



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

**APOYAR AL SECTOR ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE BORDADOS A MANO DE ZULETA UBICADO  
EN LA PROVINCIA DE IMBABURA 2015**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Tecnólogo en  
Administración Bancaria y Financiera

Autora: Mery Lorena Tito Muenala

Tutor: Ing. Mayra Quilumbaquín

Quito, Abril 2015

## ACTA DE APROBACIÓN

## 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.

---

Mery Lorena Tito Muenala

CC 172244080-5

## **CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, Mery Lorena Tito Muenala 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".

---

Mery Lorena Tito Muenala

CC 1772244080-5

## **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, la estudiante Mery Lorena Tito Muenala, 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 Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **"APOYAR AL SECTOR ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BORDADOS A MANO DE ZULETA UBICADO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA**

**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:

**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: CUANTIA.-** 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 reconvencción, 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 20 días del mes de Abril del dos mil quince.

f) \_\_\_\_\_

f) \_\_\_\_\_

Mery Lorena Tito Muenala

C.C. N° 172244080-5

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

**CEDENTE**

**CESIONARIO**

## AGRADECIMIENTO

Mi más amplio agradecimiento a mi tutora la Ing. Mayra Quilumbaquín por su valiosa orientación y apoyo para la conclusión del mismo; además a los ingenieros del Instituto Cordillera, en especial al Ing. Juan Guevara, que me tuvo mucha paciencia y supo guiarme muy bien, y que siempre estuvo ahí para cualquier inquietud, la cual me ha permitido crecer en lo que es el aspecto educativo y personal.

En especial a Dios por sus bendiciones recibidas durante todo en transcurso del proyecto, a mi madre y mis hermanos por su contante apoyo incondicional en los momentos más importantes de mi vida, quienes me han dado la mano y soporte en todo momento.

## DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi madre, a mis hermanos y mis jefes, quienes me animaron a culminar mi carrera, porque creyeron en mí, porque siempre me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega por que en gran parte gracias a ellos, hoy puedo ver alcanzado mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome y dándome ánimos en los momentos más difíciles y turbios de mi carrera.

A Dios, por siempre estar conmigo, guiándome en todo momento y a ser día a día perseverante y lograr los objetivos alcanzados.

## ÍNDICE GENERAL

### Contenido

DECLARATORIA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL ..	v
AGRADECIMIENTO .....	viii
DEDICATORIA .....	ix
ÍNDICE DE TABLAS .....	xvii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xxvi
ABSTRACT.....	xxviii
CAPÍTULO I.....	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.01 Justificación.....	2
1.02 Antecedentes .....	5
CAPÍTULO II .....	8
ANÁLISIS SITUACIONAL.....	8
2.01 Ambiente Externo .....	8
2.01.01 Factor Económico .....	9
2.01.01.01 PIB .....	9
2.01.01.02 Inflación .....	10
2.01.01.03.1Tasa de Interés.....	12

2.01.01.04 Balanza Comercial .....	15
2.01.02 Factor Social.....	16
2.01.02.01 Sociedad .....	17
2.02.02.02 Artesanía y Cultura .....	19
2.01.02.03 Población.....	22
2.01.02.02 PEA .....	23
2.01.02.03 Migración .....	25
2.01.03 Aspecto Político Legal .....	26
2.01.03.01 La Junta Nacional de Defensa del Artesano .....	26
2.01.03.2 Cámara Artesanal de Pichincha .....	29
2.01.02.03 Ley de Fomento Artesanal .....	29
2.01.03.04 Ley de Defensa del Artesano .....	30
2.01.03.05 RUC .....	31
2.01.03.6 Patente Municipal.....	32
2.01.03.07 Uso de Suelo .....	33
2.01.03.08 Licencia Metropolitana de Funcionamiento.....	33
2.01.03.09 Rótulos y Publicidad Exterior .....	34
2.01.03.10 Afiliación al IESS como empleado artesano.....	34
2.01.03.11 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos .....	35
2.01.04 Aspecto Tecnológico.....	35
2.02 Entorno Local.....	36
2.02.01 Clientes.....	36
2.02.01.1 Cliente interno .....	36
2.02.01.2 Cliente externo .....	36
2.02.01.01 Poder de Negociación con los Clientes .....	37
2.02.02 Proveedores .....	37

2.02.02.01 Poder de Negociación con los Proveedores .....	39
2.02.03 Competencia.....	39
2.02.03.01 Competencia Directa .....	40
2.02.03.02 Competencia Indirecta .....	43
2.03 Análisis Interno .....	45
2.03.01 Propuesta Estratégica .....	45
2.03.01.01 Misión .....	45
2.03.01.02 Visión .....	45
2.03.01.03 Objetivos .....	46
2.03.01.03.01 Objetivo General .....	46
2.03.02.03.02 Objetivo Especifico .....	46
2.03.01.04 Principios y Valores .....	47
2.03.02.04.01 Principios .....	47
2.01.03.04.02 Valores .....	47
2.03.01.04.03 Políticas Empresariales .....	48
2.03.02 Gestión Administrativa .....	49
2.03.02.01 Organigrama Estructural .....	50
2.03.02.01 Organigrama Funcional.....	50
2.03.03 Gestión Operativa.....	52
2.03.03.01 Flujo grama de los procesos de producción del producto .....	53
2.03.04 Gestión Comercial.....	54
2.03.04.01 Producto .....	54
2.03.04.01.01 Descripción del Producto .....	54
2.03.04.02 Precio .....	55
2.03.04.03 Plaza .....	58
2.03.04.04 Canales de Distribución .....	59

2.03.04.05 Promoción .....	59
2.03.04.06 Publicidad.....	60
2.04 Análisis Foda.....	64
CAPÍTULO III .....	66
Estudio de mercado .....	66
3.01 Análisis del Consumidor .....	66
3.01.01 Determinación de la Población y Muestra .....	68
3.01.01.01 Población.....	68
3.01.01.02 Muestra.....	71
3.01.02 Técnicas de Obtención de Información.....	72
3.01.03 Encuesta .....	75
3.01.04 Análisis de la Información .....	79
3.01.05 Resultados de la Encuesta .....	79
3.02 Demanda .....	94
3.02.01 Demanda Histórica.....	95
3.02.02 Demanda Actual.....	96
3.02.03 Demanda Proyectada.....	97
3.03 Productos Sustitutos.....	97
3.03.01 Oferta Histórica.....	98
3.04 Oferta.....	98
3.04.01 Oferta Histórica.....	99
3.04.03 Oferta Proyectada.....	99
3.05 Balance Oferta-Demanda .....	100
3.05.01 Balance Actual .....	100
3.05.02 Balance Proyectado.....	100
CAPÍTULO IV.....	102

Estudio Técnico.....	102
4.01 Tamaño del Proyecto.....	103
4.01.01 Capacidad Instalada .....	104
4.01.02 Capacidad Óptima.....	105
4.02 Localización .....	106
4.02.01 Macro-localización.....	106
4.02.02 Micro-Localización .....	108
4.02.03 Localización Óptima .....	110
4.03 Ingeniería del Producto .....	111
4.03.01 Definición de ByS .....	111
4.03.02 Distribución de la Panta .....	112
4.03.03 Proceso Productivo .....	118
4.03.03.01 Diagrama de Flujo de Proceso .....	119
4.03.03.02 Proceso de Producción .....	119
4.03.04 Cuadro de Activos.....	122
CAPÍTULO V .....	123
Estudio Financiero .....	123
5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales .....	123
5.01.01 Tiempo del proceso .....	124
5.01.01.02 Calculo de la Producción Anual de Manteles .....	125
5.01.01.03 Materia Prima Directa.....	126
5.01.01.04 Mano de Obra Directa (MOD).....	128
5.01.01.05 Servicios Básicos .....	130
5.01.01.06 CIF (Costos Indirectos de Fabricación) .....	130
5.01.01.07 Costo de Producción Unitario Mantel.....	133
5.01.02 Ingresos .....	134

5.01.02 Ingresos no operacionales .....	136
5.02 Costos.....	136
5.02.01 Costos Directos .....	137
5.02.02 Costos Indirectos.....	137
5.02.03 Gastos Administrativos .....	138
5.02.04 Gastos de Ventas .....	140
5.02.05 Costos Financieros .....	142
5.02.06 Costos Fijos y Variables .....	142
5.03 Inversiones .....	145
5.03.01 Inversión Fija .....	145
5.03.02 Activos Fijos .....	146
5.03.03 Activos Nominales (diferidos) .....	146
5.03.04 Capital de Trabajo .....	146
5.03.05 Cuadro de Inversiones.....	147
5.03.06 Amortizaciones de Financiamiento (Tabla de Amortización) .....	148
5.03.07 Amortizaciones del Diferido .....	150
5.03.08 Depreciaciones (Tabla de Depreciaciones).....	150
5.03.10 Estado de Situación Inicial.....	151
5.03.11 Estado de Resultados Proyectados (a 5 años) .....	152
5.03.12 Flujo de Caja Proyectado .....	153
5.04 Evaluación Financiera (Económica) .....	155
5.04.01 Tasa de Descuento .....	156
5.04.02 Cálculo del Valor Presente Neto (VAN).....	156
5.04.04 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	157
5.04.05 Relación Costo Beneficio (RCB) .....	158
5.04.06 Punto de Equilibrio .....	159

5.04.07 Análisis de Índices Financieros.....	166
5.04.07.01 Razón de Endeudamiento.....	166
5.04.07.02 Razón de Apalancamiento Externo.....	167
5.04.07.02 Razón de Apalancamiento Interno.....	167
5.04.07.03 Razón de Activo Fijo.....	168
5.04.07.04 Razón de Activo Total.....	168
5.04.07.05 Margen de Utilidad Neta.....	169
5.04.07.06 Rendimiento sobre Activos.....	169
5.04.07.07 Rendimiento sobre Patrimonio o Capital Contable.....	169
5.04.07.08 Rendimiento sobre la Inversión.....	170
CAPÍTULO VI.....	171
Análisis de Impactos.....	171
6.01 Impacto Ambiental.....	171
6.02 Impacto Económico.....	171
6.03 Impacto Productivo.....	172
6.04 Impacto Social.....	172
CAPÍTULO VII.....	173
Conclusiones y Recomendaciones.....	173
7.01 Conclusiones.....	173
7.02 Recomendaciones.....	175
Bibliografía.....	176
ANEXOS.....	182

## ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 Evolución de la Inflación .....	11
Tabla 2 Evolución Tasa de Interés Activa .....	13
Tabla 3 Evolución de la Tasa de Interés .....	14
Tabla 4 Tasa de Crecimiento de Migración .....	26
Tabla 5 Proveedores .....	38
Tabla 6 Competencia Directa .....	40
Tabla 7 Competencia Indirecta .....	44
Tabla 8 Costo de Producción Unitario Mantel.....	55
Tabla 9 Producto .....	55
Tabla 10 Costo de Producción Unitario Tapete .....	56
Tabla 11 Producto .....	56
Tabla 12 Costo de Producción Unitario Camisa .....	56
Tabla 13 Producto .....	57
Tabla 14 Ambiente Interno .....	65
Tabla 15 Ambiente Externo .....	65
Tabla 16 Población Distrito Metropolitano de Quito.....	69
Tabla 17 Edad .....	79
Tabla 18 Nacionalidad .....	80
Tabla 19 Estado Civil.....	81
Tabla 20 Pregunta 1 .....	82
Tabla 21 Pregunta 2 .....	83
Tabla 22 Pregunta 3 .....	84
Tabla 23 Pregunta 4 .....	85

Tabla 24 Pregunta 5 .....	86
Tabla 25 Pregunta 6 .....	87
Tabla 26 Pregunta 7 .....	89
Tabla 27 Pregunta 8 .....	90
Tabla 28 Pregunta 8.1 .....	91
Tabla 29 Pregunta 8.2 .....	92
Tabla 30 Pregunta 9 .....	93
Tabla 31 Datos para calcular la Demanda Actual .....	96
Tabla 32 Resultado de la encuesta .....	96
Tabla 33 Cálculo de la demanda .....	97
Tabla 34 Demanda Proyectada.....	97
Tabla 35 Productos Sustitutos.....	98
Tabla 36 Calculo de la oferta actual.....	99
Tabla 37 Porcentaje de la competencia.....	99
Tabla 38 Proyección de la oferta.....	100
Tabla 39 Calculo de la Demanda Insatisfecha .....	101
Tabla 40 Capacidad Instalada .....	105
Tabla 41 Capacidad Óptima.....	106
Tabla 42 Macro-localización.....	107
Tabla 43 Micro-Localización .....	109
Tabla 44 Código cercanía.....	112
Tabla 45 Razones de cercanía .....	113
Tabla 46 Tabulación de la matriz.....	114
Tabla 47 Diagrama de Flujo de Proceso .....	119
Tabla 48 Proceso de Producción .....	120
Tabla 49 Proceso de Elaboración.....	121

Tabla 50 Cuadro de Activos.....	122
Tabla 51 Tiempo del Proceso Mantel .....	124
Tabla 52 Tiempo del Proceso Tapetes .....	124
Tabla 53 Tiempo del Proceso Camisas .....	125
Tabla 54 Producción Anual de Manteles .....	125
Tabla 55 Producción Anual de Tapetes .....	125
Tabla 56 Producción Anual de Camisas .....	126
Tabla 57 Materia Prima Directa por Mantel .....	126
Tabla 58 Materia Prima por Tapete .....	127
Tabla 59 Materia Prima por camisa .....	127
Tabla 60 Materia Prima requerida Anualmente Manteles .....	127
Tabla 61 Materia Prima requerida Anualmente Tapetes.....	128
Tabla 62 Materia Prima Requerida Anualmente Camisas .....	128
Tabla 63 Mano de Obra Directa por Mantel .....	128
Tabla 64 Mano de Obra Directa por Tapetes .....	129
Tabla 65 Mano de Obra Directa por Camisas .....	129
Tabla 66 MOD por Mantel.....	129
Tabla 67 MOD por Tapete .....	129
Tabla 68 MOD por Camisa .....	129
Tabla 69 Servicios Básicos .....	130
Tabla 70 Servicios Básicos por Mantel.....	130
Tabla 71 Servicios Básicos por Tapete .....	130
Tabla 72 Servicios Básicos por Camisa .....	131
Tabla 73 Materiales Opcionales por Mantel .....	131
Tabla 74 Materiales opcionales por Tapete .....	131
Tabla 75 Materiales opcionales por Camisas.....	132

Tabla 76 Materiales de Empaque Manteles .....	132
Tabla 77 Materiales de Empaque Tapetes .....	132
Tabla 78 Materiales de Empaque Camisas .....	132
Tabla 79 Costos Indirectos de Fabricación Manteles .....	133
Tabla 80 Costos Indirectos de Fabricación Tapetes.....	133
Tabla 81 Costos Indirectos de Fabricación Camisas.....	133
Tabla 82 Costo de Producción Unitario Mantel.....	133
Tabla 83 Costo de Producción Unitario Tapete .....	134
Tabla 84 Costo de Producción Unitario Camisa .....	134
Tabla 85 Ingresos Operacionales .....	134
Tabla 86 Ingresos Operacionales .....	135
Tabla 87 Ingresos Operacionales .....	135
Tabla 88 Ingresos Proyectados Manteles.....	135
Tabla 89 Ingresos proyectados Tapetes .....	136
Tabla 90 Ingresos Proyectados Camisas .....	136
Tabla 91 Costo Directo Manteles.....	137
Tabla 92 Costo Directo Tapetes .....	137
Tabla 93 Costo Directo Camisas.....	137
Tabla 94 Costos Indirectos Manteles .....	138
Tabla 95 Costos Indirectos Tapetes .....	138
Tabla 96 Costos Indirectos Camisas .....	138
Tabla 97 Gasto de personal .....	139
Tabla 98 Materiales de Aseo y Limpieza.....	139
Tabla 99 Suministros de Oficina.....	139
Tabla 100 Otros Gastos Administrativos .....	140
Tabla 101 Gasto de Ventas .....	140

Tabla 102 Proyección de los Costos de Producción Manteles.....	141
Tabla 103 Proyección de los Costos de reducción tapetes .....	141
Tabla 104 Proyección de los costos de producción camisas.....	141
Tabla 105 Proyección de los gastos administrativos.....	142
Tabla 106 Proyección de los Gastos de Venta.....	142
Tabla 107 Proyección de Costos Anuales Manteles .....	143
Tabla 108 Proyección de Costos Anuales Tapetes .....	144
Tabla 109 Proyección de Costos Anuales Camisas .....	144
Tabla 110 Proyección de Costos Anuales Totales .....	145
Tabla 111 Inversiones .....	147
Tabla 112 Amortizaciones del Préstamo.....	149
Tabla 113 Amortizaciones del Diferido.....	150
Tabla 114 Depreciaciones .....	151
Tabla 115 Estado de Situación Inicial.....	152
Tabla 116 Estado de Resultados Proyectados (a 5 años) .....	153
Tabla 117 Flujo de Caja Proyectado .....	154
Tabla 118 Tasa de Descuento .....	156
Tabla 119 Cálculo del VAN.....	156
Tabla 120 Tasa Interna de Rendimiento .....	157
Tabla 121 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	158
Tabla 122 Relación Costo Beneficio .....	159
Tabla 123 Punto de Equilibrio en Dólares Manteles .....	160
Tabla 124 Punto de Equilibrio en Unidades .....	161
Tabla 125 Demostración punto de equilibrio manteles.....	161
Tabla 126 Punto de Equilibrio en Dólares Tapetes.....	162
Tabla 127 Punto de Equilibrio en Unidades .....	162

Tabla 128 Demostración punto de equilibrio tapetes.....	163
Tabla 129 Punto de Equilibrio en Dólares Camisas.....	163
Tabla 130 Punto de equilibrio en unidades camisas .....	164
Tabla 131 Demostración punto de equilibrio camisas .....	164
Tabla 132 Punto de Equilibrio en Dólares Totales .....	165
Tabla 133 Punto de Equilibrio en Dólares Totales .....	165
Tabla 134 Punto de Equilibrio en Dólares Totales .....	166
Tabla 135 Razón de apalancamiento externo.....	167
Tabla 136 Razón de apalancamiento interno .....	167
Tabla 137 Razón de activo fijo .....	168
Tabla 138 Razón de activo total.....	168
Tabla 139 Margen de utilidad neta.....	169
Tabla 140 Rendimiento sobre activos .....	169
Tabla 141 Rendimiento sobre patrimonio o capital contable.....	170
Tabla 142 Rendimiento sobre la inversión.....	170

## ÍNDICE FIGURAS

Figura 1 Evolución del PIB por Trimestres .....	10
Figura 2 Evolucion del Comercio Exterior .....	15
Figura 3 Balanza Comercial.....	16
Figura 4 Nivel Socio Económico .....	19
Figura 5 Artesanía y Cultura .....	20
Figura 6 Población .....	22
Figura 7 Población Económicamente Activa.....	25
Figura 8 Matriz BCG de la empresa Fundación Galo Plaza.....	41
Figura 9 Matriz BCG Maños Mágicas .....	41
Figura 10 Matriz BCG Cosas Lindas .....	42
Figura 11 Matriz BCG del Proyecto .....	42
Figura 12 Organigrama Estructural.....	50
Figura 13 Flujo grama de los procesos de producción del producto.....	53
Figura 14 Croquis de ubicación .....	59
Figura 15 Slogan de la Microempresa .....	61
Figura 16 Tarjeta de presentación .....	62
Figura 17 Flyer.....	63
Figura 18 Hoja Membretada .....	64
Figura 20 Macro-localización .....	107
Figura 21 Mapa ubicación de Imbabura .....	108
Figura 22 Mapa ubicación de Imbabura .....	108
Figura 23 Mapa de ubicación de Quito.....	109
Figura 24 Micro-localización.....	110

---

Figura 25 Matriz Triangular.....	113
Figura 26 Plano de la Planta .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1 Población.....	70
Gráfico 2 Población.....	70
Gráfico 3 Edad .....	79
Gráfico 4 Nacionalidad .....	80
Gráfico 5 Estado Civil.....	81
Gráfico 6 Pregunta 1 .....	82
Gráfico 7 Pregunta 3 .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Gráfico 8 Pregunta 4 .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Gráfico 9 Pregunta 5 .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Gráfico 10 Pregunta 6 .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Gráfico 11 Pregunta 7 .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Gráfico 12 Pregunta 8 .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Gráfico 13 Pregunta 9 .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Gráfico 14 Pregunta 10 .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Gráfico 15 Pregunta 9 .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto comprende el Estudio de Factibilidad para la producción y la comercialización de bordados a mano provenientes de Zuleta ya que su taller estará ubicado en dicha comunidad de Zuleta, parroquia de Angochagua, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, y su local de venta estará ubicado en el sector Mariscal Sucre en la calle Jorge Washington y Juan León Mera.

La meta principal de este proyecto es la implementación de la microempresa. El estudio de mercado se desarrolla mediante un análisis al consumidor y oferta, demanda y demanda insatisfecha actual y proyecto.

En el Estudio técnico, abarca todo lo referente a la localización del proyecto partiendo de la macro y micro localización; estableciendo la capacidad instalada del proyecto; para luego analizar la ingeniería del proyecto la necesidad de infraestructura, Las bases filosóficas, estableciendo de organigrama estructural y la determinación de funciones de acuerdo cada área asignada, maquinaria y equipo.

En el capítulo V estudio financiero, hace referencia a la inversión total requerida para la implementación de los bordados a mano Zuleta, se realizó el

cálculo de: costo de oportunidad, tabla de amortización, depreciación, estado de pérdidas y ganancia, flujo de caja, evaluación de VAN, TIR, periodo de recuperación, relación costo beneficio y por último el punto de equilibrio. Finalmente se evaluaron los posibles impactos que se van a generar como producto de la implantación del proyecto.

## ABSTRACT

The present project compiles the feasibility study for production and commercialization of hand maid embroidery from Zuleta, due to the fact that it's workshop will be located in this community, in the parish of Angochagua, Ibarra canton, province of Imbabura. It's store will be located in Mariscal Sucre in Jorge Washington Street with Juan León Mera.

The main goal of this project is the implementation of microbusiness. The market research develops itself through an analysis of the consumer and the supply, demand and the current unmet demand and the project.

The technical study covers all that makes reference to the localization of the project, starting from the macro and micro localization; establishing the installed capacity of the project; in order to analyze the engineering of the project, the infrastructure necessity, the philosophical bases, establishing the organizational chart and the determination of functions according to each assigned area, machinery and group.

Chapter 5, financial study, makes reference to the total investment required for the implementation of the hand-made embroidery "Zuleta". The following calculations were made; opportunity cost, amortization table, depreciation, profit and loss account, cash flow, NPV and IRR evaluation, the investment recovery period, cost-benefit analysis and lastly the

equilibrium point. Finally, the possible impacts that will be generated with the implementation of the project were analyze.



## CAPÍTULO I

### 1. INTRODUCCIÓN

El bordado a mano es una actividad manual que por mucho tiempo ha acompañado las actividades de la gente indígena lo que les ha permitido desarrollarse económicamente para poder sacar a sus familias adelante, principalmente las mujeres son las artesanas, que junto con sus habilidades, da paso a la creación de excelentes acabados en cada pieza terminada.

El bordado, además de ser una actividad económica para las mujeres de Zuleta, es la expresión visual del sentimiento y la identidad zuleteña. Los dibujos, elaborados por expertas manos, reflejan la riqueza de un mundo que no solo es el que hoy miramos con nuestros ojos; sino que recoge, en una espiral infinita, la cosmovisión campesina sobre un mundo que sólo se puede entender con el alma.

El proceso de confección de un bordado es arduo. Estas mujeres viven enamoradas de su trabajo y saben que cada producción artesanal de bordado es portadora de una tradición cultural con valores estéticos y utilitarios, los diseños son

exclusivos, originales, la calidad de los trabajos habla por sí solos, las formas y los colores son inspirados de la naturaleza que rodea a la comuna.

En la comunidad Andina de Zuleta, el bordado a mano ha sido una forma importante de expresión artística por mucho tiempo ya que en el Ecuador las artesanías pueden ser apreciadas en todas las regiones del país, cuentan con materia prima única que identifica a cada región.

Los ingresos para las familias fueron incrementando significativamente. Los zuleteños reafirmaron la verdadera esencia del orgullo de la comunidad y comprendieron la importancia de conservar su artesanía única.

Con este proyecto se beneficiara a más de 100 familias en la comunidad de Zuleta. Tanto económica como culturalmente, ya que con este proyecto se busca crear una manera de producción y comercialización más efectiva de la que se viene utilizando hasta la actualidad, y así incrementar la producción e ingresos de las familias dedicadas a esta actividad, todos los productos son hechos completamente a mano con el afán de conservar su herencia cultural.

