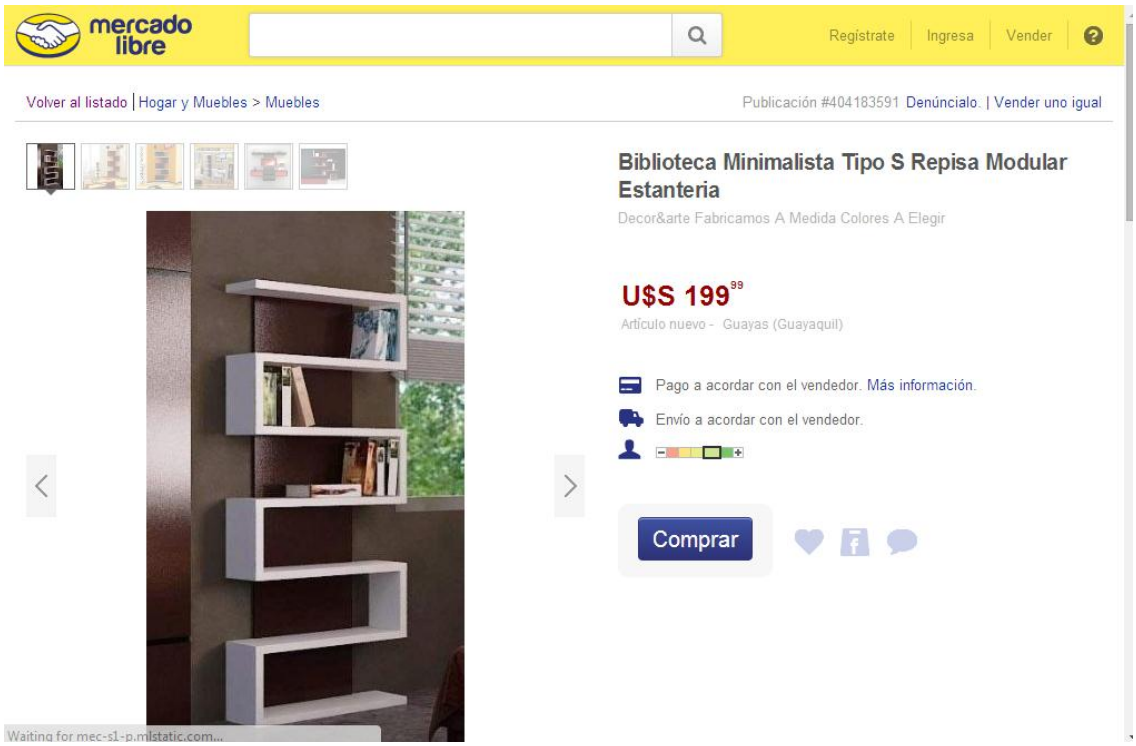

mercado libre
Regístrate
Ingresa
Vender
Volver al listado | Computación > Notebooks y Accesorios > Notebooks > Intel Core i5
Publicación #404677159 Denunciar | Vender uno igual
Hp 1000-1482la,en Español,core I5 3.20ghz/4gb/750/14 Led
Me gusta
U$S 655 00
Artículo nuevo - 2 vendidos - Pichincha ( Quito ) (Quito)
Pago a acordar con el vendedor. Más información.
Envío a acordar con el vendedor.
MercadoLíder Gold Ver calificaciones.
Comprar

mercado libre
Regístrate
Ingresa
Vender
Volver al listado | Computación > Impresoras > Equipos Multifunción
Publicación #404559020 Denunciar | Vender uno igual
SUPER PROMOCION
Impresora Epson Multifuncional L555 Wifi Sistema De Tinta
Los Mejores Precio Del Mercado, Solo En Mediatechnik
Me gusta
U$S 350 00
Artículo nuevo - 3 vendidos - Pichincha ( Quito ) (Quito)
Pago a acordar con el vendedor. Más información.
Envío a acordar con el vendedor.
Ver calificaciones.
Comprar

mercado libre
Regístrate
Ingresa
Vender
Volver al listado | Hogar y Muebles > Muebles
Publicación #404628394 Denunciar | Vender uno igual
Escritorio De 1.50m X 0.60 Con Cajonera
Me gusta
U$S 157 18
Artículo nuevo - Pichincha ( Quito ) (Quito)
Pago a acordar con el vendedor. Más información.
Envío a acordar con el vendedor.
Comprar

mercado libre
Regístrate
Ingresa
Vender
Volver al listado | Hogar y Muebles > Muebles
Publicación #404630063 Denunciar | Vender uno igual
Sillas Sillones Para Oficina Elegantes Giratorias. Gerente12
Me gusta
U$S 79 00
Artículo nuevo - 3 vendidos - Pichincha ( Quito ) (Quito)
Pago a acordar con el vendedor. Más información.
Envío a acordar con el vendedor.
Ver calificaciones.
Comprar


mercado libre
Regístrate
Ingresa
Vender
Volver al listado | Otras categorías > Industrias y Oficinas > Para oficinas
Publicación #404240915 Denúncialo. | Vender uno igual
Archivador Aereo
Me gusta 0
U$S 77 00
Artículo nuevo - 1 vendido - Pichincha ( Quito ) (Quito)
Pago a acordar con el vendedor. Más información.
Envío a acordar con el vendedor.
Ver calificaciones.
Comprar


mercado libre
Regístrate
Ingresa
Vender
Volver al listado | Hogar y Muebles > Muebles
Publicación #404183591 Denúncialo. | Vender uno igual
Biblioteca Minimalista Tipo S Repisa Modular Estanteria
Decor&arte Fabricamos A Medida Colores A Elegir
U$S 199 99
Artículo nuevo - Guayas (Guayaquil)
Pago a acordar con el vendedor. Más información.
Envío a acordar con el vendedor.
Comprar

mercado libre
Regístrate
Ingresa
Vender
Volver al listado | Hogar y Muebles > Accesorios y decoración
Publicación #404460397 Denúncialo. | Vender uno igual
Bliblioteca Estanteria - Diseño Moderno Oferta Lanzamiento!
Modelos Y Colores A Elegir
U$S 79 98
Artículo nuevo - Guayas (Guayaquil)
Pago a acordar con el vendedor.
Envío a acordar con el vendedor.
Comprar
Ciudad Muebles
Ciudad Muebles
Ciudad Muebles

FULÓN

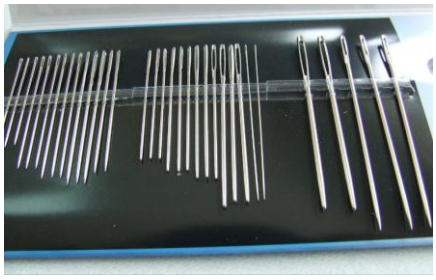
$ 3.000

$ 5.00

$ 100

$ 12.00

$ 32.00



$ 2.00

$ 12.00