### **1.01 Justificación**

Este proyecto de factibilidad tiene como finalidad la producción y distribución de bordados a mano de Zuleta, mediante una investigación adecuada lo que se quiere lograr es: Determinar nuestros compradores potenciales, crear una manera de

comercializar o vender estos productos de una manera directa, tanto a nivel nacional, y a un largo plazo internacionalmente y evitar que sean explotados por intermediarios.

En el Ecuador, la producción y distribución no se encuentra difundido a nivel comercial, ni se lo ha desarrollado potencialmente. Es por esta razón, que este proyecto constituye una fuente alternativa de trabajo para organizaciones campesinas, además, de permitir resultados a corto y mediano plazo, al contar con el recurso humano y económico, se asegura que el proyecto podrá ser manejado metodológicamente y a futuro sustentablemente.

La producción y distribución de este producto en el mercado internacional, sería una actividad que genere empleo y desarrollo económico para el sector artesanal del país, ya que es un producto que lleva en sí un valor agregado muy importante, el cual generará divisas e ingresos económicos para algunos sectores, los cuales se han visto relegados y poco explotados durante las últimas décadas.

A más de esto, se puede añadir que en el país se tiene la facilidad de encontrar una amplia variedad de la materia prima tales como: Telas, hilos, mano de obra, con costos realmente baratos, a más de esto se cuenta con artesanas que aportan con ideas creativas. En sí podemos decir que, se tiene los recursos suficientes para ser competitivos con un producto que brinde variedad, calidad y exclusividad, convirtiendo a esto en el valor agregado de nuestro producto, que con

iniciativa pudieran salir a competir en a un largo plazo en los mercados internacionales.

No olvidemos que nuestro país es conocido ampliamente por su habilidad manual en los productos artesanales, los cuales tienen renombre a nivel mundial, por tal motivo el sector cultural, económico, social se verán apoyados para posteriormente alcanzar un desarrollo en todas estas áreas. Se puede señalar que en lo cultural podemos beneficiarnos ya que damos a conocer nuestro producto a otros países del mercado y elevar el grado de autoestima de nuestros trabajadores.

Los bordados son totalmente hechos a mano en líneas como prendas de vestir y línea de hogar y son comercializados el mercado nacional e internacional, los mismos que representan un ingreso económico muy importante para esta población, para la provincia y por ende para nuestro país.

Al estar el pueblo de Zuleta rodeado de magníficos y sorprendentes paisajes y de artesanos creativos, se ha mantenido la integridad de este trabajo artesanal por ser una artesanía de impacto para propios y extraños, que ha dado lugar a la acogida de turistas nacionales y extranjeros, dejando divisas para el sustento diario de estas familias campesinas.

Involucrar a comunidades campesinas en el proceso de producción, artesanal y distribución de productos de bordados a mano tales como: manteles de mesa, blusas, paneras y toallas, tiene como finalidad el crear fuentes alternativas de trabajo en pos del desarrollo sustentable de las comunidades rurales de la provincia de Imbabura, ya que mediante este proyecto estaría apoyando a la transformación de la matriz productiva, a través de la creación de una nueva fuente de ingresos para los habitantes de esta comunidad, y así asegurar una vida digna, al dar el salto de una economía de recursos finitos a la economía del recurso infinitos y no basar nuestra economía en la explotación del petróleo ya que la transformación de la matriz productiva se orienta a la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, tales como el sector textil y artesanal.

### **1.02 Antecedentes**

La historia de los bordados en Zuleta se remonta al año de 1940, cuando tres jovencitas de la comuna fueron llevadas a la Hacienda Zuleta a trabajar con Doña Avelina, esposa del ex presidente Galo Plaza Lasso. La Señora, las instruyó en el bordado de mantelería, durante el tiempo que les daba libre. Posteriormente la maestra de la escuela Doña Adela, introdujo e bordado en paneras.

En la actualidad la comunidad de Zuleta engalana con sus bordados una gran variedad de productos como manteles, paneras, servilletas, tapetes, porta vasos, camisas, vestidos, toallas, etc. El oficio repuntó en los últimos años por su

comercialización los habitantes de la comunidad se enorgullecen al decir que su labor, bordea el umbral de la alta costura, gracias a las camisas bordadas que el Presidente Ecuatoriano Rafael Correa, utiliza.

Estas artesanías tienen su nacimiento ancestral alrededor de los años 50, que a través de generaciones han venido cada día a ser una de las artesanías más impactantes y maravillosas a nivel del país, ya que estas prendas son elaboradas a mano por mujeres, en las mismas que llevan un mensaje de esfuerzo, paciencia y de interminables sueños, que así como sus bordados son tejidos puntada tras puntada.

Las artesanías de Zuleta se basan principalmente en sus bordados, un arte que los habitantes del sector heredan de sus madres y abuelas, desde sus tiernas edades les imparten conocimientos y habilidades con mucha paciencia y amor, a fin de mantener la tradición familiar.

Después de la conquista española, los terrenos que actualmente corresponden a la comunidad y a la hacienda de Zuleta fueron entregados a los misioneros Jesuitas por la corona española, en los cuales los religiosos introdujeron métodos y técnicas de cultivo: así como la explotación ganadera y ovejuna traídos de España, para más tarde establecer los telares, troje y obraje, donde se destacaron los tejidos de lana; es donde nacieron los primeros grupos de artesanos rurales, tradición en la cual se asienta la rica producción artesanal con lo que hoy cuenta el Ecuador. (proyecto de bordados, 2014, pág. s/n)

Realmente, Zuleta representa un museo vivo de la historia social, cultural y política del país. De interés particular están las tradiciones de la artesanía, tales como el bordado renombrado de Zuleta y los trajes indígenas coloridos.

En la comunidad de Zuleta el bordado a mano ha sido una forma importante de expresión artística y de adorno por siglos, así como una fuente de ingresos para las familias de la comunidad, sin embargo hay muy pocos proyectos de comercialización y la mayoría de estos se dan a través de intermediarios, lo cual causa un nivel de explotación por parte de los mismos.

La Comuna Zuleta está ubicada en la parte sur oriental de la provincia de Imbabura. Administrativamente forma parte del Cantón Ibarra, Parroquia de Angochagua y tiene una superficie de 4.770 hectáreas las mismas que en el año de 1995 fueron declaradas como "Bosque y Vegetación Protectora". (Gupos Étnicos del Ecuador, 2012, pág. s/n)

Zuleta tiene alrededor de 1.037 habitantes distribuidos en 329 familias. La población es, en su mayoría, indígena, que habla kichwa y español.

## CAPÍTULO II

### ANÁLISIS SITUACIONAL

El análisis situacional nos permite ver el desenvolvimiento de la empresa, en un determinado tiempo, para lo cual hay que tomar en cuentas los factores internos y externos ya que son los que influyen para ver cómo está la empresa en su entorno.

#### 2.01 Ambiente Externo

El ambiente externo se refiere a las fuerzas e instituciones fuera de la empresa que puede influir en su desempeño. (Robbins, 2005, pág. 64)

Siendo así, los factores externos podrían afectar tanto positiva como negativamente al desarrollo de la microempresa.

Uno de los principales factores externos que afectarían positivamente a la microempresa Ñacha & Pintu, es el cambio de la matriz productiva que promueve el actual gobierno, con esto varias industrias se han visto favorecidas entre ellas el sector artesanal, por ejemplo en la rama del turismo el gobierno ha hecho una gran inversión para difundirlo tanto en turistas nacionales como extranjeros y de esta

manera incrementar el turismo en nuestro país, lo cual también incrementa el movimiento comercial.

Podemos resaltar como un factor externo negativo al incremento de tasas arancelarias para las importaciones ya que esto incrementara costos en varias industrias pues en la actualidad el Ecuador todavía no es un país industrializado razón por la cual hay maquinaria y ciertas materias primas que no se las puede adquirir en el mercado nacional.

### **2.01.01 Factor Económico**

El factor económico son todas las actividades de la gestión de una economía, con el propósito de satisfacer las necesidades socialmente humanas.

#### **2.01.01.01 PIB**

“Al referirse al producto interno bruto nos manifiesta que este mide el gasto total de los bienes y servicio finales de un país un año determinado”. (Michel, 2004, pág. 439)

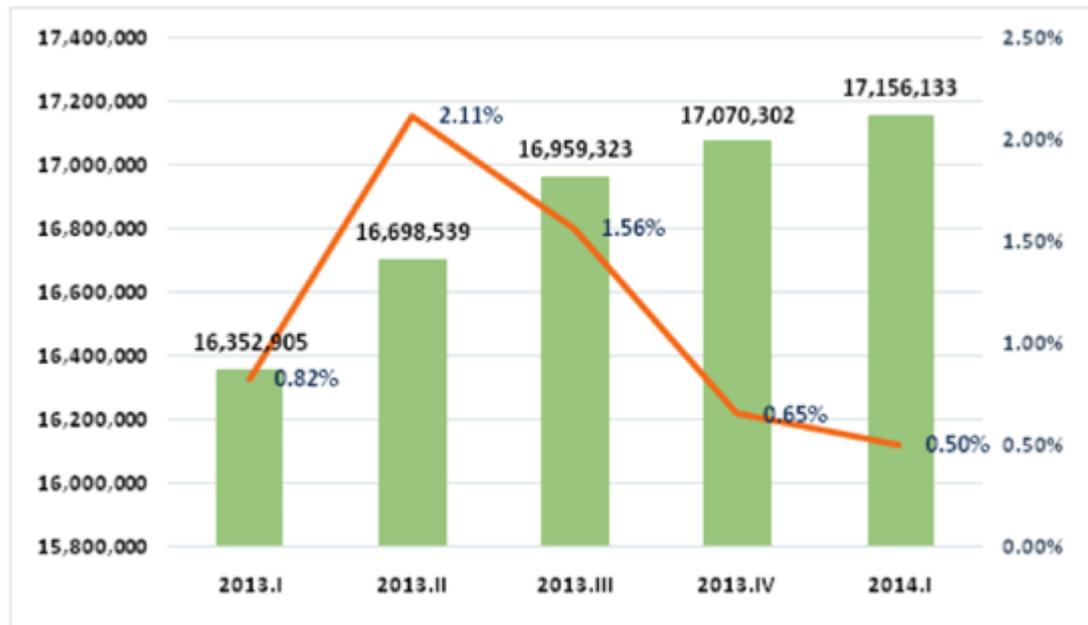


Figura 1 Evolución del PIB por Trimestres

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Lorena Tito

### Análisis:

Debido que en los últimos años el producto interno bruto según los datos estadísticos ha estado en constante crecimiento económico de los bienes y servicios, esto significa que para el presente proyecto es una oportunidad de carácter alto, ya que la economía del país se mantiene estable y nos permite la producción de bienes y servicios nuevos en el mercado, y con esto estaríamos apoyando a la matriz productiva lo cual será de gran beneficio para la producción de las artesanías.

#### 2.01.01.02 Inflación

La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes, servicios y factores productivos dentro de una economía en un periodo determinado. Para medir el crecimiento de la inflación se utilizan índices, que reflejan el

crecimiento porcentual de una canasta de bienes ponderada (Monografías, 2012, pág. s/n),

**Tabla 1 Evolución de la inflación**

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2014	3,76%
Octubre-31-2014	3,98%
Septiembre-30-2014	4,19%
Agosto-31-2014	4,15%
Julio-31-2014	4,11%
Junio-30-2014	3,67%
Mayo-30-2014	3,41%
Abril-30-2014	3,25%
Marzo-31-2014	3,11%
Febrero-28-2014	2,85%
Enero-31-2014	2,92%
Diciembre-31-2013	2,70%
Noviembre-30-2013	2,30%
Octubre-31-2013	2,04%
Septiembre-30-2013	1,71%
Agosto-30-2013	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%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Lorena Tito

### Análisis

Debido a que los últimos años la inflación en el Ecuador se ha mantenido en forma moderada, lo cual para el presente proyecto representa una amenaza de carácter medio, ya que la materia prima a utilizarse dependerá del alza o baja de los precios, por ende este factor influenciará en los clientes al momento de adquirir el producto.

### **2.01.01.03.1 Tasa de Interés**

Es el valor del costo que involucra la posesión de dinero resultante de un crédito. Crédito que ocasiona una operación, en un determinado plazo, y que se expresa en porcentaje respecto al capital que lo produce. Es el precio en porcentaje que se paga por el uso de fondos que fueron prestados.

#### **➤ Tasa de Interés Activa**

Al referirse a la tasa de interés activa es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central del Ecuador, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos.

**Tabla 2 Evolución Tasa de Interés Activa**

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	8,19%
Noviembre-30-2014	8,13%
Octubre-31-2014	8,34%
Septiembre-30-2014	7,86%
Agosto-31-2014	8,16%
Julio-30-2014	8,21%
Junio-30-2014	8,19%
Mayo-30-2014	7,64%
Abril-30-2014	8,17%
Marzo-31-2014	8,17%
Febrero-28-2014	8,17%
Enero-31-2014	8,17%
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%

Fuente: Banco Central del Ecuador, año 2014

Elaborado por: Lorena tito

### **Análisis**

Los porcentajes en la tabla, reflejan que la tasa de interés activa tuvo una pequeña variación en estos meses anteriores, pasando del 7.64% al 8.19%, seguida de una estabilidad en los anteriores meses. Para el presente proyecto la tasa de interés activa representa una amenaza de carácter bajo, debido a que necesitaremos financiamiento bancario para realizar las operaciones.

### ➤ Tasa de Interés Pasiva

La tasa de interés pasiva es el precio del dinero o pago estipulado, por encima del valor depositado, que un inversionista debe recibir, por unidad de tiempo determinando, del deudor, a raíz de haber usado su dinero durante ese tiempo. Con frecuencia se le llama "el precio del dinero" (Bustamante, 2014), en el mercado financiero, ya que refleja cuánto paga un deudor a un acreedor por usar su dinero durante un periodo.

**Tabla 3 Evolución de la tasa de interés**

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	5.18 %
Noviembre-30-2014	5.07 %
Octubre-31-2014	5.08 %
Septiembre-30-2014	4.98 %
Agosto-31-2014	5.14 %
Julio-30-2014	4.98 %
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
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 %

Fuente: Banco Central del Ecuador, año 2014

Elaborado por: Lorena Tito

## Análisis

La tasa de interés pasiva para el presente proyecto representa una oportunidad de carácter bajo, por ende esto nos beneficiará para invertir nuestro capital para obtener mejores rendimientos.

### 2.01.01.04 Balanza Comercial

Se denomina con el término de balanza comercial al registro que un determinado país lleva acerca de las importaciones y exportaciones que en él se llevan a cabo durante un período de tiempo determinado, es decir, la balanza comercial sería algo así como la diferencia que le queda a un país entre las exportaciones y las importaciones. (BCE, 2014, pág. s/n)

## Evolución del comercio exterior

EN MILLONES DE DÓLARES



Fuente: Banco Central del Ecuador, Sinae, SHE, EP Petroecuador

EL UNIVERSO

Figura 2 Evolución del comercio exterior

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Lorena Tito

**BALANZA COMERCIAL (1)**  
Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones

	Ene - Mar 2011		Ene - Mar 2012		Ene - Mar 2013		Ene - Mar 2014		Variación 2014 / 2013	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB						
<b>Exportaciones totales</b>	<b>7,141</b>	<b>5,344.03</b>	<b>7,281</b>	<b>6,205.42</b>	<b>7,231</b>	<b>6,221.54</b>	<b>7,528</b>	<b>6,603.94</b>	<b>4.1%</b>	<b>6.1%</b>
<i>Petroleras</i>	4,982	3,104.0	5,106	3,802.1	4,967	3,520.1	5,210	3,560.3	4.9%	1.1%
<i>No petroleras</i>	2,159	2,240.0	2,175	2,403.3	2,265	2,701.4	2,318	3,043.7	2.4%	12.7%
<b>Importaciones totales</b>	<b>3,378</b>	<b>5,077.1</b>	<b>3,460</b>	<b>5,762.5</b>	<b>3,851</b>	<b>6,311.6</b>	<b>4,077</b>	<b>6,166.2</b>	<b>5.9%</b>	<b>-2.3%</b>
<i>Bienes de consumo</i>	281	1,014.3	283	1,188.5	205	1,120.3	280	1,056.8	36.2%	-5.7%
<i>Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	n.d.	30.7	n.d.	39.5	1.1	48.9	1.1	53.4	-0.8%	9.2%
<i>Materias primas</i>	1,813	1,641.6	1,915	1,824.7	2,057	1,941.2	1,985	1,795.3	-3.5%	-7.5%
<i>Bienes de capital</i>	128	1,319.1	133	1,550.5	143	1,647.9	138	1,587.5	-3.5%	-3.7%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	1,155	1,034.7	1,129	1,147.2	1,445	1,522.8	1,674	1,662.2	15.9%	9.2%
<i>Diversos</i>	1.4	9.9	1.2	11.2	1.2	10.2	1.5	10.9	20.4%	7.0%
<i>Ajustes (3)</i>		26.8		1		20.2		0.1		-99.6%
<b>Balanza Comercial - Total</b>		<b>267.0</b>		<b>442.9</b>		<b>-90.1</b>		<b>437.7</b>		<b>585.9%</b>
<i>Bal. Comercial - Petrolera</i>		2,069.3		2,654.9		1,997.3		1,898.1		-5.0%
<i>Bal. Comercial - No petrolera</i>		-1,802.4		-2,212.0		-2,087.4		-1,460.4		30.0%

Figura 3 Balanza Comercial  
Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Lorena Tito

## Análisis

La balanza comercial para el presente proyecto representa una fortaleza de carácter alto, debido a que si las importaciones son menores que las exportaciones y mediante esto se estará dando mayor importancia a la producción nacional, por ende se podrá vender el producto artesanal en el extranjero.

### 2.01.02 Factor Social

El factor social es el más importante ya que influye en todos los aspectos tanto económicos como políticos porque comprende a toda la sociedad tanto en su forma de organizarse como equipo dentro de la empresa y en el mercado, es decir como relacionarse con los clientes. "Los factores sociales que afectan el entorno

económico de una empresa son las influencias culturales de la época”. (Ehow en Español, 2013, pág. s/n)

### **2.01.02.01 Sociedad**

(Benaiges, 2010), afirma: “la sociedad es un conjunto de individuos que viven bajo unas mismas normas, leyes y cierto protocolo, tienen subgrupos, pero todos los individuos de una sociedad se dirigen hacia un fin común.”

La sociedad está integrada por varias actividades, dentro de las que están el grado de educación, nivel de ingresos, y muchos otros factores, lo que hace que se divida en clases sociales. Con el fin de determinar el nivel socio económico del país y la segmentación del consumo, realizó un estudio de estratificación por medio de la medición de variables, dicho estudio reflejó que los hogares ecuatorianos se dividen en cinco estratos.

Una encuesta de estratificación de nivel socioeconómico realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) determinó que el 49,3% de hogares en cinco ciudades del país se ubicada dentro de la denominada clase media baja; la mayor dentro de este estrato.

La encuesta clasificó al estrato medio en tres categorías: B que es medio alto, C+ considerado como medio típico y C- calificado como medio bajo.

De los tres tipos de hogares medios, el C obtuvo el 49,3% en las ciudades escogidas: Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato. Le sigue la clase media típica con 22,8% y la media baja con 11,2%. (El Universo, 2011)

Sumados esos porcentajes, el resultado de la encuesta arrojó que la clase media en general, de las cinco ciudades, alcanza el 83,3%. Mientras, el estrato bajo es de 14,9%. En cambio, la base de datos de la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL) señala que Ecuador mantenía un nivel de pobreza al 2010 de 37,1% de incidencia en hogares y de indigencia del 14,2%, según el estudio Pobreza, desigualdad y percepciones del mundo de trabajo en América Latina.

## Nivel Socio Economico

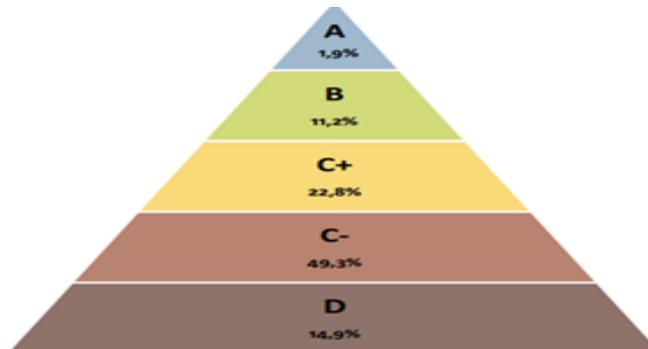


Figura 4 Nivel Socio Económico  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos  
Elaborado por: Lorena Tito

### 2.02.02.02 Artesanía y Cultura

La cultura que defiende el sector en poder es lo que se denomina la “cultura oficial”, (Pitas, 1985, pág. 35), Según la cual se decide que es bueno y que es malo, que es feo y que es bello. La valoración de lo popular en los sectores oficiales, el reconocimiento de sus manifestaciones como elementos de cultura abre en nuestros días inmensas posibilidades para reconciliar esta contradicción y acortar las distancias de entre lo vulgar y lo culto. Se podría incluso pensar en el fin de la dicotomía popular oficial mediante la oficialización de lo popular.



Figura 5 Artesanía y Cultura  
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Lorena Tito

La cultura popular es todo lo que hace la gente, cultura es, la tradición de milenios. La actividad del artesano es parte de la cultura, la artesanía zuleteña encierra en su forma de vida características propias de la cultura, pueblos que se desarrollan a su alrededor, su forma de vestirse auténtica, sus hábitos alimenticios, sus cantos, etc.; pueden dar fe de una cultura rica en historia que ha sobrevivido por muchos años; y que se diferencian entre la una y la otra.

Más que toda la cultura se expresa en la artesanía que resume los aspectos históricos y particulares de cada pueblo, es pues, que la artesanía desde tiempos remotos es un oficio de sobrevivencia o una forma de absorber mayores ingresos, en la cual, los pueblos dejan testimonio de su historia.

Hay artesanías que permanecen inalterables con el pasar del tiempo, pero otras debieron cambiar sus rústicas herramientas por instrumentos y máquinas que la

modernización les ha otorgado. Este fenómeno ocurrido en las artesanías, generan varias corrientes y posiciones entre las instituciones y tratadistas que persiguen la reivindicación del arte popular. Para algunos una artesanía es la que ha permanecido inalterable durante siglos, para ellos deben tener un carácter tradicional, critican la introducción de rasgos modernos y “se exige al nombre del nacionalismo la renuncia a las innovaciones y comodidades”; a nombre de la identidad de la que se debe sentir orgulloso, el arte popular, tiene que conservar sus antiguas técnicas de trabajo y sus diseños autóctonos.

Para otros, en cambio, la solución es llevar la cultura oficial a los artesanos para sacarlos de su ignorancia y atraso que es la principal causa para poner en peligro las últimas manifestaciones y las características de la cultura popular, pues, al no conocer las protecciones que les puede brindar el Estado, pierden grandes ventajas.

La artesanía es un arte popular autóctono que permanece intacto a través de los años, que defiende a la nacionalidad e identidad de la cultura, de la cual se debe sentir orgulloso y ayudar a su difusión en el sector comercial interno y externo e incluso para influenciar en las corrientes turísticas ya que con esto estaríamos apoyando al matriz productiva. Ya que el gobierno nos está motivando y nos está dando gran importancia para el rescate del arte popular, lo cual para nosotros es una ventaja.

En la actualidad, el arte ecuatoriano es apreciado en muchos países por su originalidad y costo razonable. “Las artesanías ecuatorianas son una manifestación popular de las raíces indígenas y refleja los sentimientos de este país culturalmente rico”. (Tvecu, 2014, pág. s/n)

### 2.01.02.03 Población

La población es un grupo de personas que viven en un área geográfica determinada y cuyo número se calcula a instancias de una evaluación estadística. (El Telegrafo, 2014, pág. s/n).

De acuerdo al último censo realizado en el año 2010, el Ecuador tiene 14.306.876 habitantes y en la provincia de Pichincha existen 2'551.993.

### Población

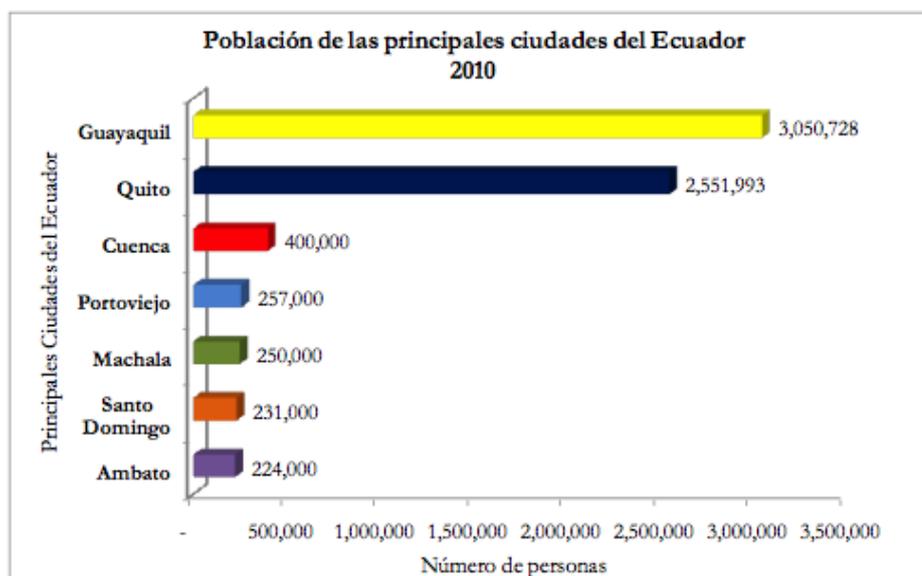


Figura 6 Población

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Lorena Tito

## **Análisis**

La población del Ecuador ha crecido en forma significativa, por ende para el presente proyecto será una oportunidad de carácter alto, debido a que las futuras generaciones adquieran el producto.

### **2.01.02.02 PEA**

Al referirse al PEA nos manifiesta que es un conjunto de personas de 12 años en adelante que desempeñan una ocupación, o bien, si no la tienen buscan activamente.

En el Ecuador la tasa de desempleo es del 5,59% y de subempleo del 44,38% en marzo de este año. Los datos son del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC.

Estas cifras superan a las registradas en diciembre del año anterior cuando estuvieron en 4,86 por ciento y 43,35 por ciento.

Al sumar la tasa de desempleo y el subempleo de la población económicamente activa de lo que va del 2014 se establece que el 49,97% están en unas de estas dos condiciones. En diciembre del 2013 el porcentaje fue del 48,21%

El INEC, en la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, indicadores económicos a marzo del 2014, publicó la Primera Muestra Trimestral Urbana y Rural de 5 ciudades (Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato) para tener un panorama nacional de los indicadores laborales a lo largo del año. El estudio del mercado laboral nacional urbano señala que de una población económicamente activa (PEA) de 4'780.928 son 4'513.851 los ocupados. De ellos, los ocupados plenos son 2'374.637, cifra menor a los 2'433.934 de diciembre del año pasado.

Igualmente, a marzo del 2014 eran 2'121.935 los subempleados, cifra mayor a la de diciembre del 2013 cuando se registraron 2'048.474 personas en el subempleo. Y los desocupados también aumentaron, de 229.574 en diciembre del 2013 subieron a 267.087 en marzo del 2014.

Concluye que la tasa de ocupados no clasificados, personas que no se puede clasificar por falta de datos en los ingresos, completa el 100% de la distribución. En marzo del 2014 fue de 0,36% y en marzo del 2013 fue de 1,95%.

Quito: Tasa trimestral del mercado laboral (nacional urbano)

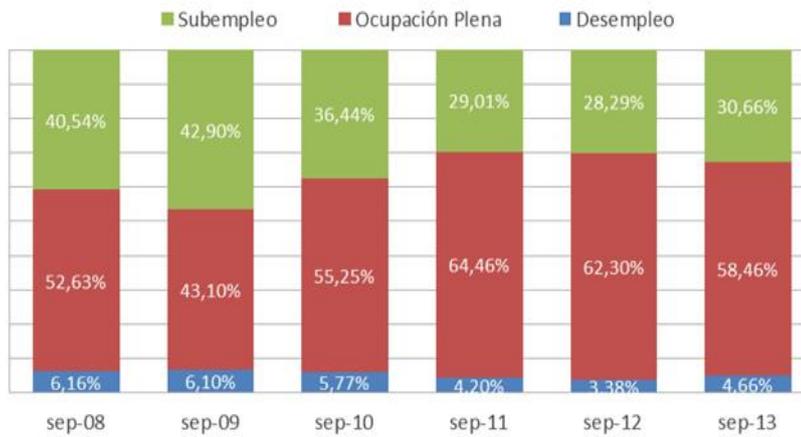


Figura 7 Población Económicamente Activa  
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo  
Elaborado por: Lorena tito

### 2.01.02.03 Migración

Al referirse a la migración es el desplazamiento de personas que tiene como intención un cambio de residencia habitual desde un lugar de origen hacia otro destino, en algunos casos se mudan de país por un período determinado de tiempo, atravesando algún límite geográfico que generalmente es una división política administrativa (materia en clase).

**Tabla 4 Tasa de crecimiento de migración**

AÑO	HABITANTES
2002	-0,59
2003	-0,52
2004	-8,58
2005	-6,07
2006	-3,11
2007	-2,16
2008	-7,98
2009	-0,81
2010	-0,66
2011	-0,52
2012	-0,39

Fuente: Indexmundi

Elaborado por: Lorena Tito

### **Análisis**

La migración en los últimos años ha ido en decremento eso se debe a la crisis que mundialmente está viviendo por ende las personas están retornando al país en busca de plazas de trabajo, lo cual para el presente proyecto representa una amenaza de carácter medio por que los recursos económicos son más escasos.

#### **2.01.03 Aspecto Político Legal**

El presente proyecto será legalizado como artesanal para lo cual será sustentado por los siguientes artículos que menciona la normativa legal.

##### **2.01.03.01 La Junta Nacional de Defensa del Artesano**

La Junta Nacional de los Artesanos es la institución rectora de la información y calificación artesanal a nivel nacional es la que garantiza los derechos profesionales y socioeconómicos de los artesanos.

(El Norte, 2014, pág. s/n), Desde el 1 de septiembre hasta el 31 de diciembre de este año, se llevará a cabo un proceso de recalificación para todos los artesanos del país. Esta medida, tras las irregularidades tributarias, laborales y de seguridad social cometidas por parte de varios empresarios que constaban como artesanos.

La Calificación Artesanal es la certificación que concede la Junta Nacional de Defensa del Artesano a los Maestros de Taller o Artesanos Autónomos.

Los maestros de taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal, ya que la no renovación de ésta tiene como consecuencia que los Artesanos se desamparen de la Ley de Defensa del Artesano y por tanto del goce de los beneficios que ésta les concede. (El Norte, 2014, pág. s/n)

#### **ART.56 Numeral 19 de la Ley de Régimen Tributario Señala**

Que se encuentran grabados con tarifa cero por los servicios prestados por los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

También tendrán tarifa cero de IVA los servicios que presten sus talleres y operarios y bienes producidos y comercializados por ellos.

Esta decisión dará la oportunidad a que los miles de artesanos del país, en sus variadas ramas especializadas puedan mantener sus talleres artesanales al servicio social sin ninguna limitación en la facturación, es decir con cero de impuesto al valor agregado al momento de su declaración al Servicio de Rentas Internas.

## **El Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno**

Manifiesta en el Art. 171.- Los artesanos calificados por la Junta de Defensa del Artesano, en la venta de los bienes producidos por ellos y en la prestación de sus servicios, emitirán sus comprobantes de venta considerando la tarifa 0% del Impuesto al Valor Agregado, siempre que cumplan con los siguientes requisitos:

- ✓ Mantener actualizada su calificación por la Junta de Defensa del Artesano.
- ✓ Mantener actualizada su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes.
- ✓ Prestar exclusivamente los servicios a los que se refiere su calificación por parte de la Junta de Defensa del Artesano.
- ✓ Vender exclusivamente bienes de su propia elaboración y a los que se refiere su calificación por parte de la Junta de Defensa del Artesano.
- ✓ Emitir los comprobantes de venta debidamente autorizados y que cumplan los requisitos previstos en el Reglamento de Comprobantes de Venta y de Retención.
- ✓ Presentar semestralmente su declaración del Impuesto al Valor Agregado y, anualmente, su declaración de Impuesto a la Renta.

- ✓ Al artesano que reúna los requisitos señalados, el Servicio de Rentas Internas le conferirá el certificado que indique que está facultado a emitir comprobantes de ventas con el IVA tarifa 0%.
  
- ✓ Requisitos para la calificación artesanal autónoma
  
- ✓ Requisitos para la calificación del taller artesanal
  
- ✓ Requisitos para la calificación recalificación del taller artesanal

Ver Anexos N° 1

### **2.01.03.2 Cámara Artesanal de Pichincha**

Para la Cámara Artesanal de Pichincha está claro que el trabajo de los artesanos contribuye a la construcción de un país culturalmente fuerte ya que la labor que realizan ayuda al fortalecimiento de las identidades al plasmar en variados soportes y superficies las diferentes tradiciones de los pueblos. Es por ello que esta entidad se ha constituido con el fin de proteger y representar los derechos de la clase artesanal de la provincia de Pichincha.

- ✓ Requisito para la afiliación a la cámara de artesanos.

Ver Anexos N° 2

### **2.01.02.03 Ley de Fomento Artesanal**

El proyecto de Ley de Fomento Artesanal, que se construye colectivamente mediante varios talleres de participación e inclusión sectorial, a nivel nacional, forma parte del Compromiso Presidencial asumido por el Ministerio de Industrias y Productividad para dinamizar y promover a los artesanos con el objetivo de que se integren y beneficien de la transformación de la Matriz Productiva que lidera el Gobierno Nacional.

En su Art. 1: Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley. (Lexis, 2003, pág. s/n)

Los activos fijos no deben sobrepasar en monto máximo que es de \$87.500 de las ventas anuales y no tener más de 15 operarios y cinco aprendices.

#### **2.01.03.04 Ley de Defensa del Artesano**

**Art. 1.-** Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

**Art.2.-Taller Artesanal:** Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos:

- ✓ Que la actividad sea eminentemente artesanal;
- ✓ Que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayor de cinco.
- ✓ Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley.
- ✓ Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.
- ✓ Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta Ley. (GREMMACH, 2010, pág. s/n)

#### **2.01.03.05 RUC**

El Registro Unico de Contribuyente es un requisito obligatorio para todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos.

#### **Requisitos para las personas naturales**

- Original y copia de la cédula de identidad;
- Certificado de votación del último proceso electoral;
- Copia de un documento que certifique la dirección del domicilio: Planilla de servicio básico, Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior, Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción; y Patente Municipal.

### **2.01.03.6 Patente municipal**

#### **Obligación:**

Obtener el permiso de patente, de todos los comerciantes e industrias que operen en cada conton así como los que ejercen cualquier actividad de orden económico.

#### **Plazo:**

Hasta el 31 de enero de cada año, tiene un año de validez.

#### **Base legal:**

Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito Ordenanza Municipal 1, registro oficial 226 de 31 de diciembre de 1997. Ordenanza Municipal No. 404, publicada en Registro Oficial Suplemento 12 modificación el 25 de junio del 2013. (Lexis, 2013)

Dirección: Mariscal Foch E4-38 entre Luis Cordero y Av. Colón Quito - Ecuador

### **2.01.03.07 Uso de suelo**

#### **Obligacion:**

Obtener el permiso de uso de suelo para desarrollar una actividad comercial.

#### **Plazo:**

Un año de validez

#### **Base legal:**

Registro oficial 187 del viernes 10 de octubre de 2003 se publicó la ordenanza 0095, sustitutiva del nuevo régimen del suelo del distrito metropolitano de quito; y, que en el registro oficial 242 del martes 30 de diciembre de 2003 se publicó la ordenanza 0107 reformatoria al nuevo régimen del suelo, la ordenanza de zonificación que aprueba la regularización vial, los usos de suelo y la asignación de ocupación del suelo y edificabilidad para el sector la mariscal. (Telegrafo, 2005, pág. s/n)

### **2.01.03.08 Licencia Metropolitana de Funcionamiento**

Art.4.- La Licencia Metropolitana de funcionamiento es el documento que habita a las personas naturales y jurídicas para el ejercicio de las actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, autorizado el funcionamiento de sus establecimientos, en razón de que se ha cumplido con los requisitos exigidos de acuerdo a su categoría, y las inspecciones y controles realizados por el cuerpo de bomberos, dirección metropolitana de salud, publicidad exterior y dirección metropolitana ambiental.

“Esta licencia esta conpuesta por las siguientes componentes: patente municipal y los permisoso de prevencio y control de incendios, de publicidad exterior y de salud” (El Telegrafo, 2009, pág. s/n)

### **2.01.03.09 Rótulos y publicidad exterior**

#### **Obligaciones:**

Para el permiso por la instalación del rotulo o cualquier otro medio de publicidad al municipio correspondiente, es una autorización para instalar medios de publicidad exterior, en espacios privados y en servicios generales.

#### **Plazo:**

La validez que tiene es de dos años luego que se instala el rotulo.

#### **Base legal:**

Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, Ordenanza 0186, R.O del 21 de noviembre del 2006.

### **2.01.03.10 Afiliación al IESS como empleado artesano**

Para lo cual se debe acercar a las oficinas del IESS con los siguientes documentos:

- RUC
- Cédula original y copia
- Papeleta de votación y copia
- Comprobante de pago de agua luz o teléfono del taller

- Nombre de la empresa o del responsable del taller
- Calificación artesanal (para registrar un taller artesanal). (El Telegrafo, 2010)

#### **2.01.03.11 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos**

Los siguientes documentos son necesarios:

- Informe de inspección
- Copia de cédula de identidad del representante o propietario
- Copia de RUC
- Copia de la patente municipal

#### **2.01.04 Aspecto Tecnológico**

La comunidad no quiere perder sus tradiciones y sobretodo de la forma en que ellos aprendieron a tejer y bordar sus vestimentas, es por esto que muchas veces les es difícil involucrarse en nuevas tecnologías, además que sus técnicas de manufactura fueron tomadas de forma práctica las cuales son herencias de sus ancestros.

Hay que considerar las condiciones precarias en las que viven por sus bajos niveles de ingresos y por ende la Parroquia no cuenta con gran acceso a la tecnología, por lo que la innovación de tecnología en el sector textil, traería grandes beneficios que permitan en un periodo determinado tener mayor producción y

comercialización, sin dejar de lado tradición ancestral de sus bordados, lo que le hace diferente al producto ofertado.

## **2.02 Entorno Local**

El entorno local está constituido por las personas y organizaciones reales que se relacionan de manera directa con la microempresa, como los clientes, proveedores y competencia.

### **2.02.01 Clientes**

Según la American Marketing Association (A.M.A.), el cliente es comprador potencial o real de los productos o servicios que se ofrece.

#### **2.02.01.1 Cliente interno**

Nuestros clientes internos serían las personas que hacen posible que nuestro producto o servicio salga al mercado estos son los empleados.

#### **2.02.01.2 Cliente externo**

Nuestros clientes externos sería todas las personas a las cuales vamos a estar direccionado nuestro producto, las cuales serían todas personas del sexo masculino y femenino, específicamente dentro de una edad comprendida entre 18 y 60 años, gente que habita en sector de la Mariscal, así como turistas extranjeros, ya que al contar con diferentes líneas de producción tales como ( manteles, tapetes, camisas,

entre otros.), por ende nuestros productos tendrá una gran acogida debido a que esta zona es muy comercial y visitada por los extranjeros.

#### **2.02.01.01 Poder de Negociación con los Clientes**

Los potenciales clientes de la empresa constituye parte fundamental y razón de ser de la misma, por ende se les ofrecerá descuentos, promociones a los frecuentes clientes que acuden a adquirir los productos de esta manera satisfacer a los clientes ofreciendo los productos de calidad.

#### **Análisis**

El cliente es el eje principal de todo negocio, por ende es muy importante tratar de satisfacer sus necesidades y expectativas, para el presente proyecto representa una oportunidad de carácter alto, ya que el sector es muy comercial y también hay que tomar en cuenta que los productos cuentan con variedad de diseños por tanto las personas nacionales y extranjeras pueden adquirir el producto.

#### **2.02.02 Proveedores**

Al proveedor se le define como una entidad de negocio que suministra a la compañía bienes y/o servicio necesarios para, y utilización en, la producción de los bienes y/o servicio de la compañía. (Caneda, 2004, pág. 121)

**Tabla 5 Proveedores**

MATERIAL	PROVEEDORES	HUBICACIÓN	TELÉFONO
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Agujas</li> <li>❖ Crochet</li> <li>❖ Botones</li> <li>❖ Hilos</li> </ul>	LA CASA DEL CIERRE	Isla Floreana, Isla Genovesa 41-27, Quito	22920113
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Telas</li> <li>❖ Sabanas y colchas para camas</li> <li>❖ Cojines de muebles</li> <li>❖ Cortinas</li> </ul>	TEXTELA ZONA LIBRE S.A.		22234567
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Telas para Sabanas y Edredones</li> <li>❖ Cojines</li> <li>❖ Telas para Decoración</li> </ul>	TEXTIL ECUADOR	Gaspar de Villarroel #1211 y París Quito-Ecuador	02 253751
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Tijeras</li> <li>❖ Hilos</li> <li>❖ Agujas</li> <li>❖ Dedal</li> <li>❖ Tizas</li> <li>❖ Cinta</li> </ul>	DISTRIBUIDORA BOSTON S.A.	Centro Histórico: Manabí 03-66 y Vargas	02 583368
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Hilos italianos</li> <li>❖ Encajes</li> <li>❖ Sacador de agujas</li> <li>❖ Hilos de costura</li> <li>❖ Telas</li> <li>❖ Accesorios</li> </ul>	COTTON PERLE	Ibarra	06234223
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Telas</li> </ul>	INDUTEXMA	Panamericana Norte	03453341
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Hilos</li> </ul>	FABRICA SAN PEDRO	San Rafael	02765343
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Hilos Finos</li> </ul>	HILOS DE ALGODÓN	Pasaje Amador	02232312

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Lorena Tito

### **2.02.02.01 Poder de Negociación con los Proveedores**

El poder de negociación se refiere a la ventaja que podrían tener los proveedores, que nos ofrezcan materia prima de calidad y facilidad de pago, de tal manera que tenga una relación de cordialidad lo cual puedan tener lealtad y honestidad entre las dos partes.

#### **Análisis**

Al momento de contar con varios proveedores nos dan la ventaja de seleccionar a los mas a adecuados lo cual nos ofrezcan la materia prima de calidad. Por ende para el presente proyecto representa una oportunidad de carácter alto, ya que con esto se verá el producto terminado.

### **2.02.03 Competencia**

La competencia es un grupo de personas o de entidades que ejercen la misma profesión o actividad que otras. (Telegrafo, 2005, pág. s/n)

Al ser nuestro producto calificado como una artesanía, nuestros competidores estarán divididos en dos grupos, competencia directa y competencia indirecta. No hay que desestimar la competencia sino saber reconocerla y trabajar de cara a la mejora continua

### 2.02.03.01 Competencia Directa

(Gestion, 2014, pág. s/n) La competencia directa son las empresas o negocios que venden un producto igual o casi al que se vende en el mismo mercado en el que se está, lo que hace que ambas empresas busquen a los mismos clientes para venderles lo mismo.

**Tabla 6 Competencia Directa**

N°	EMPRESA	PRODUCTO	DIRECCIÓN
1	Fundación Galo Plaza	Manteles, Toallas, Paneras, etc.	Quito
2	Bordados Martha	Camisas	Imbabura
3	Manos Mágicas	Vestidos, Manteles, Toallas, Paneras etc.	Quito
4	Cosas Lindas	Manteles	La esperanza
5	Bordados a Mano Esthela	Manteles, Individuales, Toallas, blusas	Imbabura
6	Bordados a Mano Fanny	Vestidos, camisetas, blusas.	Kennedy

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Lorena Tito



Figura 8 Matriz BCG de la Empresa Fundación Galo Plaza  
Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Lorena Tito

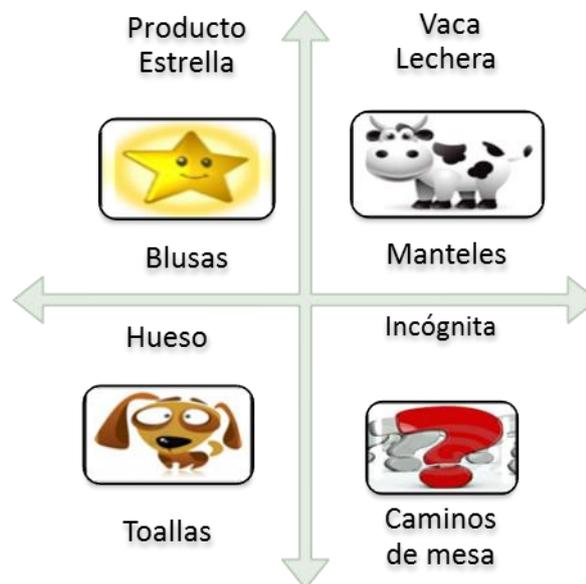


Figura 9 Matriz BCG Manos Mágicas  
Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Lorena Tito

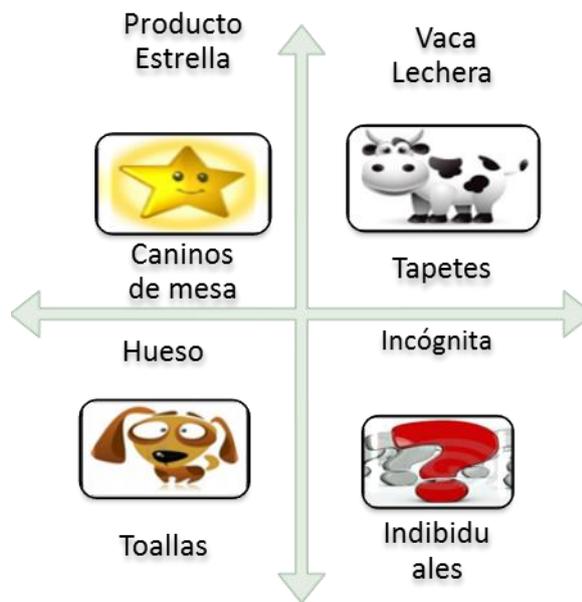


Figura 10 Matriz BCG Cosas Lindas  
Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Lorena Tito

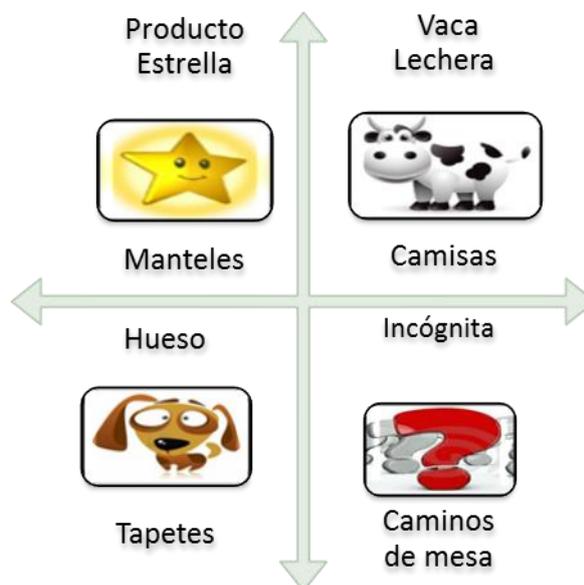


Figura 11 Matriz BCG del Proyecto  
Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Lorena Tito

### **2.02.03.02 Competencia Indirecta**

(Gestion, 2013, pág. s/n) La competencia indirecta son las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos o de forma diferente. Dentro de nuestra competencia indirecta estarán comprendidas todas las demás artesanías realizadas en otros materiales tales como cuero, ya que representan una competencia no directa pero a su vez muy importante.

**Tabla 7 Competencia Indirecta**

COMPETENCIA INDIRECTA	
EMPRESA	UBICACIÓN
MERCADO ARTESANAL EL EJIDO 	Av. Patria y 6 de Diciembre
MERCADOR ARTESANAL DE OTAVALO 	En Otavalo
MERCADO ARTESANAL DE COTACACHI 	En Cotacachi
MERCADO ARTESANAL LA MARISCAL 	Juan León Mera 615 y Jerónimo Carrión

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Lorena Tito

## **Análisis**

La competencia para la microempresa representa una oportunidad de carácter medio, ya que la competencia nos permite mejorar día a día la calidad de nuestro producto ya que en la actualidad nuestras artesanías son muy llamativas, por ende le atrae mucho a la gente nacional y extranjera.

### **2.03 Análisis Interno**

#### **2.03.01 Propuesta Estratégica**

Impulsar a las personas que adquieran productos artesanales, mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa dedicada a la producción y distribución de productos hechos completamente mano.

##### **2.03.01.01 Misión**

Ser la empresa líder en el mercado artesanal en la producción y distribución de bordados a mano Zuleta, manteniendo una excelente calidad de los productos, satisfaciendo las expectativas de los clientes, contribuyendo así al desarrollo del país, de la empresa y de la comunidad con la que actúa.

##### **2.03.01.02 Visión**

Posicionarnos en el mercado nacional e internacional, en un lapso de 5 años de forma creativa e innovadora. Aprovechando las habilidades y destrezas de las

mujeres zuleteñas en el arte de los bordados a mano, ya que es un producto de la riqueza de la cultura indígena ecuatoriana.

### **2.03.01.03 Objetivos**

Los objetivos significan el fin al que se desea llegar, la meta que se pretende lograr. Para lograr los objetivos de la empresa debe contar con las siguientes características: ser claros, medibles, alcanzables, realistas y coherentes.

#### **2.03.01.03.01 Objetivo General**

Implementación de una microempresa artesanal dedicada a la elaboración de bordados a mano, a través de la realización de un estudio de factibilidad, para mejorar la comercialización de los mismos y así mejorar la calidad de vida tanto económica como socialmente de las familias de las artesanas de Zuleta.

#### **2.03.02.03.02 Objetivo Especifico**

- ❖ Determinar la rentabilidad del proyecto.
  
- ❖ Realizar un estudio de mercado actual, que determine la oferta del producto.
  
  
- ❖ Realizar un estudio técnico y financiero para determinar la viabilidad del proyecto.

#### **2.03.01.04 Principios y Valores**

La microempresa establecerá principios y valores de acuerdo a las necesidades de la organización, ya que esto permitirá llegar a los objetivos de la empresa.

##### **2.03.02.04.01 Principios**

- **Calidad**

Máxima calidad y seguridad en los productos que se verifica a lo largo de todas las fases de producción y distribución de los productos, desde la materia prima hasta el producto terminado.

- **Servicio**

El cliente es siempre lo más importante y el objetivo es conseguir en todo momento el 100% de su satisfacción. Brindando rapidez en el servicio, el trato amable y personalizado son los medios para conseguirlo.

- **Trabajo en Equipo**

Unión de fuerzas y conocimientos, que den cumplimiento a los objetivos de la microempresa.

##### **2.01.03.04.02 Valores**

- **Creatividad**

Buscar, en forma permanente, novedosas formas de innovar continuamente nuevos productos y mejoramiento de los diseños tradicionales, de acuerdo con la exigencia de los clientes pero conservando siempre la tradición hecha a mano, de modo que ello sea beneficioso para el trabajador, la empresa, y la sociedad.

- **Respeto**

Valorar y mantener relaciones cordiales con nuestros artesanos, con nuestros incorporados y con nuestros clientes.

- **Responsabilidad**

Asumir las consecuencias de lo que se hace o se deja de hacer en la microempresa y su entorno. Tomar acción cuando es necesario; obrar de manera que se contribuya al logro de los objetivos de la microempresa.

- **Puntualidad**

Cumplir con los compromisos y obligaciones en el tiempo acordado, valorando y respetando el tiempo de los demás.

### **2.03.01.04.03 Políticas Empresariales**

- ❖ Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el buen trato a nuestros clientes.
- ❖ Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.

- ❖ Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante acciones sistemáticas de formación.
  
- ❖ Todo el personal debe acudir a sus labores diarias con el uniforme establecido por la Institución.

### **2.03.02 Gestión Administrativa**

La gestión administrativa en una empresa es uno de los factores más importantes cuando se trata de montar un negocio debido a que del ella dependerá el éxito que tenga dicho negocio o empresa, de todas formas, desde finales del siglo XIX se ha tomado la costumbre de definir a la gestión administrativa en términos de cuatro funciones que deben llevar a cabo los respectivos gerentes de una empresa: el planeamiento, la organización, la dirección y el control. (Gestion y Administracion, 2000, pág. s/n)

### 2.03.02.01 Organigrama Estructural

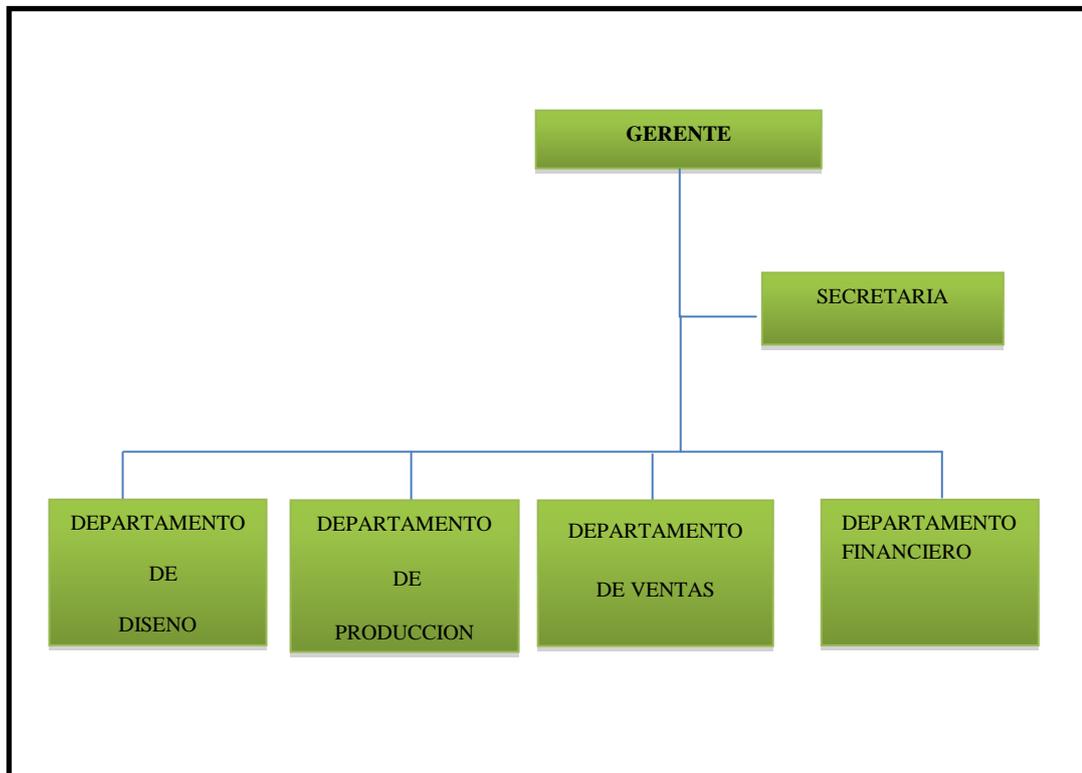


Figura 12 Organigrama Estructural  
Elaborado por: Lorena Tito

### 2.03.02.01 Organigrama Funcional

- **Gerente**

El Gerente General será el representante legal de la microempresa, se encargará de la toma de decisiones más importantes, del gerente dependerá una correcta gestión empresarial, desarrollo, supervivencia y crecimiento permanente de la empresa. Para su gestión administrativa y de control de los proyectos.

- **Secretaria**

La secretaria de gerencia se involucrará directamente en la gestión de los proyectos especiales. Sus funciones irán desde obtener información de proveedores y

clientes, hasta ayudar a crear presentaciones y reportes para conferencias o reuniones.

- **Departamento de Diseño**

Se encargará del desarrollo de nuevos diseños para los bordados, así como el diseño de prendas y artículos nuevos, para de esta manera presentar innovación en nuestras líneas de productos.

- **Departamento de Producción**

Es en el departamento de producción donde se elaborará los bordados y se controlará la calidad tanto de la materia prima con la que se va a trabajar, como del producto final, además este departamento se encargará de analizar las formas de mejorar los procesos de elaboración de los bordados, para lograr la satisfacción del cliente.

- **Departamento de Finanzas**

Es el que se encarga de contabilizar las facturas emitidas y recibidas, pagar a los proveedores de materia prima, pagar a los empleados y sobre todo emitir reportes de pago.

- **Departamento de Ventas**

Es el que se encarga de captar nuevos clientes a través de estrategias de venta como, puerta a puerta y otras, las cuales ayudan a que los productos se difundan y se vendan más rápido.

### 2.03.03 Gestión Operativa

(Gestión Operativa de las Organizaciones, 2012, pág. s/n),  
La 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.

### 2.03.03.01 Flujo grama de los procesos de producción del producto

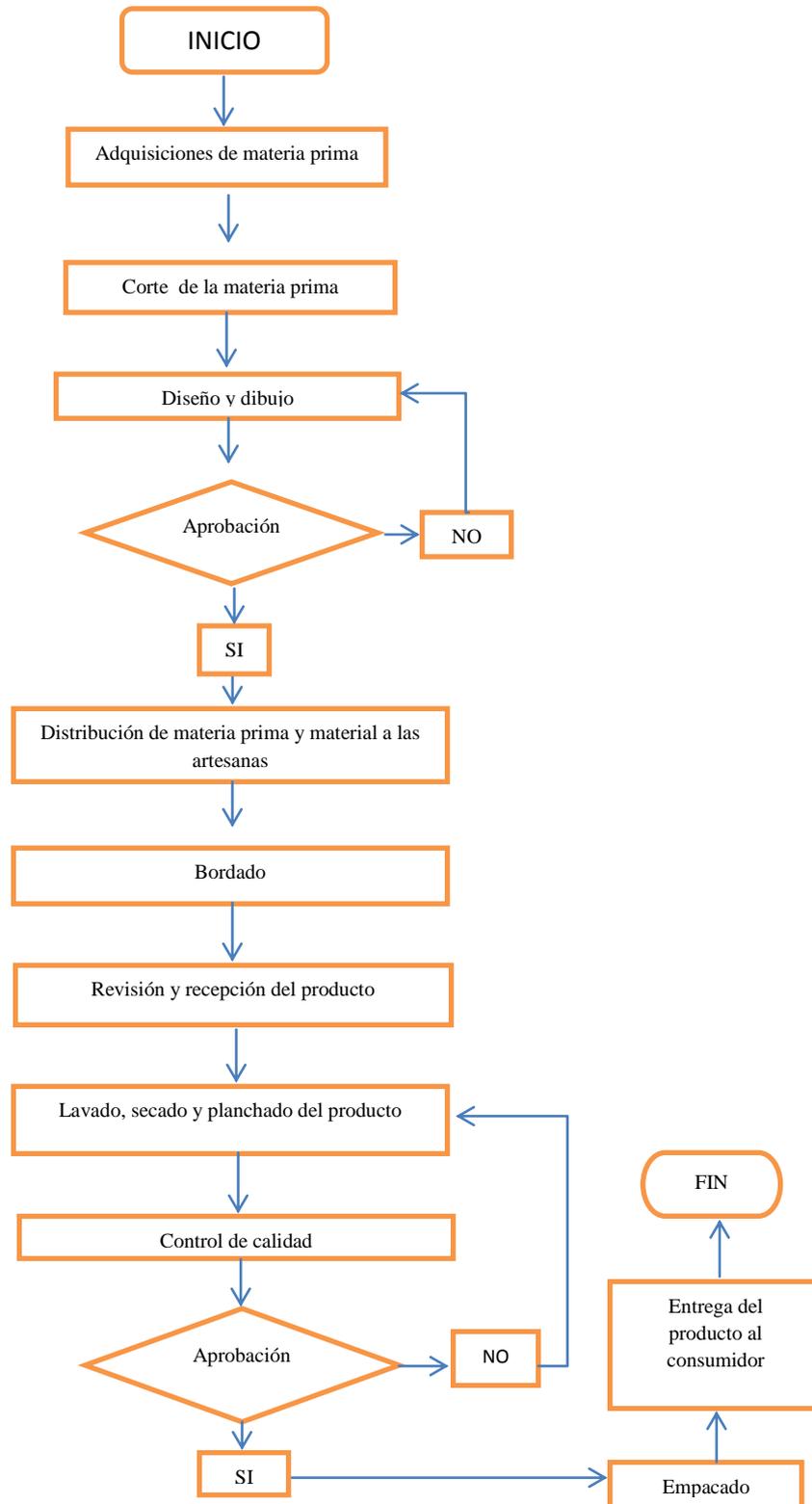


Figura 13 Flujo grama de los procesos de producción del producto

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Lorena Tito

### **2.03.04 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”. (Gestion, 2012, pág. s/n), Para lo cual utilizaremos las cuatro herramientas las cuales son: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

#### **2.03.04.01 Producto**

Un producto “es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad”. (Philip Kotler, 2013, pág. 400)

La microempresa se caracterizará por entregar el producto de mejor calidad acorde a los gustos y preferencias de nuestros clientes; por ende los manteles podemos hacerlo con el diseño y el color que cliente nos pida, con esto ayudaríamos a nuestros clientes a la satisfacción al adquirir el producto.

##### **2.03.04.01.01 Descripción del Producto**

La microempresa se caracteriza por entregar un producto de calidad que vaya acorde a la necesidad del cliente, manteles, blusas, tapetes, de diferentes modelos y colores, lo cual al adquirir estos productos están beneficiando a las artesanas de la comunidad de Zuleta.

### 2.03.04.02 Precio

El precio “es la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o un servicio”. (Valdez, 2004, pág. 99)

Para el cálculo del precio de los manteles se procede al cálculo de los costos de producción.

**Tabla 8 Costo de producción unitario**

Costo de producción unitario manteles	
MPD	36,00
MOD	14,20
CIF	1,51
<b>C.U.F</b>	<b>51,71</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Lorena Tito

Mantel	
Costo producción unitario	51,71
Utilidad 100%	51,71
<b>P.V.P</b>	<b>103,43</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Lorena Tito

**Tabla 9 Producto**

PRODUCTO	PRECIO
	El precio del mantel será de \$ 103,43

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Lorena Tito

**Tabla 10 Costo de producción unitario**

<b>COSTO DE PRODUCCION UNITARIO TAPETE</b>	
MPD	5,98
MOD	1,14
CIF	0,39
<b>C.U.F</b>	<b>7,50</b>

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Lorena Tito

<b>TAPETE</b>	
Costo producción unitario	7,50
Utilidad 100%	7,50
<b>P.V.P</b>	<b>15,01</b>

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Lorena Tito

**Tabla 11 Producto**

<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO</b>
	El precio del tapete será de \$15.01

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Lorena Tito

**Tabla 12 Costo de producción unitario**

<b>COSTO DE PRODUCCION UNITARIO CAMISA</b>	
MPD	12,80
MOD	2,84
CIF	0,53
<b>C.U.F</b>	<b>16,17</b>

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Lorena Tito

<b>CAMISA</b>	
Costo producción unitario	16,17
Utilidad 100%	16,17
<b>P.V.P</b>	<b>32,35</b>

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Lorena Tito

**Tabla 13 Producto**

<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO</b>
	El precio de la camisa de la camisa será de \$32.35

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Lorena Tito

El costo de producción unitario de un mantel es de \$103.43 de un tapete \$15.01 y de una camisa \$32,35 y tendrán una utilidad del 100% debido a que es un proceso manual que adquiere de tiempo en elaborarlo.

Los precios están establecidos de acuerdo a los bordados a mano existentes en Zuleta, con el fin de que exista una sana competencia y se venda los productos por su calidad, diseño que ha llegado a ganarse estas artesanías, la empresa ofrecerá productos de mejor calidad.

Los precios establecidos para estas artesanías se basan en el costo de la materia prima, materiales directos, indirectos y especialmente en la mano de obra que se requiere para elaborar cada producto de acuerdo a los diseños que se presentan porque realmente es un arte y sus precios se verán reflejados en estas artesanías.

### **2.03.04.03 Plaza**

El taller de la microempresa estará ubicado en la provincia de Imbabura, un lugar de hermosos paisajes, ricos en flora y fauna lo cual atrae mucho la visita de turistas tanto nacionales como extranjeros quienes a su vez no dejan de vivir la experiencia de conocer más acerca de las tradiciones y conocimientos ancestrales de la población indígena entre ellos sus artesanías, razón por la cual el taller está ubicado en un lugar estratégico para el desarrollo de la actividad comercial.

El local de venta estará ubicado en el sector la Mariscal Sucre, ya que debido a que cuenta con varios aspectos positivos, principalmente la cercanía con el mercado artesanal, la seguridad, servicios básicos y lo más importante la gran afluencia de turistas que a diario transitan por este sector debido a que el mismo está rodeado de grandes cadenas hoteleras donde se hospedan turistas de todas partes del mundo, lo cual ayudará a que la microempresa sea muy visitada.

El local de venta de la microempresa específicamente estará ubicado en la Jorge Washington y Juan León Mera diagonal al mercado artesanal.

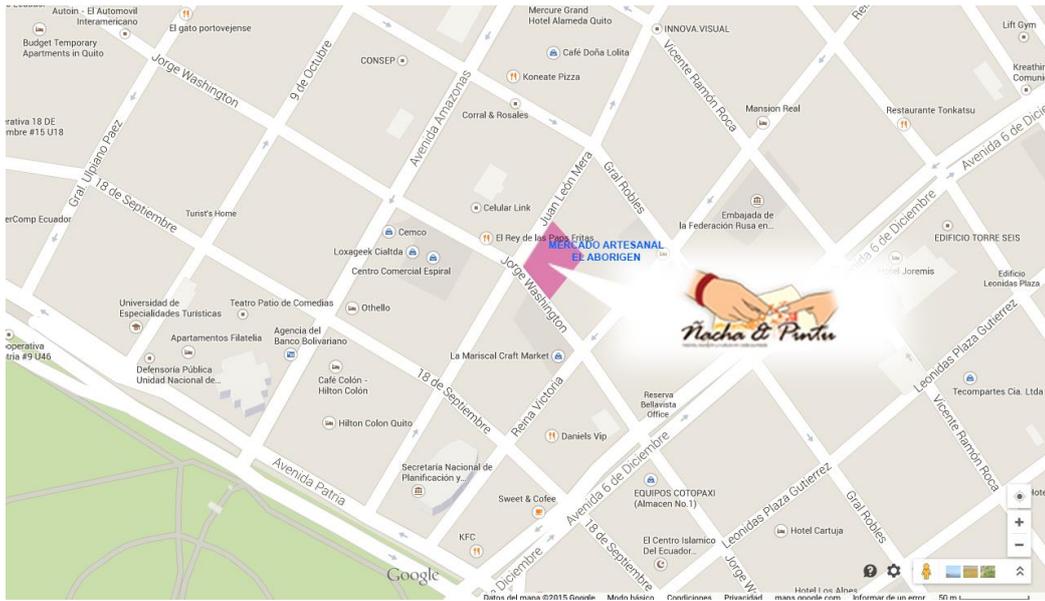


Figura 14 Croquis de ubicación  
Elaborado por: Lorena Tito

#### 2.03.04.04 Canales de distribución

Los canales de distribución son "cada uno de los diferentes caminos, circuitos o escalones que de forma independiente intervienen en el proceso de hacer llegar los bienes y servicios desde el productor hasta el usuario o consumidor final". (American Marketing Association, 2009, pág. s/n)

La comercialización de estos productos bordados a mano de Zuleta será una distribución directa ya que nuestro producto será del productor al consumidor final, sin la existencia de intermediarios.

#### 2.03.04.05 Promoción

La promoción es un conjunto de actividades dirigidas a impulsar los productos de la microempresa en el mercado.

El reto de las artesanías de Zuleta será alcanzar el posicionamiento en el mercado al lograr conquistar un espacio en la mente del consumidor.

### **Estrategias de Promoción**

La publicidad que se hará es a través de hojas volantes que se repartirán en Otavalo, Cotacachi y Mercados Artesanales en los cuales consten las artesanías que se elaboran en Zuleta, esta sería una buena estrategia ya que constituiría una alternativa más para los turistas que viajan a todos los lugares.

Más adelante se deberá colocar una página web ofreciéndoles información sobre el producto, así como las redes sociales como Facebook y Twitter, por ser medios de comunicación masivos. Ya que es una estrategia muy importante que nos permitirá ampliar el mercado.

Descuentos hasta el 25% por la compra de juegos completos.

#### **2.03.04.06 Publicidad**

La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda. (wikipedia, 2013, pág. s/n)

#### **➤ Nombre de la Microempresa**

# **ÑACHA & PUNTU**

#### **Logotipo de Microempresa**

El logotipo está compuesto de una estilización de las manos de una mujer indígena bordando, combinado con una tipografía un poco irregular la cual utilizamos para denotar historia, tradición y cultura.

La combinación de los colores utilizados en el logo como son el color café, amarillo y rojo los cuales nos connotan la alegría, lealtad, historia y riqueza de nuestra cultura, hacen que nuestro logotipo fácilmente pueda ser interpretado por nuestros clientes o grupo objetivo.

El eslogan utilizado "Historia, tradición y cultura en cada puntada", sirve para reforzar nuestra imagen como una empresa dedicada no solo a la producción de bordados sino también como una empresa que quiere mantener y dar a conocer la historia y riqueza cultural de nuestro país al mundo entero.



Figura 15 Slogan de la Microempresa  
Elabora por: Lorena Tito

## Eslogan de la microempresa

### HISTORIA, TRADICION Y CULTURA EN CADA PUNTADA

#### Tarjeta de presentación

##### Anverso



##### Reverso



Figura 16 Tarjeta de presentación  
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Lorena Tito

## Flyer



*Nacha & Pintu*  
historia, tradición y cultura en cada puntada

Handicrafts and Gifts

Los tradicionales bordados a mano  
de Zuleta  
Manteles, Paneras,  
Servilletas, Toallas, Camisas  
Blusas, Tapetes, Adornos  
Recuerdos y mas....

[www.nachaypintu.com](http://www.nachaypintu.com)

Mercado Artesanal El Aborigen - Jorge Washington 610 y Juan Leon Mera Local 21  
Quito - Ecuador

Figura 17 Flyer

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Lorena Tito

## Hoja Membretada



Bordados a mano tradicionales de Zuleta Manteles, paneras, servilletas, toallas, camisas, blusas, tapetes, adornos recuerdos y mas....



Mercado Artesanal El Aborigen  
Jorge Washington 610 y Juan Leon Mera  
Local 21  
Telf.: 0985702330, [www.nachaypintu.com](http://www.nachaypintu.com)  
Quito - Ecuador

Figura 18 Hoja Membretada  
Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado: Lorena Tito

## 2.04 Análisis Foda

**Tabla 14 Ambiente Interno**

AMBIENTE INTERNO						
CONCEPTO	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Misión	✓					
Visión	✓					
Objetivos	✓					
Principio y valores	✓					
Gestión Administrativa	✓					
Gestión Operativa		✓				
Gestión Comercial		✓				

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Lorena Tito

**Tabla 15 Ambiente Externo**

AMBIENTE EXTERNO						
CONCEPTO	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
<b>MACROAMBIENTE</b>						
PIB	✓					
Inflación					✓	
Tasa de interés		✓				
Balanza comercial					✓	
Factor social		✓				
Población		✓				
PEA	✓					
Migración					✓	
Aspecto político legal		✓				
Aspecto tecnológico	✓					
<b>MICROAMBIENTE</b>						
Clientes	✓					
Proveedores		✓				
Competidores	✓					

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Lorena Tito

## CAPÍTULO III

### Estudio de mercado

El estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización". (Kotler, 2006, pág. 120)

Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

#### 3.01 Análisis del Consumidor

Todas las personas actúan como consumidores activos, tomando decisiones sobre qué, cuánto, cómo, dónde comprar los bienes y servicios que satisfagan sus necesidades.

Para cubrir las necesidades del consumidor, se debe obtener una visión global de la manera en cómo piensa, actúa, sus actividades cotidianas, y otros factores que inciden en su comportamiento y por ende en sus decisiones.

El análisis del consumidor consiste en ver las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo. (Crece Negocios, 2013, pág. s/n)

El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender bien a los clientes, que el producto o servicio pueda ser ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo, teniendo en cuenta las ofertas de la competencia.

Factores que Influyen en el Comportamiento

### **Factores Personales**

Los factores que influyen en la decisión de compra son únicos para una determinada persona.

**Factores Demográficos:** son características individuales, como edad, sexo, raza, aspectos étnicos, ingreso, ciclo de vida familiar y ocupación.

**Estilo de Vida:** Es el patrón de vida de un individuo expresado a través de actitudes, intereses y opiniones.

**Factores Situacionales:** Son influencias que resultan de circunstancias, tiempo y localización que afectan el proceso de decisión de compra del consumidor.

### **Factores Sociales**

Las fuerzas que otras personas ejercen sobre el comportamiento de compra se llaman factores sociales.

**Familia:** todos nosotros ocupamos un lugar dentro de un grupo, organizaciones e instituciones.

**Grupo de Referencia:** Es cualquier grupo que afecta, positiva o negativamente los valores, las actividades o el cumplimiento de las personas.

**Clases Sociales:** Las clases sociales son grupo abierto de individuos con un rango social similar. Se dice "abierta" porque las personas pueden moverse hacia o salirse de una clase.

**Cultura y Subcultura:** La cultura es la acumulación de valores, conocimiento, creencias, costumbres, objetos, y concepto que una sociedad utiliza para hacer frente al entorno y que se traspasa a generaciones futuras. (slideshare, 2010, pág. s/n)

### **3.01.01 Determinación de la Población y Muestra**

#### **3.01.01.01 Población**

Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones". Levin & Rubin (1996).

La población para el presente proyecto, según los datos proporcionados por el INEC en base al censo de población y vivienda realizada en el año 2010 muestra es la siguiente información con respecto a la población del sector de la Mariscal Sucre y los turistas que acuden al sector son:

**Tabla 16 Población Distrito Metropolitano de Quito**

<b>Zona Administrativa/ Parroquia</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>	<b>Densidad Poblacional</b>
Mariscal Sucre	7331	8510	15841	56,4

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos  
Elaborado por: Lorena Tito

El sector de la Mariscal Sucre cuenta con una población de 15.841 habitantes los cuales para el presente proyecto también se les tomarán en cuenta a los turistas que son 628.958 habitantes ya que este producto que se va ofrecer está dirigido a los dos géneros.

Total de turistas de quito en el año 2013 =628.958 personas  
 $628.958 \times 22\%$  ( turistas que acuden a la mariscal) = **138.371**

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Lorena Tito

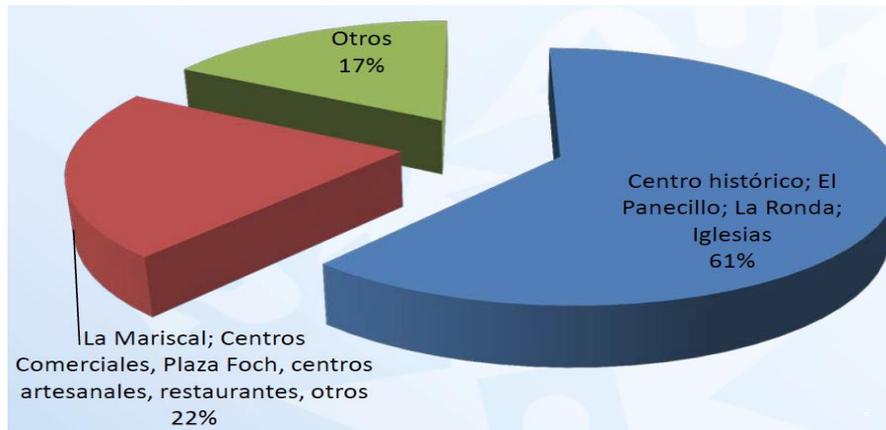


Gráfico 1 Población  
Fuente: Quito Cifras  
Elabora por: Lorena Tito

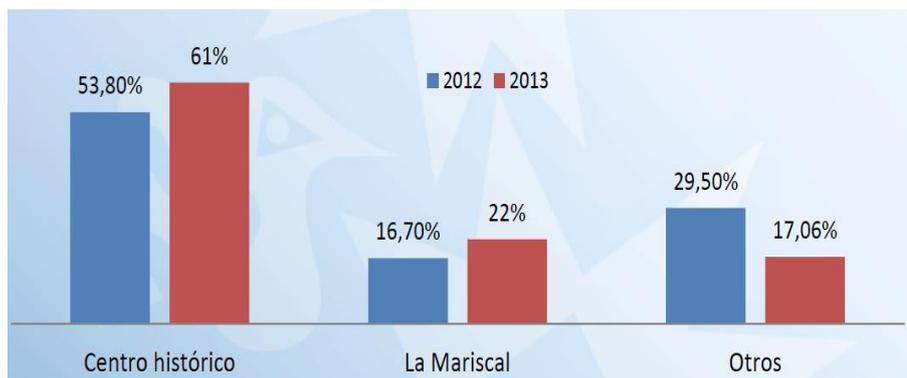


Gráfico 2 Población  
Fuente: Quito Cifras  
Elaborado por : Lorena Tito

**El tamaño de la población será igual a:**

Población de la mariscal	+	Turistas que acuden al sector la mariscal	=	Total Población
<b>15.841</b>		<b>138.371</b>		<b>= 154.212</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Lorena Tito

### 3.01.01.02 Muestra

(Moguel, 2005) La muestra es un subconjunto representativo seleccionado de una población, que refleja sus características esenciales. La muestra es una parte pequeña que se toma del total, para analizarla y estimar generalidades. (pág. 82)

#### Fórmula para calcular la muestra

$$n = \frac{N * p * q * z^2}{(N - 1)E^2 + p * q * z^2}$$

De donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

E = Error máximo admisible (5%)

p = Probabilidad de éxito (50%)

q = Probabilidad de fracaso (50%)

z = Distribución normal en estadística cuando el NC=95%

$$n = \frac{154.212 * (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}{(154.212 - 1)(0.05)^2 + (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}$$

$$n = 383$$

Luego de aplicar la fórmula para el cálculo de la muestra, el resultado que se obtuvo fue de 383 personas tanto nacionales como extranjeras a las cuales se les realizara las encuestas en el sector de la Mariscal Sucre.

### **3.01.02 Técnicas de la Obtención de Información**

La información que se recopila puede ser de 2 tipos: Primaria y Secundaria.

La Información Primaria es información original que se recaba con un fin específico o para un proyecto de investigación concreto.

La Información Secundaria es aquella que ya existe y se ha recopilado para cualquier otro fin. Ésta información es de bajo costo y de fácil acceso. Cuando esta información está incompleta o es obsoleta se recurre a la información primaria.

#### **Las Técnicas de Recolección de la Información son:**

##### **Investigación por Observación**

Es una técnica de investigación de campo. Se puede recabar datos de forma discreta, mediante la observación de los entornos y actores relevantes mientras éstos compran o consumen productos. Una herramienta útil son las fotografías, las que pueden proporcionar información detallada.

##### **Investigación a Través de Focus Groups**

Un Focus Group o grupo de discusión, está integrado por entre 6 a 10 personas que han sido seleccionadas en función de ciertas características especiales, como demográficas, psico-gráficas, u otras consideraciones. Estas personas se reúnen para discutir diversos temas de interés a cambio de un pago simbólico por su

participación. El modelador plantea una serie de preguntas preparadas con anticipación para cubrir todos los temas relevantes. Por lo general las sesiones son grabadas.

En este tipo de investigación se debe evitar generalizar los resultados debido a que la muestra es demasiado pequeña y sus integrantes no son escogidos al azar.

### **Investigación a Través de Encuestas**

La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que se desea obtener y, posteriormente reunir los datos individuales para obtener durante la evaluación de datos agregados.

Las empresas suelen realizar encuestas a un grupo de personas para conocer que quiere el consumidor y qué es lo que le satisface, para luego generalizar los hallazgos a la totalidad de la población.

Las encuestas pueden ser telefónicas, on-line o personales, deben ser breves y sencillas.

Las encuestas tienen algunas características que las hacen altamente utilizables:

- ✓ Permiten obtener información primaria actual, concreta y especializada del tema
- ✓ Se ahorra tiempo al recopilar una gran cantidad de información
- ✓ Son aplicables a cualquier persona sin importar sus características

**Pueden darse de dos formas:**

**Por Cuestionario:** Los cuestionarios son la herramienta más común para recopilar información primaria. El cuestionario es un conjunto de preguntas que se presenta a las personas para obtener sus respuestas. Puede ser cerrado o abierto.

El cuestionario cerrado es cuando las preguntas son cerradas, es decir, detallan todas las respuestas posibles, y son sencillas de interpretar y tabular.

El cuestionario abierto tiene preguntas abiertas que permiten responder con palabras propias, revelando más información sobre su forma de pensar. Son útiles cuando interesa saber la opinión de la persona.

El cuestionario debe tener preguntas imparciales, sencillas, concretas, evitando usar un lenguaje técnico, con palabras ambiguas o poco comunes.

**Por Entrevista.** Consiste en recabar información de forma verbal, realizando una serie de preguntas tanto abiertas como cerradas, con el fin de recopilar datos sobre el tema que quiero conocer.

### 3.01.03 Encuesta

La encuesta que se va utilizar para el proyecto será la siguiente:



## ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### TECNOLOGÍA EN BANCA Y FINANZAS

#### ENCUESTA

#### Objetivo

El objetivo de la presente encuesta es evaluar el lanzamiento de un producto artesanal de bordados a mano. Tiene como finalidad conocer las preferencias y necesidades de los potenciales clientes. Se le agradece por su ayuda al responder el siguiente cuestionario.

#### DATOS

**EDAD:** 18-25 ( )      25-40 ( )      40-60 ( )      MAS DE 60 ( )

**NACIONALIDAD:** ECUATORIANO ( )      EXTRANJERO ( )

**ESTADO CIVIL:** CASADA/O ( )      SOLTERA/O ( )

**INDICACIONES:** Marque con una X la respuesta que usted crea conveniente.

**1.- ¿Conoce usted los bordados hechos en Zuleta "Provincia de Imbabura"?**

SI ( )                      NO ( )

**2.- ¿Ha adquirido alguno de los siguientes productos bordados a mano?**

Manteles ( )

Tapetes ( )

Camisas ( )

**3.- ¿ Con qué frecuencia compraría usted los bordados a mano?**

Trimestralmente ( )

Semestralmente ( )

Cuatrimestralmente ( )

**4.- ¿En qué lugares adquiere estos productos?**

Mercado artesanal ( )

Ferias artesanales ( )

Centros comerciales ( )

**5.- ¿Qué es en su opinión lo más importante al adquirir un producto?**

Calidad ( )

Precio ( )

Servicio ( )

**6.- ¿Estaría usted de acuerdo que en el sector La Mariscal se incorpore una microempresa artesanal dedicada a la producción y comercialización de bordados a mano?**

SI ( ) NO ( )

**7.- ¿Estaría usted dispuesto a comprar prendas de vestir o decoración de bordados a mano por las artesanas de Zuleta?**

SI ( ) NO ( )

**8.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por estos bordados?**

**MANTELES**

De USD 90 a USD 120 ( )

De USD 120 a USD 150 ( )

**TAPETES**

De USD 15 a USD 20 ( )

De USD 20 a USD 25 ( )

**CAMISAS**

De USD 30 a USD 40 ( )

De USD 40 a USD 50 ( )

**9.- ¿Está usted de acuerdo con los productos y precios que ofrece la competencia?**

SI ( )

NO ( )

**Gracias por su colaboración**

### 3.01.04 Análisis de la Información

El análisis de la información es la decodificación de los datos obtenidos esto consiste en tabular la información obtenida, lo cual nos permite determinar la respuesta a varias interrogantes con respecto al tema como la aceptación que tendría el producto, las preferencias de los consumidores, y el precio al momento de colocarlo en mercado.

### 3.01.05 Resultados de la Encuesta

#### Datos Generales

Tabla 17 Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 18 – 25	124	32,4	32,4	32,4
25 – 40	188	49,1	49,1	81,5
40 – 60	63	16,4	16,4	97,9
Más de 60	8	2,1	2,1	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

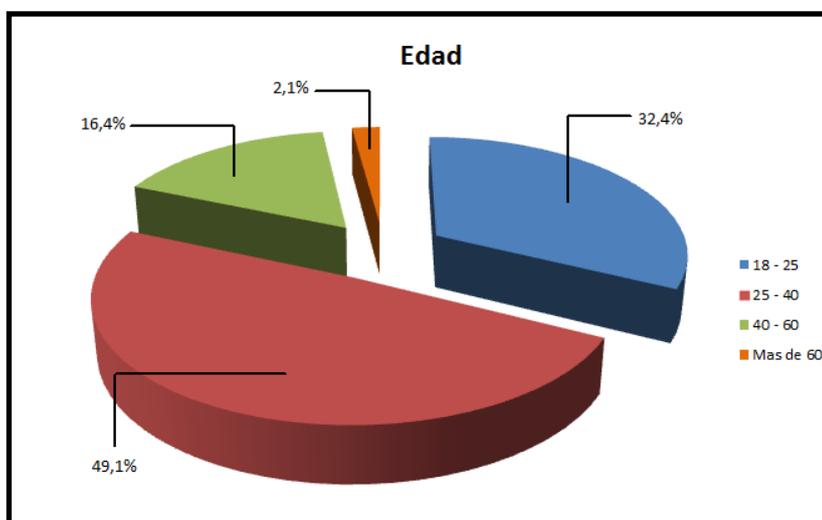


Gráfico 4 edad  
Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

**Análisis.** De los datos recopilados sobre la edad de nuestros encuestados, se desprende que nuestros potenciales clientes son personas en un rango de edad de 25 a 40 años, en segundo lugar personas entre 18 y 25 años seguidos por personas entre 40 y 60 años y por ultimo personas mayores de 60 años, lo cual nos indica que nuestros clientes son personas jóvenes.

**Tabla 18 Nacionalidad**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido Ecuatoriano	343	89,6	89,6	89,6
Extranjero	40	10,4	10,4	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

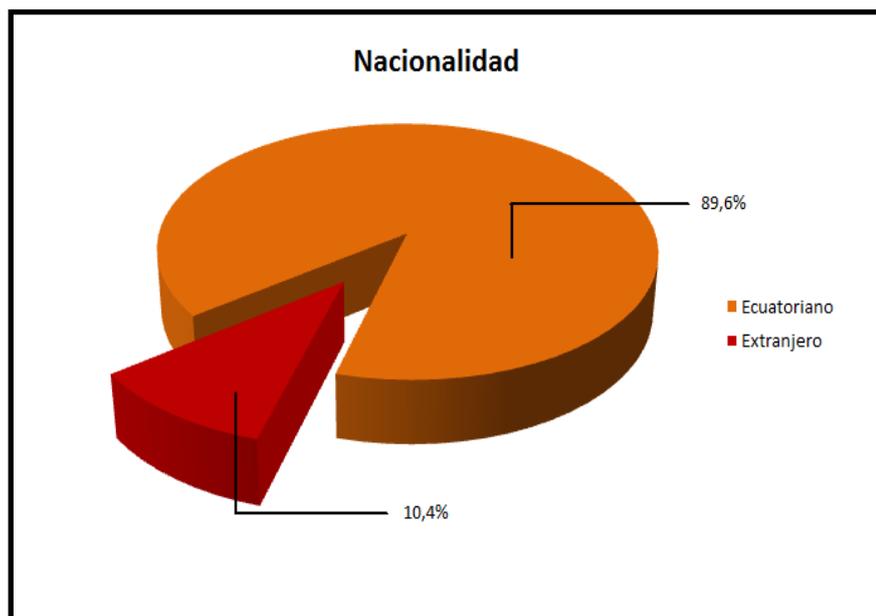


Gráfico 6 Nacionalidad  
Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

### Análisis:

De los datos recopilados sobre la nacionalidad de nuestros encuestados llegamos a la conclusión que la gran mayoría de nuestros compradores serian ecuatorianos, sin embargo las personas extranjeras representan un muy importante grupo de compradores.

**Tabla 19 Estado Civil**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casada/o	240	62,7	62,7	62,7
Soltera/o	143	37,3	37,3	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

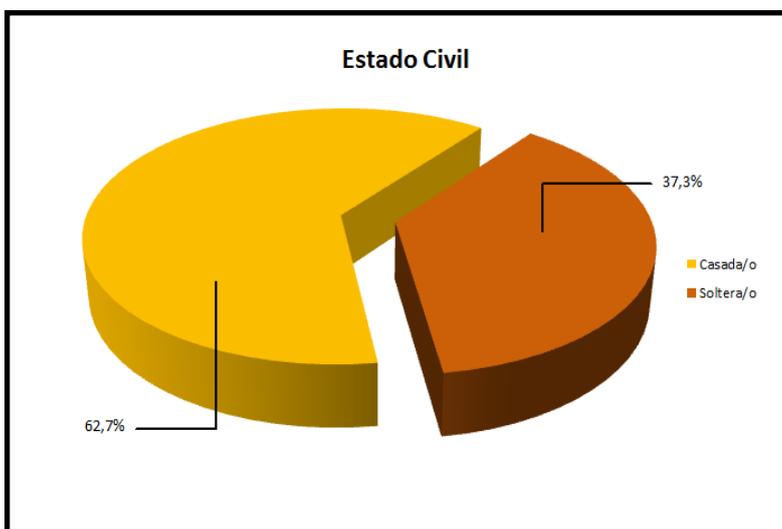


Gráfico 7 Estado Civil  
Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

**Análisis.** De los datos recopilados sobre el estado civil de nuestros encuestados, hemos llegado a la conclusión de que nuestros potenciales compradores son personas casadas.

## Resultado de las Preguntas

### Cuestionario

#### Pregunta 1: ¿Conoce usted los bordados hechos en Zuleta "Provincia de Imbabura"?

Tabla 20 Pregunta 1

¿Conoce usted los bordados hechos en Zuleta "Provincia de Imbabura"?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	161	42,0	42,0	42,0
No	222	58,0	58,0	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

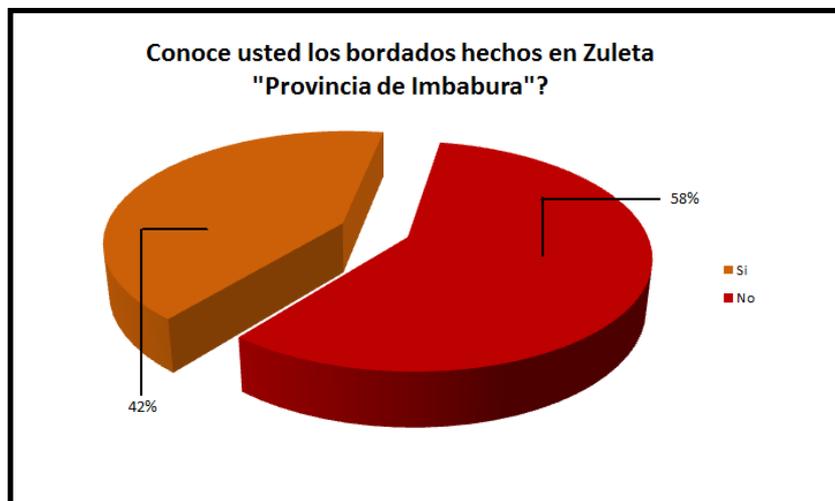


Gráfico 9 Pregunta 1  
Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

### Análisis:

Con respecto a la pregunta, se determinó que el 58% de la muestra no tiene conocimiento sobre los bordados a mano hechos en Zuleta. Pero sin embargo el 42% si tiene conocimiento del producto ya que son productos hechos a mano y eso les

llama bastante a la atención.

**Pregunta 2: ¿Ha adquirido alguno de estos productos bordados a mano?**

Tabla 21 Pregunta 2

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Válido	Manteles	163	42,6%	43,1%
	Tapetes	70	18,3%	18,5%
	Camisas	150	39,2%	39,7%
	Total	383	100,0%	101,3%

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

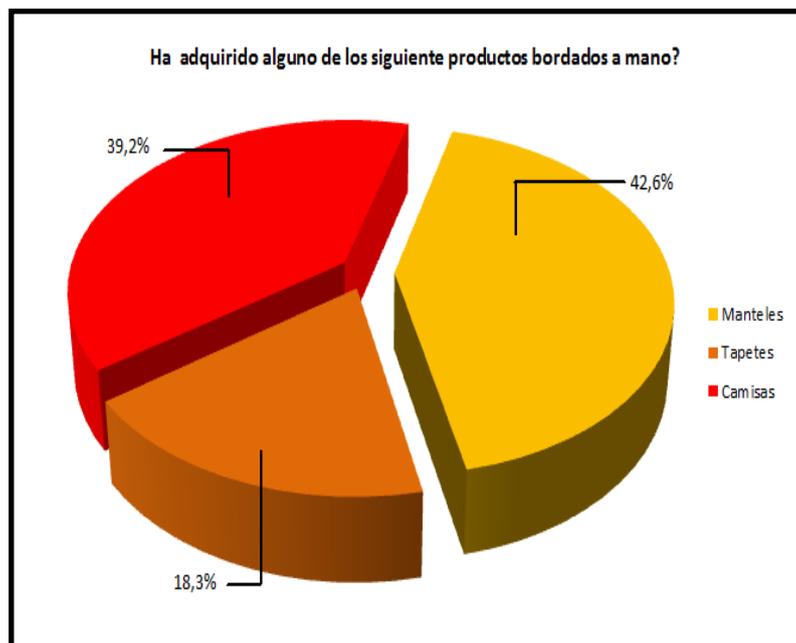


Gráfico 10 Pregunta 2  
Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

**Análisis:**

De las personas encuestadas se recopiló la siguiente información y dio como resultado el 42.6% de la muestra, siendo el producto preferido por las personas que han adquirido manteles es decir el producto que tiene más aceptación

en el mercado, seguido por los tapetes que representa el 39.2% y el 18.3% camisas, siendo los manteles y camisas nuestros principales productos, sin dejar atrás a los tapetes los cuales también tienen una gran aceptación.

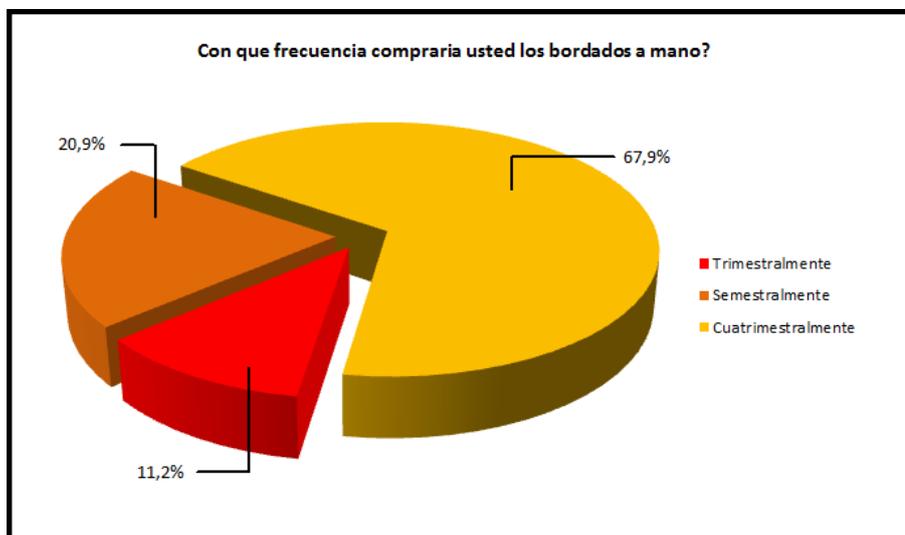
**Pregunta 3:¿ Con qué frecuencia compraría usted los bordados a mano?**

**Tabla 22 Pregunta 3**

**¿Con que frecuencia compraría usted los bordados a mano?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Trimestralmente	43	11,2	11,2	11,2
Semestralmente	80	20,9	20,9	32,1
Cuatrimestralmente	260	67,9	67,9	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito



**Gráfico 11 Pregunta 3**  
Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

**Análisis:**

De acuerdo a las encuestas indican que el 11.2% de la muestra adquieren los bordados a mano trimestralmente, y que el 20.9% adquieren el producto

semestralmente y el 67.9% señalaron que adquieren el producto cuatrimestralmente. Estos datos nos indican que la mayor parte de la muestra adquiere el producto cuatrimestralmente.

#### Pregunta 4: ¿En qué lugares adquiere estos productos?

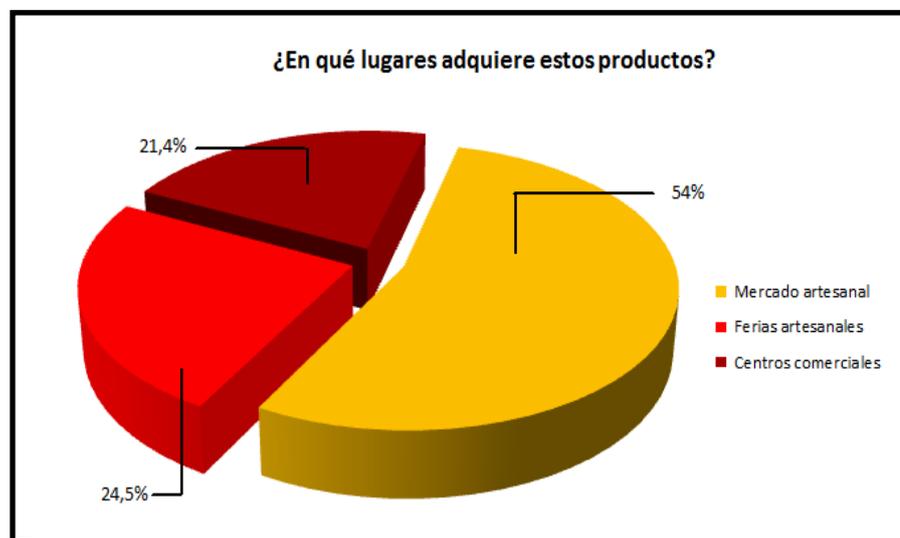
Tabla 23 Pregunta 4

¿En qué lugares adquiere estos productos?

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Válido	Mercado artesanal	207	54,0%	54,2%
	Ferias artesanales	94	24,5%	24,6%
	Centros comerciales	82	21,4%	21,5%
	Total	383	100,0%	100,3%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Lorena Tito



Gr  
Fu  
Elaborado por: Lorena Tito

#### Análisis:

De acuerdo a la cuarta pregunta de los datos obtenidos la mayor parte de la

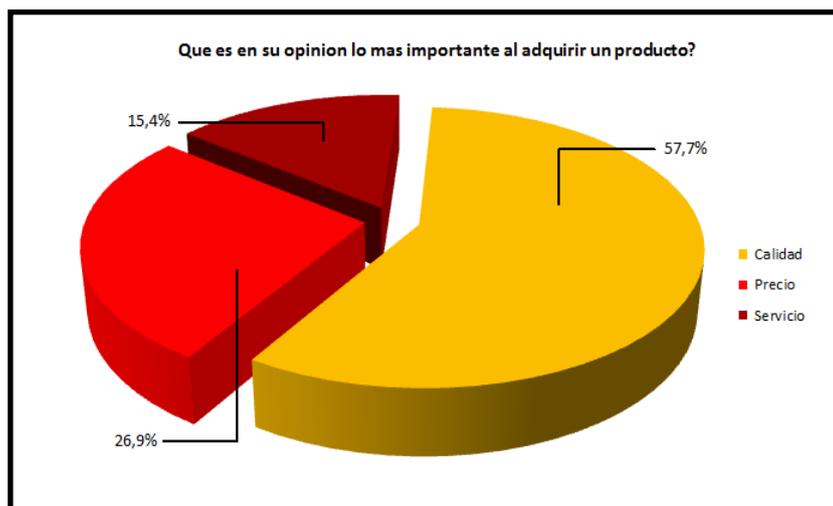
muestra que es el de 54% adquieren este producto en el mercado artesanal, seguido de esto que el 24.5% lo realizan en ferias artesanales, y un 21.4% centros comerciales, de esta manera podemos decir que el sector de La Mariscal, es idóneo para la ubicación de la microempresa ya que este sector está rodeado por centros comerciales, mercados artesanales y diferentes ferias temporales.

**Pregunta 5: ¿Que es en su opinión lo más importante al adquirir un producto?**

**Tabla 24 Pregunta 5**

¿Qué es en su opinión lo más importante al adquirir un producto?				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Válido	Calidad	221	57,7%	57,9%
	Precio	103	26,9%	27,0%
	Servicio	59	15,4%	15,4%
	Total	383	100,0%	100,3%

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado: Lorena Tito



**Gráfico 13 Pregunta 5**  
Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

### Análisis:

De acuerdo a la quinta pregunta, determina que la mayor parte que es el de 57,7% piensa que lo más importante al adquirir un producto es la calidad, seguido del mismo el 26.9% consideran también que el precio es importante y el 15.4% que es el servicio.

**Pregunta 6: ¿Estaría usted de acuerdo que en el sector La Mariscal se incorpore una microempresa artesanal dedicada a la producción y comercialización de bordados a mano?**

Tabla 25 Pregunta 6

¿Estaría usted de acuerdo que en el sector La mariscal se incorpore una microempresa artesanal dedicada a la producción y comercialización de bordados a mano?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	277	72,3	72,3	72,3
	No	106	27,7	27,7	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

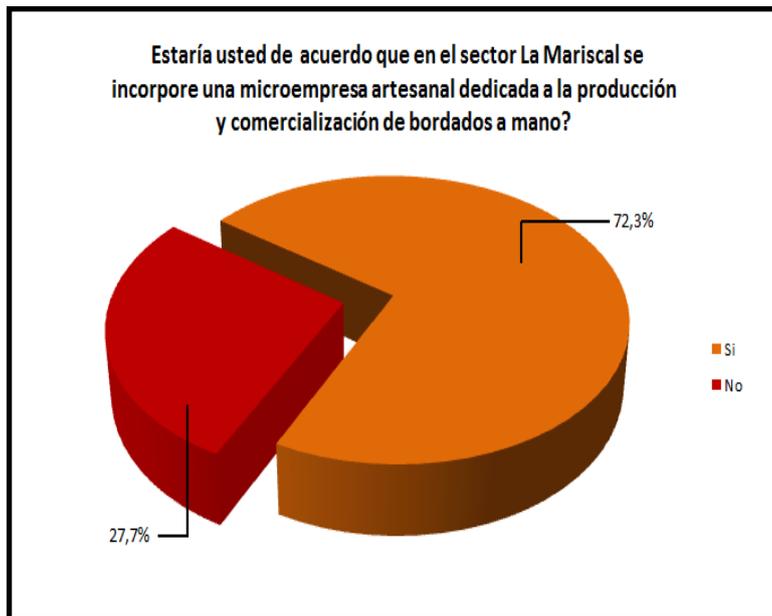


Gráfico 14 Pregunta 6  
Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

### **Análisis:**

Como se puede constatar en el grafico el 72.3% de nuestros encuestados tanto nacional como extranjeros muestran la aceptación de la implementación de una micro empresa artesanal dedicada a la producción y comercialización de bordados a mano Zuleta la mayoría está de acuerdo que en el sector La Mariscal se incorpore, esto nos asegura de que la ubicación de la misma, es óptima para el desarrollo de nuestra actividad comercial. Sin embargo cabe señalar que un 27,7% no acepta la idea.

**Pregunta 7: ¿Estaría usted dispuesto a comprar prendas de vestir o decoración de bordados a mano por las artesanas de Zuleta?**

Tabla 26 Pregunta 7

¿Estaría usted dispuesto a comprar prendas de vestir o decoración de bordados a mano por las artesanas de Zuleta?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	361	94,3	94,3	94,3
	No	22	5,7	5,7	100,0
Total		383	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Lorena Tito



Gráfico 15 Pregunta 7

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Lorena Tito

**Análisis:**

De los datos recopilados, el 94.3% está dispuesto a comprar prendas de vestir o decoración de bordados a mano por las artesanas de Zuleta, esto nos asegura que nuestros productos y en si nuestra que la microempresa tendrá un impacto positivo y una gran aceptación por parte de nuestros clientes. Ya que el 5.7%

muestra desinterés lo cual es muy poco los que no adquirirían estos productos.

**Pregunta 8: ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por estos bordados?**

**Manteles**

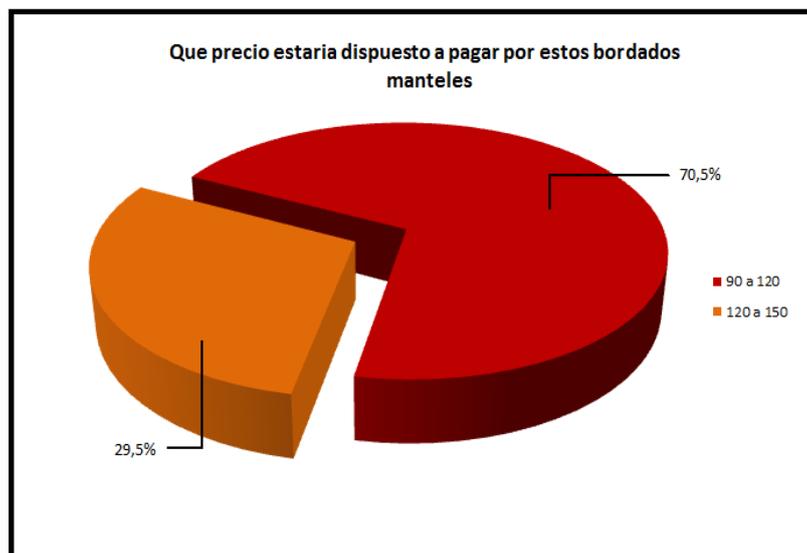
**Tabla 27 Pregunta 8**

**¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por estos bordados?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 90 a 120	270	70,5	70,5	70,5
120 a 150	113	29,5	29,5	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Lorena Tito



**Gráfico 16 Pregunta 8**

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Lorena Tito

## Tapetes

Tabla 28 Pregunta 8.1

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por estos bordados tapetes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido 15 a 20	261	68,1	68,1	68,1
20 a 25	122	31,9	31,9	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Lorena Tito

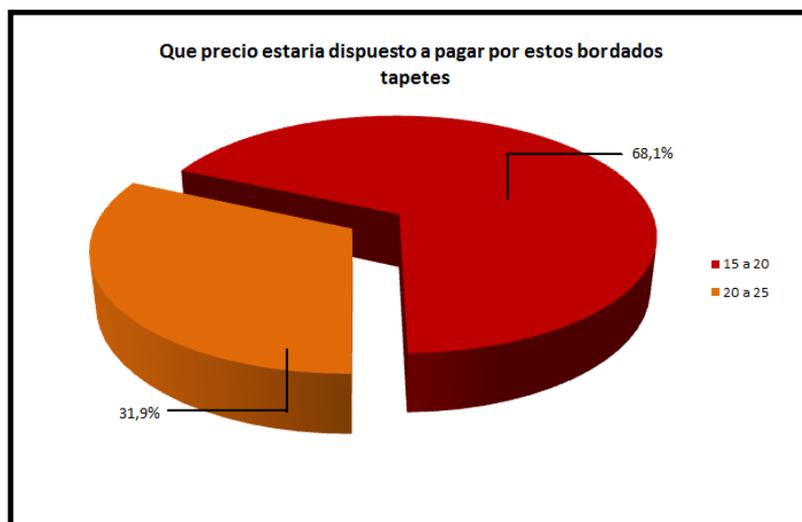


Gráfico 17 Pregunta 8.1

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Lorena Tito

## Camisas

Tabla 29 Pregunta 8.2

Qué precio estaría dispuesto a pagar por estos bordados camisas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido 30 a 40	230	60,1	60,1	60,1
40 a 50	153	39,9	39,9	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Lorena Tito

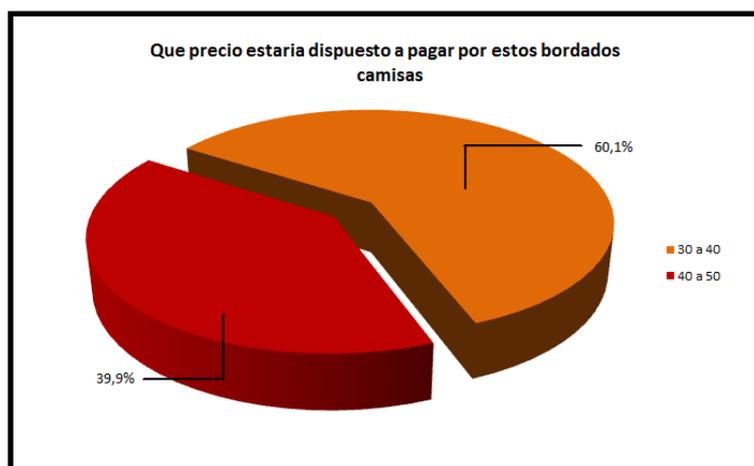


Gráfico 18 Pregunta 8.2

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Lorena Tito

### Análisis:

De las personas encuestadas, en su mayoría señalaron que el precio que estarían dispuestos a pagar por estas artesanías, es el de menor valor de nuestro rango lo cual nos indica que los precios de nuestros productos deben estar acorde a este rango, para ser competitivos en el mercado.

**Pregunta 9: ¿Está usted de acuerdo con los productos y precios que le ofrece la competencia?**

**Tabla 30 Pregunta 9**

**¿Está usted de acuerdo con los productos y precios que le ofrece la competencia?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	144	37,6	37,6	37,6
	No	239	62,4	62,4	100,0
Total		383	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado: Lorena Tito



**Gráfico 19 Pregunta 9**  
Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

**Análisis:**

El 37.6% de nuestros encuestados señalaron que si están de acuerdo con los productos y precios que ofrecen la competencia, sin embargo el 64.4% restante no está de acuerdo, lo cual representa una oportunidad para la microempresa, ya que de esta manera nosotros podremos ofrecer mejores productos y servicios para de esta manera captar a este grupo de clientes insatisfechos.

### **3.02 Demanda**

“La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido". (Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006)

Tomando en cuenta las anteriores definiciones, se puede apreciar que la definición de demanda revela un conjunto de partes que conforman la demanda. (Thompson, 2006 pág. 87)

Esas partes son las siguientes:

#### **Cantidad de bienes o servicios:**

Se refiere a un cierto número de unidades que los compradores estarían dispuestos a comprar o que ya han sido adquiridas.

Compradores o consumidores: Son las personas, empresas u organizaciones que adquieren determinados productos para satisfacer sus necesidades o deseos.

#### **Necesidades y deseos:**

La necesidad humana es el estado en el que se siente la privación de algunos factores básicos (alimento, vestido, abrigo, seguridad, sentido de pertenencia, estimación). En cambio, los deseos consisten en anhelar los satisfactores específicos para éstas necesidades profundas.

#### **Disposición a adquirir el producto o servicio:**

Se refiere a la determinación que tiene el individuo, empresa u organización por satisfacer su necesidad o deseo.

**Capacidad de pago:**

Es decir, que el individuo, empresa u organización tiene los medios necesarios para realizar la adquisición.

**Precio dado:**

Es la expresión de valor expresado, por lo general, en términos monetarios que tienen los bienes y servicios.

**Lugar establecido:**

Es el espacio, físico o virtual (como el internet) en el que los compradores están dispuestos a realizar la adquisición.

La demanda está en función del precio, de los ingresos y del comportamiento del consumidor. (El telegrafo, 2010, pág. s/n)

**3.02.01 Demanda Histórica**

El objetivo de la demanda histórica es conocer el comportamiento del consumo en el tiempo pasado, es decir la demanda del producto o servicio que hubo en los anteriores años.

Para el presente proyecto se desprende que no existe demanda histórica para el producto, por lo tanto se utilizará los datos de la encuesta para calcular la demanda actual y la demanda futura.

### 3.02.02 Demanda Actual

Para calcular la demanda actual se tomará como referencia los datos obtenidos en las encuestas, la población, y la tasa de crecimiento del sector el sector la Mariscal.

**Tabla 31 Datos para calcular la demanda actual**

<b>Población</b>	154.212
<b>Total de encuestas</b>	<b>383</b>
<b>Porcentaje de mayor aceptación</b>	<b>72.3%</b>
<b>Porcentaje de mayor frecuencia</b>	<b>67.9%</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 32 Resultado de la encuesta**

<b>RESULTADOS DE LA ENCUESTA</b>			
<b>ACEPTACIÓN</b>			
Población	* Porcentaje de mayor aceptación	=	Aceptación de personas
154212	72,3		11.149.527,60
<b>FRECUENCIA</b>			
Población	* Porcentaje de mayor aceptación	* Tiempo	= Frecuencia de compra
154.212	0.679	3	3,141,298,44
<b>PRECIO PROMEDIO</b>			
Rango de Precios	/ 2	=	Frecuencia de compra
90 + 120	/ 2		\$105,00
<b>COMPETENCIA</b>			
SI	144		37,60%
NO	<u>239</u>		<u>62,40%</u>
Total	383		100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Lorena Tito

**Tabla 33 Cálculo de la demanda**

CÁLCULO DE LA DEMANDA ACTUAL		
Frecuencia de compra de las personas * Precio promedio aceptado = Aceptación de personas		
31.412.984,40	* \$ 105,00	= \$ 3.298.363.362,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Lorena Tito

### 3.02.03 Demanda Proyectada

Para realizar el cálculo de la demanda proyectada se tomara en cuenta la tasa de crecimiento poblacional.

**Tabla 34 Demanda Proyectada**

PROYECCION DE LA DEMANDA			
Años	Demanda Actual	Tasa de crecimiento	Demanda proyectada
2015 año base	\$3.298.363.362,00	1	\$3.298.363.362,00
2016	\$3.298.363.362,00	1,1183	\$3.688.559.747,72
2017	\$3.688.559.747,72	1,1183	\$4.124.916.365,88
2018	\$4.124.916.365,88	1,1183	\$4.612.893.971,96
2019	\$4.612.893.971,96	1,1183	\$5.158.599.328,85
2020	\$5.158.599.328,85	1,1183	\$5.768.861.629,45

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Lorena Tito

### 3.03 Productos Sustitutos

(Blogdiario, 2008) Los productos sustitutos son productos que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos productos son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

### 3.03.01 Oferta Histórica

Se ha analizado que al adquirir los principales productos sustitutos que tendría la microempresa a los productos originales mediante el estudio de mercado se ha realizado una regresión lineal para determinar la oferta histórica de los mismos.

Tabla 35 Productos Sustitutos

PRODUCTOS SUSTITUTOS	
Producto Original	Producto sustituto
<p>Manteles</p> 	<p>Manteles</p> 
<p>Tapetes</p> 	<p>Tapetes</p> 
<p>Camisas</p> 	<p>camisas</p> 

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

### 3.04 Oferta

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que en un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio

determinado. (Urbina, Evaluacion de proyectos, 2010 pág. 41)

### 3.04.01 Oferta Histórica

De acuerdo a la investigación realizada no existe una oferta histórica, debido a que es un producto nuevo en mercado, por ende no existen datos históricos.

### 3.04.02 Oferta Actual

Para calcular la oferta se utiliza la pregunta referente a la competencia de la siguiente manera y en base a la demanda proyectada.

**Tabla 36** Calculo de la oferta actual

Años	Demanda	Porcentaje de competencia	Oferta
2015	\$3.298.363.362,00	0,624	\$2.058.178.737,89

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

### 3.04.03 Oferta Proyectada

Al realizar la proyección de la oferta hay que tomar en consideración la pregunta de la encuesta en la que se mediara el grado de satisfacción que ofrece la competencia la cual es de 62.4%.

**Tabla 37** Porcentaje de la competencia

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	144	37,60%
	No	239	62,40%
	Total	383	100%

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

Para realizar la proyección de la oferta se tomará en cuenta el porcentaje de mayor valor que las personas están de acuerdo con los productos que ofrecen la competencia, y la tasa de la competencia es de: 0.624.

**Tabla 38 Proyección de la oferta**

PROYECCION DE LA OFERTA			
Años	Demanda Proyectada	Competencia	Oferta proyectada
2015	\$3.298.363.362,00	0,624	\$2.058.178.737,89
2016	\$3.456.684.803,38	0,624	\$2.156.971.317,31
2017	\$3.622.605.673,94	0,624	\$2.260.505.940,54
2018	\$3.796.490.746,29	0,624	\$2.369.010.225,68
2019	\$3.978.722.302,11	0,624	\$2.482.722.716,52
2020	\$4.169.700.972,61	0,624	\$2.601.893.406,91

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Lorena Tito

### 3.05 Balance Oferta-Demanda

#### 3.05.01 Balance Actual

La demanda insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que posiblemente en el futuro el mercado consuma.

Al realizar el análisis se pudo observar que existe un alto porcentaje de la demanda insatisfecha lo cual se desea cubrir.

#### 3.05.02 Balance Proyectado

Para determinar la demanda insatisfecha proyectada, restamos la demanda proyectada menos la oferta proyectada.

**Tabla 39** Calculo de la Demanda Insatisfecha

<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>			
<b>Años</b>	<b>Demanda proyectada</b>	<b>Oferta proyectada</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
2015	\$3.298.363.362,00	\$2.058.178.737,89	\$1.240.184.624,11
2016	\$3.456.684.803,38	\$2.156.971.317,31	\$1.299.713.486,07
2017	\$3.622.605.673,94	\$2.260.505.940,54	\$1.362.099.733,40
2018	\$3.796.490.746,29	\$2.369.010.225,68	\$1.427.480.520,61
2019	\$3.978.722.302,11	\$2.482.722.716,52	\$1.495.999.585,59
2020	\$4.169.700.972,61	\$2.601.893.406,91	\$1.567.807.565,70

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Lorena Tito

## CAPÍTULO IV

### Estudio Técnico

(Baca Urbina, evaluación de proyectos, 2006, pág. 92) Al referirse al estudio técnico señala que es todo lo relacionado con el funcionamiento y operatividad del proyecto, por lo que gracias a éste pueden resolverse preguntas: dónde, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea.

Los objetivos del estudio técnico son los siguientes:

- ✚ Verificar la posibilidad de fabricación (elaboración) del producto
- ✚ Analizar el tamaño óptimo, la localización más adecuada, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para el funcionamiento del proyecto.

Además el estudio técnico presenta los siguientes componentes:

- ✚ Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto.
- ✚ Localización del proyecto.

- ✚ Organización de la empresa.
  
- ✚ Identificación y descripción del proceso.

#### **4.01 Tamaño del Proyecto**

(Baca Urbina, evaluación de Proyectos, 2007) Al referirse al tamaño del proyecto muestra que está definido por la capacidad de producción que tiene éste en un período operacional determinado.

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la de igual forma. La decisión que se tome respecto a este punto determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta. (pág. 118)

El presente proyecto es la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bordados a mano de Zuleta en el Distrito Metropolitano de Quito. La determinación del tamaño responde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables de un proyecto:

Demanda, disponibilidad de insumos, alternativas tecnológicas, localización y plan estratégico comercial de desarrollo futuro de la microempresa que se crearía con el proyecto.

La cantidad demandada proyectada a futuro es quizás el factor condicionante más importante del tamaño, aunque éste no necesariamente deberá definirse en función de un crecimiento esperado del mercado, ya que, como se verá más adelante, el nivel óptimo de operación no siempre será el que maximice las ventas.

Hay tres situaciones básicas del tamaño que pueden identificarse respecto del mercado: aquella en que la cantidad demandada total sea claramente menor que la menor de las unidades productoras posibles de instalar; aquella en que la cantidad demandada sea igual a la capacidad mínima que se pueda instalar y aquella en que la cantidad demandada sea superior a la mayor de las unidades productoras posibles de instalar.

#### **4.01.01 Capacidad Instalada**

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología. Es importante señalar que el hecho de estar cerca de

la capacidad instalada no significa necesariamente que todos los recursos están cerca de su capacidad máxima. (KNOO.NET, 2012, pág. s/n)

Para el presente proyecto la capacidad instalada será de 400m<sup>2</sup> que estarán distribuidos de la siguiente manera.

**Tabla 40 Capacidad Instalada**

AREAS	MEDIDAS	TOTALES
Área de atención al cliente	9m x 4m	36m <sup>2</sup>
Área de administración	3,5m x 3,5m	12,25m <sup>2</sup>
Área operativa ( producción)	10,5m x 1,5m	15,75m <sup>2</sup>
	14,5m x 5,5m	79,75m <sup>2</sup>
Área de ventas	3,5m x 3.5m	12,25m <sup>2</sup>
Área de recepción de materia prima	4,5m x 4m	18m <sup>2</sup>
Bodega	4,5mx 4m	18m <sup>2</sup>
Baños (3)	4m x 1,5	6m <sup>2</sup>
Áreas verdes	3,5m x 8m	28m <sup>2</sup>
Parqueaderos	13,19m	174m <sup>2</sup>
	x13,19m	
<b>TOTAL</b>		<b>400m<sup>2</sup></b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito

#### 4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad óptima del proyecto está dada por los departamentos que lo conforman, la misma que cuenta con un área total de 198m<sup>2</sup>

**Tabla 41 Capacidad Óptima**

AREAS	MEDIDAS	TOTALES
Área de atención al cliente	9m x 4m	36m <sup>2</sup>
Área de administración	3,5m x 3,5m	12,25m <sup>2</sup>
Área operativa ( producción)	10,5m x 1,5m	15,75m <sup>2</sup>
	14,5m x 5,5m	79,75m <sup>2</sup>
Área de ventas	3,5m x 3,5m	12,25m <sup>2</sup>
Área de recepción y despacho	4,5m x 4m	18m <sup>2</sup>
Bodega	4,5mx 4m	18m <sup>2</sup>
Baños (3)	4m x 1,5	6m <sup>2</sup>
TOTAL		198m <sup>2</sup>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito

#### 4.02 Localización

La localización del proyecto está dada por la macro-localización y micro-localización.

##### 4.02.01 Macro-localización

La macro localización se refiere a la zona donde se situará la microempresa, ubicándolo dentro del país, provincia, cantón y ciudad a la que pertenece.

Ñacha & Pintu estará ubicada en el país de Ecuador, Provincia de Imbabura, Ciudad de Ibarra, en la parroquia de Angochagua, en la Comuna de Zuleta, la cual tiene un clima templado.

**Tabla 42 Macro-localización**

MACROLOCALIZACION	
País	Ecuador
Provincia	Imbabura
Ciudad	Ibarra
Parroquia	Angochagua
Comuna	Zuleta
Clima	Templado

Fuente: Estudio Técnico  
 Elaborado por: Lorena Tito



Figura 19 Macro-localización  
 Fuente: Internet  
 Elaborado por: Lorena Tito



Figura 20 Mapa ubicación de Imbabura  
Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/@44.4497185,144.1714622,6z>



Figura 21 Mapa ubicación de Imbabura  
Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/@44.4497185,144.1714622,6z>

#### 4.02.02 Micro-Localización

La microempresa artesanal ÑACHA & PINTU estará ubicada en sector de la Mariscal Sucre Centro-Norte; entre las calles Juan León Mera y Jorge Washington cerca del mercado artesanal. Se escogió este sitio ya que es muy comercial y por ende, es muy visitado por turistas.

**Tabla 43 Micro-Localización**

MICROLOCALIZACION	
Ciudad	Quito
Sector	Centro-Norte
Parroquia	Mariscal Sucre
Calle	Av. Amazonas Juna León Mera y Jorge Washington

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito



Figura 22 Mapa de ubicación de Quito  
Fuente: Google Maps

## Micro-localización



Figura 23 Micro-localización  
Fuente: Google Maps

### 4.02.03 Localización Óptima

(BACA URBINA, 2006) La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo su objetivo general es determinar el sitio donde se instalará la planta. (pag.106)

Para decidir cuál es la localización óptima del proyecto se puede utilizar



El método cualitativo el cual consiste en asignar una serie de factores que se consideren relevantes para la localización del proyecto.

Esto conduce a una comparación cuantitativa de diferentes sitios.

El método permite ponderar factores de preferencia para poder tomar una buena decisión.

✚ Método cuantitativo de Vogel el cual tiene como objetivo reducir al mínimo posible los costos de transporte destinado a satisfacer los requerimientos totales de demanda y abastecimiento de materiales. (URBINA, 2006)

### **4.03 Ingeniería del Producto**

El objetivo general de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006)

Este estudio nos permite buscar y resolver todo lo relacionado con lo que es la instalación y funcionamiento de la planta.

#### **4.03.01 Definición de ByS**

La empresa artesanal Ñacha & Pintu ofrecerá a sus potenciales clientes, unos bordados 100% hechos a mano, lo cual tendrán los diseños y colores más llamativos o de acuerdo como lo desee el cliente.

La característica principal de este producto es que son completamente hechos a mano, y con esto contribuye al beneficio de las artesanas.

Para brindar un producto de alta calidad, el proyecto contará con la tecnología necesaria, como la máquina de coser, la cual nos ayudara a agilizar el proceso de producción.

#### 4.03.02 Distribución de la Planta

La distribución de la plata se realiza de acuerdo a los códigos de cercanía en los cuales nos permita ubicar cada área de la microempresa en relación a la importancia que tenga facilitando la distribución de su infraestructura.

##### ➤ Códigos de cercanía

Los códigos de cercanía establecen el grado de cercanía y la relación que tienen las diferentes áreas o departamentos de una empresa, con la finalidad de facilitar la distribución de la infraestructura.

**Tabla 44 Código cercanía**

<b>Código de Cercanía</b>	
<b>Código</b>	<b>Descripción</b>
<b>A</b>	Absolutamente necesario que esté cerca
<b>E</b>	Especialmente necesario que esté cerca
<b>I</b>	Importante que esté cerca
<b>O</b>	Cercanía ordinaria
<b>U</b>	Cercanía sin importancia
<b>X</b>	Cercanía indeseable

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito

##### ➤ Razones de cercanía

Estas razones de cercanía nos permiten determinar el grado de cercanía que debe existir entre un área y otra dentro de la empresa.

Tabla 45 Razones de cercanía

Razones de Cercanía	
Código	Descripción
1	Secuencia de procesos
2	Por gestión administrativa
3	Por convivencia
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito

### Matriz Cruzada o Diagonal

Al momento de desarrollar esta matriz se logrará relacionar todos los departamentos de la microempresa por medio de la letra del código de proximidad según la necesidad de cercanía de los departamentos.

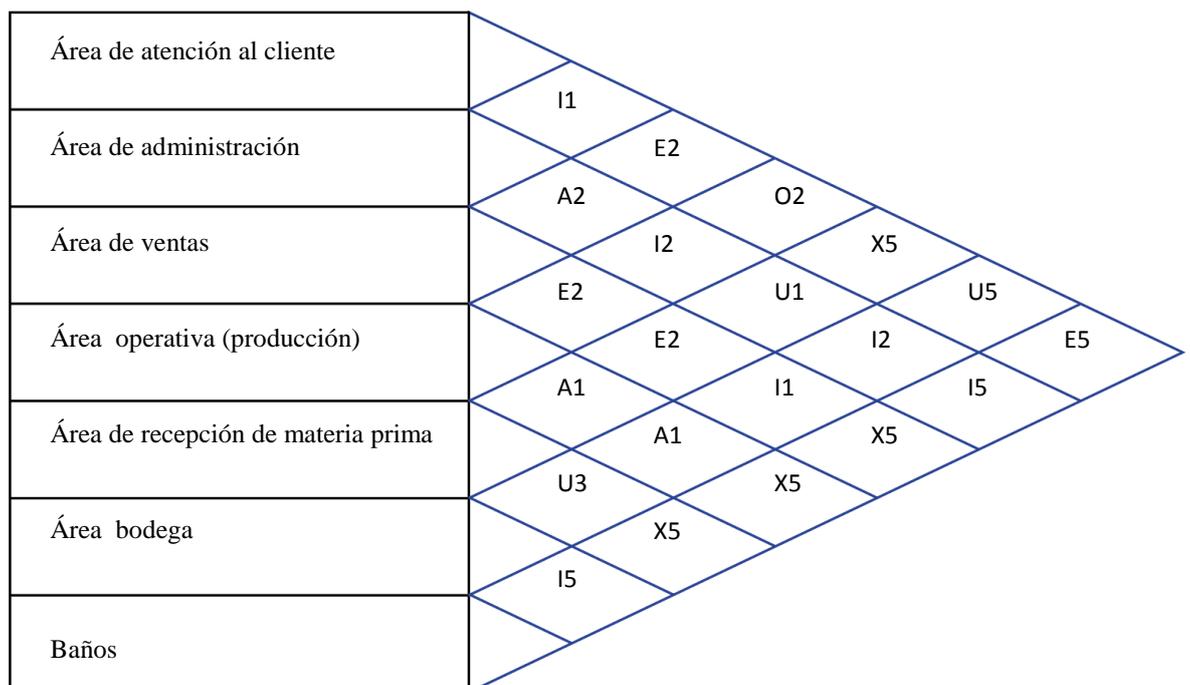


Figura 24 Matriz triangular

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito

### Tabulación de la matriz

Tabla 46 Tabulación de la matriz

A		E
	I	
O	U	X

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito

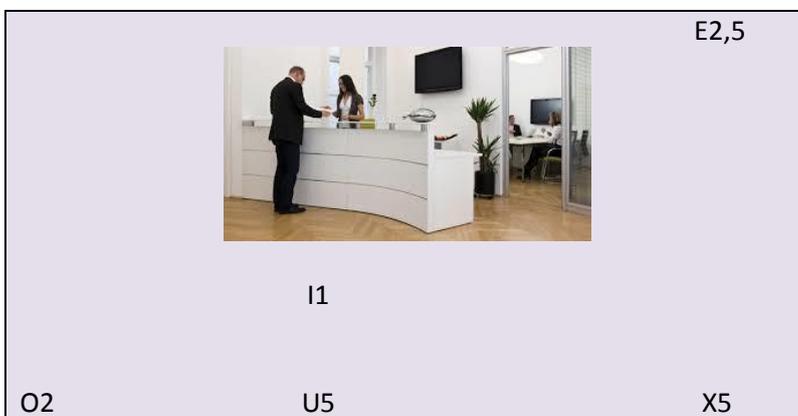


Figura 25 Área de atención al cliente: 36m<sup>2</sup>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito



Figura 26 Área de administración: 12,25m<sup>2</sup>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Lorena Tito



Figura 27 Área de ventas: 12,25m<sup>2</sup>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Lorena Tito



Figura 28 Área operativa (producción): 95,5m<sup>2</sup>  
Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito



Figura 29 Área de recepción y despacho: 18m<sup>2</sup>  
Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito



Figura 30 Área de bodega: 18m<sup>2</sup>  
Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito

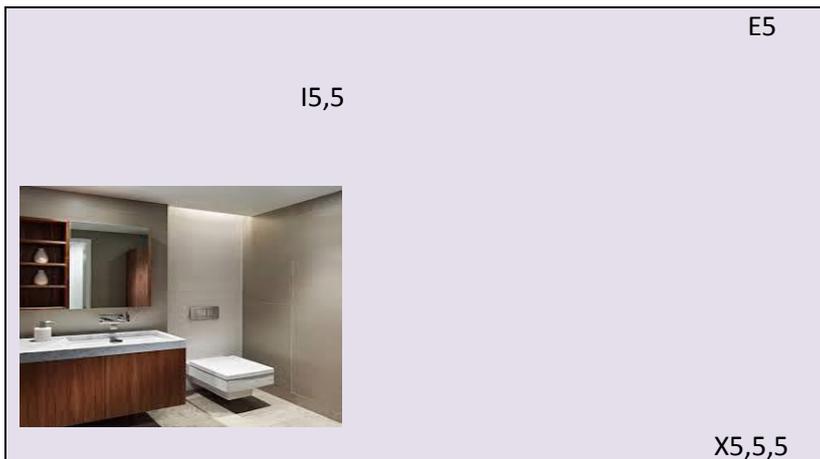


Figura 31 Baño: 6m  
Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito



Figura 32 Áreas verdes: 28m<sup>2</sup>  
Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito



Figura 33 Parqueaderos: 174m<sup>2</sup>  
Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito

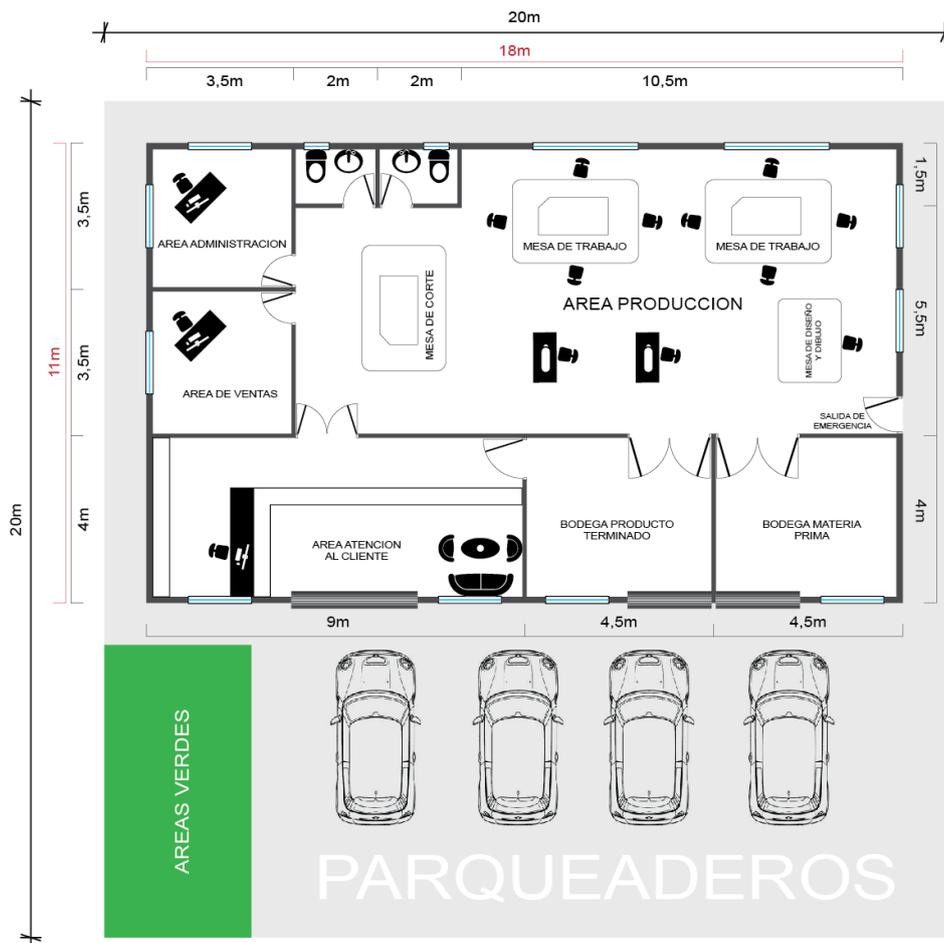


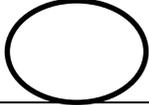
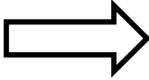
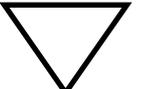
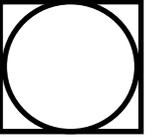
Figura 34 Figura de la planta  
Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito

### 4.03.03 Proceso Productivo

El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación (Aquilano, 2005)

### 4.03.03.01 Diagrama de flujo de proceso

Tabla 47 Diagrama de flujo de proceso

Símbolo	Nombre	Descripción
	Operación	Este símbolo significa que afecta un cambio o transformación en algún componente del producto ya sea mecánico, físico o químico o cualquiera de las tres.
	Trasporte	Es la acción de movilización de que se debe incluir la cantidad de distancia recorrida por el producto para cada actividad.
	Demora	Se presenta cuando existen cuellos de botellas en lo que es el proceso y hay que esperar un turno para efectuar la actividad correspondiente.
	Almacenamiento	Mantener un producto o materia prima en el almacén, hasta que se requiera para su uso o venta.
	Inspección	Es la acción de controlar cualquier comparación o verificación de características contra los estándares de calidad o cantidad del producto terminado.
	Operación combinada	Esto ocurre se afecta simultáneamente dos de las acciones mencionadas

Fuente: Estudio Técnico  
 Elaborado por: Lorena Tito

### 4.03.03.02 Proceso de Producción

La elaboración de los bordados de a mano de Zuleta se realiza de acuerdo al siguiente proceso:

- ✓ Selección y adquisición de la materia prima: Tela, hilos, material de empaque.
- ✓ Recorte la tela de acuerdo a los productos que se va a realizar.

- ✓ Elaboración de los filos de la tela, a fin de que no haya ningún desprendimiento de hilos, se lo realiza de dos formas: con borla que se realiza el torcido con los mismos hilos que salen de la tela y la otra manera es con crochet que utiliza otra clase de hilo para el tejido.
- ✓ Recepción de los productos bordados a mano.
- ✓ Control de calidad.
- ✓ Lavado y planchado de las prendas
- ✓ Distribución y venta

**Tabla 48 Proceso de Producción**

Proceso	Adquisición de la materia prima Actividades	Tiempo
Requerimiento de materia prima	Se realizan los respectivos pedidos a los proveedores de la materia prima que se requiere, los que son escogidos por la salubridad, precios y calidad de sus productos	10
Recepción de materia prima	Se recibe la materia prima e insumos solicitados, entre ellos Tela, hilos, material de empaque, y todos los demás materiales para llevar a cabo la producción.	10
Control de calidad	La materia prima se registrará a un estricto control de calidad. Se realiza la inspección de la materia prima en ingreso, realizando el control de calidad para asegurar la idoneidad del producto recibido, realizando el respectivo análisis, de lo contrario se notificará al proveedor las irregularidades.	10
Almacenamiento de la materia prima	Una vez comprobado el buen estado de la materia prima y los insumos recibidos, se procede a enviar a bodega, en donde será almacenada para su uso posterior. Se debe tener en cuenta un buen manejo de bodega, a fin de contar con ingredientes frescos	10
Envío a producción	Cuando sea requerida la materia prima por parte del área de producción para la elaboración de productos, se enviará desde bodega	

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito

**Tabla 49 Proceso de Elaboración**

Proceso	Proceso de Elaboración	
	Actividades	Tiempo
Recepción de la materia prima	La materia prima se recibe desde bodega conforme a los requerimientos. Tela, hilos, material de empaque.	5
Corte de la tela	Se procede a recortar la tela de acuerdo al producto que se va elaborar.	5
Diseño en las telas	El logotipo en las telas se las hace de acuerdo como el cliente prefiere o solicite.	
Elaboración de los hilos en la tela	Esto se lo hace con el fin de que no haya ningún desprendimiento de hilos, se lo puede realizar de dos formas: con borla que se realiza el torcido con los mismos hilos que salen de la misma tela y la otra manera es con crochet que utiliza otra clase de hilo para el tejido.	5
Entrega de los materiales	Se entrega la materia prima de acuerdo con la figura que tenga establecido por los clientes o de acuerdo a la demanda de los productos y de la tela a ser bordada.	5
Recepción de los productos	La materia prima solicitada se recibe desde bodega conforme a los requerimientos para la elaboración.	5
Lavado y planchado de los productos	Aquí tenemos que ver que este bien lavado y planchado el producto.	5
Control de calidad	Una vez listo el producto, se procede al control de calidad antes de proceder al empaçado. Este control de calidad debe ser minucioso y va desde que la materia prima y los insumos llegan a la empresa hasta que sale el producto terminado.	5
Producto terminado	El producto terminado, es almacenado para su entrega a los distintos canales de distribución o área de exhibición y ventas según como se requiera.	

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Lorena Tito

#### 4.03.04 Cuadro de Activos

Tabla 50 Cuadro de Activos

CUADRO DE ACTIVOS					
Activo fijo	Modelo	cantidad	V. Unitario	V. Total	Total bruto
Terreno		1	\$20.000,00		
Vehículo año 2010	Hyundai Grand I10	1	\$22.000,00	\$22.000,00	
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>			<b>\$42.000,00</b>	<b>\$42.000,00</b>	<b>\$42.000,00</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>					
Máquina de coser recta	Zoje	2	2.500,00	\$5.000,00	
Máquina para cortar la tela	Zoje	1	250,00	\$250,00	
Plancha Industrial	Metal	1	800,00	\$800,00	
Tijeras	Nacional	2	40,00	\$80,00	
Dedales	Acero	5	1,00	\$5,00	
Moldes	Madera	3	30,00	\$90,00	
Cinta métrica	Platicó	2	2,00	\$4,00	
Crochet	Metal	8	1,00	\$8,00	
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>				<b>\$6.237,00</b>	<b>\$6.237,00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>					
Mesa de corte	Madera	2	\$100,00	\$200,00	
Mostradores	Madera	1	\$350,00	\$350,00	
Estanterías	Madera	3	\$100,00	\$300,00	
Sillas	Plástico	3	\$50,00	\$150,00	
Sofá	Cuero	1	\$300,00	\$300,00	
Escritorios con sillas	Madera	2	\$400,00	\$800,00	
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>\$2.100,00</b>	<b>\$2.100,00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>					
Computadora de escritorio	Sony	2	\$1.100,00	\$2.200,00	
Impresora	Hp	2	\$85,00	\$170,00	
<b>TOTAL EQUIPO DE COMPUTACION</b>				<b>\$2.370,00</b>	<b>\$2.370,00</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>					
Calculadora	Casio	2	\$15,00	\$30,00	
Teléfono	Panasonic	1	\$65,00	\$65,00	
Grapadoras	Artesón	2	\$2,50	\$5,00	
<b>TOTAL EQUIPO DE OFICINA</b>				<b>\$100,00</b>	<b>\$100,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>					<b>\$52.807,00</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Lorena Tito

## CAPÍTULO V

### Estudio Financiero

(Baca Urbina, 2006) Define que el estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

El objetivo del análisis financiero tiene como finalidad aportar una estrategia que permita al proyecto allegarse de los recursos necesarios para su implantación y contar con la suficiente liquidez y solvencia, para desarrollar ininterrumpidamente operaciones productivas y comerciales. (pág. 168)

#### 5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales

Los ingresos operacionales son los que se relaciona directamente a la razón de ser del negocio.

Para realizar el cálculo de los ingresos operacionales es necesario identificar los 3 costos que son fundamentales su cálculo.

Materia Prima Directa

Mano de Obra Directa

Costos Indirectos de Fabricación

MPD (materia prima directa)

La materia prima directa son todos los materiales que serán usados para la elaboración del producto terminado.

### 5.01.01 Tiempo del proceso

**Tabla 51 Tiempo del proceso**

<b>Tiempo del Proceso Mantel</b>			
<b>Ítem</b>	<b>Descripción de actividades</b>	<b>Estación de trabajo</b>	<b>Tiempo total</b>
1	Se corta la tela	Mesa de corte	0:10:00
2	Diseño	Mesa de diseño	0:30:00
4	Bordado	Área de bordados	6:40:00
5	Acabados	Maquina recta	1:00:00
<b>Total del tiempo de producción</b>			<b>8:20:00</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 52 Tiempo del proceso tapetes**

<b>Tiempo del Proceso Tapetes</b>			
<b>Ítem</b>	<b>Descripción de actividades</b>	<b>Estación de trabajo</b>	<b>Tiempo total</b>
1	Se corta la tela	Mesa de corte	0:05:00
2	Diseño	Mesa de diseño	0:05:00
4	Bordado	Área de bordados	0:25:00
5	Acabados	Maquina recta	0:05:00
<b>Total del tiempo de producción</b>			<b>0:40:00</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 53 Tiempo del proceso camisas**

<b>Tiempo del proceso camisas</b>			
<b>Ítem</b>	<b>Descripción de actividades</b>	<b>Estación de trabajo</b>	<b>Tiempo total</b>
1	Se corta la tela	Mesa de corte	0:10:00
2	Diseño	Mesa de diseño	0:15:00
4	Bordado	Área de bordados	1:00:00
5	Acabados	Máquina recta	0:15:00
<b>Total del tiempo de producción</b>			<b>1:40:00</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

### 5.01.01.02 Calculo de la Producción Anual de Manteles

**Tabla 54 Producción anual de manteles**

<b>Producción por artesana</b>				
<b>Artesana</b>	<b>Minuto/ mes</b>	<b>Tiempo x mantel (min)</b>	<b>Producción mensual</b>	<b>Producción anual</b>
Artesana 1	9600	500	19,20	230,00
Artesana 2	9600	500	19,20	230,00
<b>Total producción</b>			<b>38,40</b>	<b>460,00</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 55 Producción anual de tapetes**

<b>Producción por artesana</b>					
<b>Artesana</b>	<b>Minuto/ día</b>	<b>Tiempo x tapete (min)</b>	<b>Producción diaria</b>	<b>Producción mensual</b>	<b>Producción anual</b>
Artesana 1	480	40	12,00	240,00	2880,00
<b>Total producción</b>				<b>240,00</b>	<b>2880,00</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 56 Producción anual de camisas**

Producción por artesana					
Artesana	Minuto/ día	Tiempo x camisas (min)	Producción diaria	Producción mensual	Producción anual
Artesana 1	480	100	4,80	96,00	1152,00
Artesana 2	480	100	4,80	96,00	1152,00
<b>Total producción</b>				<b>192,00</b>	<b>2304,00</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

La microempresa ÑACHA & PINTU va a contar con 5 artesanas en lo que es el área de producción.

#### 5.01.01.03 Materia Prima Directa

La materia prima directa son todos los materiales que son usados para la elaboración del producto terminado.

**Tabla 57 Materia prima directa por mantel**

Materia prima por mantel			
Materia prima	Cantidad utilizada x mantel	Costo unitario	Valor total
Tela panamá	5	5,50	27,50
Hilos	6	1,00	6,00
Agujas	1	0,05	0,05
Dedal	1	1,00	1,00
Crochet	1	1,00	1,00
Lápiz	1	0,45	0,45
<b>Total</b>			<b>36,00</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 58 Materia prima por tapete**

<b>Materia prima por tapete</b>			
<b>Materia prima</b>	<b>Cantidad utilizada x tapete</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor total</b>
Tela panamá	0,35	5,50	1,93
Hilos ovillos	2	1,00	2,00
Dedal	1	1,00	1,00
Lápiz	1	1,00	1,00
Agujas	1	0,05	0,05
<b>Total</b>			<b>5,98</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 59 Materia prima por camisa**

<b>Materia prima por camisa</b>			
<b>Materia prima</b>	<b>Cantidad utilizada x camisa</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor total</b>
Tela panamá	1,5	5,50	8,25
Hilos	3,5	1,00	3,50
Dedal	1	1,00	1,00
Agujas	1	0,05	0,05
<b>Total</b>			<b>12,80</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 60 Materia prima requerida anualmente manteles**

<b>Materia prima requerida anualmente manteles</b>						
<b>Producción mensual</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Materia prima</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
38,40	3,00	Tela panamá	5,50	16,50	633,60	7603,20
38,40	3,00	Hilos	1,00	3,00	115,20	1382,40
38,40	1,00	Agujas	0,05	0,05	1,92	23,04
<b>Total de materia prima</b>				<b>19,55</b>	<b>750,72</b>	<b>9008,64</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 61 Materia Prima requerida Anualmente Tapetes**

Materia Prima Requerida Anualmente Tapetes						
Producción mensual	Cantidad	Materia prima	Costo unitario	Valor unitario	Costo mensual	Costo anual
240,00	0,25	Tela panamá	5,50	1,38	330,00	3960,00
240,00	1,50	Hilos	1,00	1,50	360,00	4320,00
240,00	1,00	Agujas	0,05	0,05	12,00	144,00
<b>Total de materia prima</b>				<b>2,93</b>	<b>702,00</b>	<b>8424,00</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 62 Materia Prima Requerida Anualmente Camisas**

Materia prima requerida anualmente camisas						
Producción mensual	Cantidad	Materia prima	Costo unitario	Valor unitario	Costo mensual	Costo anual
192,00	1,50	Tela panamá	5,50	8,25	1584,00	19008,00
192,00	1,50	Hilos	1,00	1,50	288,00	3456,00
192,00	1,00	Agujas	0,05	0,05	9,60	115,20
<b>Total de materia prima</b>				<b>9,80</b>	<b>1881,60</b>	<b>22579,20</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

#### 5.01.01.04 Mano de Obra Directa (MOD)

La mano de obra directa es el esfuerzo físico y mental que se consume al momento de elaborar los productos o servicios.

**Tabla 63 Mano de Obra Directa por Mantel**

MOD POR MANTEL							
Concepto	Sueldo mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Aporte personal	Total mensual	Total anual
Artesana 1	354,00	29,50	29,50	29,49	33,45	409,04	4908,42
Artesana 2	354,00	29,50	29,50	29,49	33,45	409,04	4908,42
<b>TOTAL MOD ANUAL</b>						<b>818,07</b>	<b>9816,84</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 64 Mano de Obra Directa por Tapetes**

MOD POR TAPETES							
Concepto	Sueldo mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Aporte personal	Total mensual	Total anual
Artesana 1	354,00	29,50	29,50	29,49	33,45	409,04	4908,42
<b>TOTAL MOD ANUAL</b>						<b>409,04</b>	<b>4908,42</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 65 Mano de Obra Directa por Camisas**

MOD CAMISAS							
Concepto	Sueldo mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Aporte personal	Total mensual	Total anual
Artesana 1	354,00	29,50	29,50	29,49	33,45	409,04	4908,42
Artesana 2	354,00	29,50	29,50	29,49	33,45	409,04	4908,42
<b>TOTAL MOD ANUAL</b>						<b>818,07</b>	<b>9816,84</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 66 MOD por Mantel**

MOD POR MANTEL						
Concepto	Sueldo anual	Mes	Día	Hora	Minuto	500 Min x mantel
Artesana	4908,42	409,04	13,63	1,70	0,03	14,20

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 67 MOD por tapete**

MOD POR TAPETE						
Concepto	Sueldo anual	Mes	Día	Hora	Minuto	40 Min x tapete
Artesana	4908,42	409,04	13,63	1,70	0,03	1,14

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 68 MOD por Camisa**

MOD POR CAMISA						
Concepto	Sueldo anual	Mes	Día	Hora	Minuto	100 Min x camisa
Artesana	4908,42	409,04	13,63	1,70	0,03	2,84

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

### 5.01.01.05 Servicios Básicos

**Tabla 69 Servicios Básicos**

Servicios Básicos					Producción 70%	Administración 20%	Ventas 10%
Concepto	Costo	Cantidad	Mensual	Anual	Anual	Anual	Anual
Agua	20.00	1.00	20.00	240.00	168.00	48.00	24.00
Luz	25.00	1.00	25.00	300.00	210.00	60.00	30.00
Teléfono	20.00	1.00	20.00	240.00	0.00	120.00	120.00
Internet	23.41	1.00	23.41	280.92	0.00	140.46	140.46
<b>Total servicios básicos</b>			<b>88.41</b>	<b>1060.92</b>	<b>378.00</b>	<b>368.46</b>	<b>314.46</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

### 5.01.01.06 CIF (Costos Indirectos de Fabricación)

Los costos indirectos de fabricación son todos los valores que están relacionados con la fabricación de los productos, excepto la materia prima, la mano de obra, impuestos suministros y la materia prima o mano de obra que no esté relacionada directamente al momento de elaborar los productos pero es la parte importante para ello.

**Tabla 70 Servicios Básicos por Mantel**

Servicios Básicos						
Concepto	Anual	Mes	Día	Hora	Minuto	800 minutos x mantel
Servicios básicos	126,00	10,50	0,53	0,07	0,0011	0,55

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 71 Servicios Básicos por Tapete**

Servicios Básicos						
Concepto	Anual	Mes	Día	Hora	Minuto	60 minutos x tapete
Servicios básicos	126,00	10,50	0,53	0,07	0,0011	0,04

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 72 Servicios Básicos por Camisa**

Servicios Básicos						
Concepto	Anual	Mes	Día	Hora	Minuto	120 minutos x camisa
Servicios básicos	126,00	10,50	0,53	0,07	0,0011	0,11

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 73 Materiales Opcionales por Mantel**

Materiales opcionales manteles					
Concepto	Costo	Cantidad	Mensual	Anual	Anual \$
Cinta métrica	2,00	2			4,00
Dedal	1,00	3			3,00
Crochet	1,00	3			3,00
Aceite para maquina	3,00	1			3,00
Útiles de aseo	1,00	1	20,00	240,00	240,00
Tijeras	15,00	2			30,00
Total			<b>20,00</b>	<b>240,00</b>	<b>283,00</b>
<b>Total material opcional por mantel</b>					<b>0,61</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 74 Materiales opcionales por tapete**

Materiales opcionales tapetes					
Concepto	Costo	Cantidad	Mensual	Anual	Anual \$
Cinta métrica	2,00	2			4,00
Dedal	1,00	3			3,00
Crochet	1,00	3			3,00
Aceite para maquina	3,00	1			3,00
Útiles de aseo	1,00	1	20,00	240,00	240,00
Tijeras	15,00	2			30,00
Total			<b>20,00</b>	<b>240,00</b>	<b>283,00</b>
<b>Total material opcional por mantel</b>					<b>0,10</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 75 Materiales opcionales por camisas**

Materiales opcionales camisas					
Concepto	Costo	Cantidad	Mensual	Anual	Anual \$
Cinta métrica	2,00	2			4,00
Dedal	1,00	3			3,00
Crochet	1,00	3			3,00
Aceite para maquina	3,00	1			3,00
Útiles de aseo	1,00	1	20,00	240,00	240,00
Tijeras	15,00	2			30,00
Total			<b>20,00</b>	<b>240,00</b>	<b>283,00</b>
<b>Total material opcional por mantel</b>					<b>0,12</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 76 Materiales de Empaque Manteles**

Material de empaque manteles				
Concepto	Costo	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Etiquetas	0,05	38,40	1,92	23,04
Cajas	0,30	38,40	11,52	138,24
<b>Total</b>	<b>0,35</b>		13,44	161,28

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 77 Materiales de Empaque Tapetes**

Material de empaque tapetes				
Concepto	Costo	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Etiquetas	0,05	240,00	12,00	144,00
Cajas	0,20	240,00	48,00	576,00
<b>Total</b>	<b>0,25</b>		60,00	720,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 78 Materiales de Empaque Camisas**

Material de empaque camisas				
Concepto	Costo	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Etiquetas	0,05	192,00	9,60	115,20
Cajas	0,25	192,00	48,00	576,00
<b>Total</b>	<b>0,30</b>		57,60	691,20

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 79 Costos Indirectos de Fabricación Manteles**

<b>Costos indirectos de fabricación manteles</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Por mantel</b>
Servicios básicos	0,55
Materiales opcionales	0,61
Materiales de empackado	0,35
<b>Total</b>	<b>1,51</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 80 Costos Indirectos de Fabricación Tapetes**

<b>Costos indirectos de fabricación tapetes</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Por tapete</b>
Servicios básicos	0,04
Materiales opcionales	0,10
Materiales de empackado	0,25
<b>Total</b>	<b>0,39</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 81 Costos Indirectos de Fabricación Camisas**

<b>Costos indirectos de fabricación camisas</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Por camisas</b>
Servicios básicos	0,11
Materiales opcionales	0,12
Materiales de empackado	0,30
<b>Total</b>	<b>0,53</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

### 5.01.01.07 Costo de Producción Unitario Mantel

**Tabla 82 Costo de Producción Unitario Mantel**

<b>Costo de producción unitario mantel</b>	
MPD	36,00
MOD	14,20
CIF	1,51
<b>C.U.F</b>	<b>51,71</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 83 Costo de Producción Unitario Tapete**

Costo de producción unitario	
MPD	5,98
MOD	1,14
CIF	0,39
<b>C.U.F</b>	<b>7,50</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 84 Costo de Producción Unitario Camisa**

Costo de producción unitario	
MPD	12,80
MOD	2,84
CIF	0,53
<b>C.U.F</b>	<b>16,17</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

### 5.01.02 Ingresos

Luego de haber terminado los tres principales costos, se realiza los respectivos cálculos de los ingresos tomando en cuenta la utilidad que es del 100%.

**Tabla 85 Ingresos Operacionales**

Mantel	
Costo producción unitario	51,71
Utilidad 100%	51,71
<b>P.V.P</b>	<b>\$103,43</b>
Producción mensual	38,40
Ingresos Mensual	460,00
<b>Ingresos Anual</b>	<b>\$47.660,54</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 86 Ingresos Operacionales**

<b>Tapete</b>	
Costo producción unitario	7,50
Utilidad 100%	7,50
P.V.P	<b>\$15,01</b>
Producción Mensual	240,00
Ingreso Mensuales	2880,00
Ingreso Anual	<b>\$43.228,80</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 87 Ingresos Operacionales**

<b>Camisa</b>	
Costo producción unitario	16,17
Utilidad 100%	16,17
P.V.P	<b>\$32,35</b>
Producción Mensual	192,00
Ingreso Mensuales	2304,00
Ingreso Anual	<b>\$74.534,40</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

Luego de esto se procede a la proyección en el tiempo de 5 años, tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional que es de 4.8%.

**Tabla 88 Ingresos Proyectados Manteles**

<b>Ingresos proyectados manteles</b>			
<b>Año</b>	<b>Ingreso actual</b>	<b>Tasa de crecimiento del sector 4,8%</b>	<b>Ingresos anuales</b>
Año base 2015	\$47.660,54	1,00	\$47.660,54
2016	\$47.660,54	1,048	\$49.948,25
2017	\$49.948,25	1,048	\$52.345,77
2018	\$52.345,77	1,048	\$54.858,36
2019	\$54.858,36	1,048	\$57.491,56
2020	\$57.491,56	1,048	\$60.251,16

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 89 Ingresos proyectados tapetes**

<b>Ingresos proyectados tapetes</b>			
<b>Año</b>	<b>Ingreso actual</b>	<b>Tasa de crecimiento del sector 4,8%</b>	<b>Ingresos anuales</b>
Año base 2015	\$43.228,80	1,00	\$43.228,80
2016	\$43.228,80	1,048	\$45.303,78
2017	\$45.303,78	1,048	\$47.478,36
2018	\$47.478,36	1,048	\$49.757,33
2019	\$49.757,33	1,048	\$52.145,68
2020	\$52.145,68	1,048	\$54.648,67

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 90 Ingresos Proyectados Camisas**

<b>Ingresos proyectados camisas</b>			
<b>Año</b>	<b>Ingreso actual</b>	<b>Tasa de crecimiento del sector 4,8%</b>	<b>Ingresos anuales</b>
Año base 2015	\$74.534,40	1,00	\$74.534,40
2016	\$74.534,40	1,048	\$78.112,05
2017	\$78.112,05	1,048	\$81.861,43
2018	\$81.861,43	1,048	\$85.790,78
2019	\$85.790,78	1,048	\$89.908,74
2020	\$89.908,74	1,048	\$94.224,35

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

### **5.01.02 Ingresos no operacionales**

El presente proyecto no cuenta con ingresos no operacionales, debido a que la microempresa se dedica a una sola actividad comercial por ende no posee actividades ajenas al de giro de negocio.

### **5.02 Costos**

Constituyen la valoración monetaria del gasto originado por la utilización o consumo de un factor productivo. Se distinguen para determinar el costo total de un

producto, los costos fijos y costos variables, que sumados dan el desembolso inicial que aporta el empresario para comenzar la producción. (Gary Flor, 2006, pág. 107)

### 5.02.01 Costos Directos

Los costos directos vendrían a ser lo que es la materia prima, material directo y mano de obra directa, que tiene que ver con la producción directa de los productos.

**Tabla 91 Costo Directo Manteles**

Costo directo manteles	
MPD	\$9.008,64
MOD	\$9.816,84
<b>TOTAL</b>	<b>\$18.825,48</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 92 Costo Directo Tapetes**

Costo directo tapetes	
MPD	\$8.424,00
MOD	\$4.908,42
<b>TOTAL</b>	<b>\$13.332,42</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 93 Costo Directo Camisas**

COSTO DIRECTO CAMISAS	
MPD	\$22.579,20
MOD	\$9.816,84
<b>TOTAL</b>	<b>\$32.396,04</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

### 5.02.02 Costos Indirectos

Los costos indirectos son aquellos que se deben primero acumular para luego asignarlos a la unidad pertinente.

**Tabla 94 Costos Indirectos Manteles**

<b>Costos indirectos manteles</b>	
Servicios Básicos	\$126,00
Materiales de empackado	\$161,28
Materiales opcionales	\$283,00
<b>Total</b>	<b>\$570,28</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 95 Costos Indirectos Tapetes**

<b>Costos indirectos tapetes</b>	
Servicios Básicos	\$126,00
Materiales de empackado	\$720,00
Materiales opcionales	\$3,00
<b>Total</b>	<b>\$849,00</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 96 Costos Indirectos Camisas**

<b>Costos indirectos camisas</b>	
Servicios Básicos	\$126,00
Materiales de empackado	\$691,20
Materiales opcionales	\$4,00
<b>Total</b>	<b>\$821,20</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

### 5.02.03 Gastos Administrativos

Son como su nombre lo indica, son los valores a pagar por las actividades que realizan y a esto hay que sumarle el pago el personal.

**Tabla 97 Gasto de personal**

Gasto personal								
Concepto	Cant	Sueldo Mensual	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Fondos de reserva	Aporte personal	Total mensual	Total Anual
Gerente general	1	700,00	58,33	58,33	58,31	66,15	808,83	\$9.705,92
Secretaria	1	354,00	29,50	29,50	29,49	33,45	409,04	\$4.908,42
Contador externo	1	354,00	29,50	29,50	29,49	33,45	409,04	\$4.908,42
Vendedor	1	400,00	33,33	33,33	33,32	37,80	462,19	\$5.546,24
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>\$1.808,00</b>	<b>\$150,67</b>	<b>\$150,67</b>	<b>\$150,61</b>	<b>\$170,86</b>	<b>\$2.089,08</b>	<b>\$25.069,00</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 98 Materiales de Aseo y Limpieza**

Materiales de Aseo y Limpieza			
Concepto	Costo unitario	Cantidad anual	Costo anual
Escoba	2,00	3	6,00
Recogedor	2,00	1	2,00
Trapeador	3,00	6	18,00
Desinfectante	4,00	5	20,00
Cloro	2,00	3	6,00
Jabón	0,50	12	6,00
Ambiental	4,00	3	12,00
<b>Total</b>		<b>33,00</b>	<b>70,00</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 99 Suministros de Oficina**

Suministros de oficina			
Concepto	Costo unitario	Cantidad anual	Costo anual
Resmas de papel	3,80	3	11,40
Block de facturas	2,00	4	8,00
Bolígrafos	0,35	10	3,50
Grapas	0,80	2	1,60
Consumibles	10,00	5	50,00
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>74,50</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 100 Otros Gastos Administrativos**

<b>Otros gastos administrativos</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Servicios básicos	30,71	368,46
Arriendo	500,00	6000,00
<b>Total</b>	<b>\$530,71</b>	<b>\$6.368,46</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

#### 5.02.04 Gastos de ventas

Los gastos de ventas son los recursos que se utiliza para realizar la comercialización de un producto. La microempresa ÑACHA & PINTU no incurrirá en lo que es los gastos de venta ya que las ventas se realizan en forma directa.

**Tabla 101 Gasto de Ventas**

<b>Gastos de ventas</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Servicios básicos	1	26,21	314,46
Combustible	4	80,00	320,00
Publicidad	1	60,00	720,00
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>\$166,21</b>	<b>\$1.354,46</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

#### Proyección de Costos y Gastos

La proyección de los costos y gastos, para los 5 años lo cual es el tiempo de duración estándar del proyecto.

**Tabla 102 Proyección de los Costos de Producción Manteles**

Proyección de los costos de producción manteles							
Concepto	2015 Año base	Valor para la proyección inflación 3,27%	2016	2017	2018	2019	2020
MPD	\$9.008,64	1,0327	\$9.303,22	\$9.607,44	\$9.921,60	\$10.246,04	\$10.581,08
MDO	\$9.816,84	1,0327	\$10.137,86	\$10.469,36	\$10.811,71	\$11.165,25	\$11.530,36
CIF	\$570,28	1,0327	\$588,93	\$608,19	\$628,07	\$648,61	\$669,82
<b>Total proyecciones de los costos de producción</b>			<b>\$20.030,01</b>	<b>\$20.684,99</b>	<b>\$21.361,39</b>	<b>\$22.059,90</b>	<b>\$22.781,26</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 103 Proyección de los costos de producción tapetes**

Proyección de los costos de producción tapetes							
Concepto	2015 Año base	Valor para la proyección inflación 3,27%	2016	2017	2018	2019	2020
MPD	\$8.424,00	1,0327	\$8.699,46	\$8.983,94	\$9.277,71	\$9.581,09	\$9.894,39
MDO	\$4.908,42	1,0327	\$5.068,93	\$5.234,68	\$5.405,86	\$5.582,63	\$5.765,18
CIF	\$849,00	1,0327	\$876,76	\$905,43	\$935,04	\$965,62	\$997,19
<b>Total proyecciones de los costos de producción</b>			<b>\$14.645,15</b>	<b>\$15.124,05</b>	<b>\$15.618,61</b>	<b>\$16.129,34</b>	<b>\$16.656,77</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 104 Proyección de los costos de producción camisas**

Proyección de los costos de producción camisas							
Concepto	2015 Año base	Valor para la proyección inflación 3,27%	2016	2017	2018	2019	2020
MPD	\$ 22.579,20	1,0327	\$ 23.317,54	\$ 24.080,02	\$ 24.867,44	\$ 25.680,61	\$ 26.520,36
MDO	\$ 9.816,84	1,0327	\$ 10.137,86	\$ 10.469,36	\$ 10.811,71	\$ 11.165,25	\$ 11.530,36
CIF	\$ 821,20	1,0327	\$ 848,05	\$ 875,78	\$ 904,42	\$ 934,00	\$ 964,54
<b>Total proyecciones de los costos de producción</b>			<b>\$ 34.303,45</b>	<b>\$ 35.425,17</b>	<b>\$ 36.583,57</b>	<b>\$ 37.779,86</b>	<b>\$ 39.015,26</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 105 Proyección de los gastos administrativos**

Proyección de gastos administrativos							
Concepto	2015 Año base	Valor para la proyección inflación 3,27%	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de personal	\$ 25.069,00	1,0327	\$ 25.888,76	\$ 26.735,32	\$ 27.609,57	\$ 28.512,40	\$ 29.444,76
Materiales de limpieza y aseo	\$ 70,00	1,0327	\$ 72,29	\$ 74,65	\$ 77,09	\$ 79,61	\$ 82,22
Suministros de oficina	\$ 74,50	1,0327	\$ 76,94	\$ 79,45	\$ 82,05	\$ 84,73	\$ 87,50
Otros gastos administrativos	\$ 6.368,46	1,0327	\$ 6.576,71	\$ 6.791,77	\$ 7.013,86	\$ 7.243,21	\$ 7.480,06
<b>Total proyecciones de gastos administrativos</b>			<b>\$ 32.614,70</b>	<b>\$ 33.681,20</b>	<b>\$ 34.782,57</b>	<b>\$ 35.919,96</b>	<b>\$ 37.094,54</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 106 Proyección de los gastos de venta**

Proyección de gastos de ventas							
Concepto	2015 Año base	Valor para la proyección inflación 3,27%	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de ventas	\$ 1.354,46	1,0327	\$ 1.398,75	\$ 1.444,49	\$ 1.491,72	\$ 1.540,50	\$ 1.590,88
<b>Total proyecciones de gastos ventas</b>			<b>\$ 1.398,75</b>	<b>\$ 1.444,49</b>	<b>\$ 1.491,72</b>	<b>\$ 1.540,50</b>	<b>\$ 1.590,88</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

### 5.02.05 Costos Financieros

Es la principal variable que se debe pagar debido a los capitales al elegir un préstamo.

### 5.02.06 Costos Fijos y Variables

Estos costos son los que se desembolsarán, incluyendo los gastos de administración y de ventas, excepto los gastos financieros ni los impuestos.

**Tabla 107 Proyección de costos anuales manteles**

Proyección de costos anuales manteles						
Concepto	Año base 2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Costos fijos</b>						
Depreciaciones	\$1.802,13	\$1.802,13	\$1.802,13	\$1.802,13	\$1.703,80	\$1.703,80
Amortizaciones de la inversión diferida	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67
Sueldos administrativos	\$8.356,33	\$8.629,59	\$8.911,77	\$9.203,19	\$9.504,13	\$9.814,92
Servicios básicos	\$227,64	\$235,08	\$242,77	\$250,71	\$258,91	\$267,37
Otros Gastos administrativos	\$2.122,82	\$2.192,24	\$2.263,92	\$2.337,95	\$2.414,40	\$2.493,35
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$12.575,59</b>	<b>\$12.925,71</b>	<b>\$13.287,27</b>	<b>\$13.660,65</b>	<b>\$13.947,91</b>	<b>\$14.346,11</b>
<b>Costos Variables</b>						
MPD	\$22.579,20	\$23.317,54	\$24.080,02	\$24.867,44	\$25.680,61	\$26.520,36
MOD	\$9.816,84	\$10.137,86	\$10.469,36	\$10.811,71	\$11.165,25	\$11.530,36
CIF	\$821,20	\$848,05	\$875,78	\$904,42	\$934,00	\$964,54
Gastos de ventas	\$451,49	\$466,25	\$481,50	\$497,24	\$513,50	\$530,29
<b>Total Costos variables</b>	<b>\$33.668,73</b>	<b>\$34.769,70</b>	<b>\$35.906,67</b>	<b>\$37.080,82</b>	<b>\$38.293,36</b>	<b>\$39.545,55</b>
<b>Total costos anuales</b>	<b>\$46.244,33</b>	<b>\$47.695,41</b>	<b>\$49.193,94</b>	<b>\$50.741,47</b>	<b>\$52.241,27</b>	<b>\$53.891,67</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 108 Proyección de costos anuales tapetes**

Proyección de costos anuales tapetes						
Concepto	Año base 2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Costos fijos</b>						
Depreciaciones	\$1.802,13	\$1.802,13	\$1.802,13	\$1.802,13	\$1.703,80	\$1.703,80
Amortizaciones de la inversión diferida	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67
Sueldos administrativos	\$8.356,33	\$8.629,59	\$8.911,77	\$9.203,19	\$9.504,13	\$9.814,92
Servicios básicos	\$227,64	\$235,08	\$242,77	\$250,71	\$258,91	\$267,37
Otros Gastos administrativos	\$2.122,82	\$2.192,24	\$2.263,92	\$2.337,95	\$2.414,40	\$2.493,35
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$12.575,59</b>	<b>\$12.925,71</b>	<b>\$13.287,27</b>	<b>\$13.660,65</b>	<b>\$13.947,91</b>	<b>\$14.346,11</b>
<b>Costos Variables</b>						
MPD	\$8.424,00	\$8.699,46	\$8.983,94	\$9.277,71	\$9.581,09	\$9.894,39
MOD	\$4.908,42	\$5.068,93	\$5.234,68	\$5.405,86	\$5.582,63	\$5.765,18
CIF	\$849,00	\$876,76	\$905,43	\$935,04	\$965,62	\$997,19
Gastos de ventas	\$451,49	\$466,25	\$481,50	\$497,24	\$513,50	\$530,29
<b>Total Costos variables</b>	<b>\$14.632,91</b>	<b>\$15.111,41</b>	<b>\$15.605,55</b>	<b>\$16.115,85</b>	<b>\$16.642,84</b>	<b>\$17.187,06</b>
<b>Total costos anuales</b>	<b>\$27.208,50</b>	<b>\$28.037,11</b>	<b>\$28.892,82</b>	<b>\$29.776,50</b>	<b>\$30.590,75</b>	<b>\$31.533,17</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 109 Proyección de costos anuales camisas**

Proyección de costos anuales camisas						
Concepto	Año base 2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Costos fijos</b>						
Depreciaciones	\$1.802,13	\$1.802,13	\$1.802,13	\$1.802,13	\$1.703,80	\$1.703,80
Amortizaciones de la inversión diferida	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67
Sueldos administrativos	\$8.356,33	\$8.629,59	\$8.911,77	\$9.203,19	\$9.504,13	\$9.814,92
Servicios básicos	\$227,64	\$235,08	\$242,77	\$250,71	\$258,91	\$267,37
Otros Gastos administrativos	\$2.122,82	\$2.192,24	\$2.263,92	\$2.337,95	\$2.414,40	\$2.493,35
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$12.575,59</b>	<b>\$12.925,71</b>	<b>\$13.287,27</b>	<b>\$13.660,65</b>	<b>\$13.947,91</b>	<b>\$14.346,11</b>
<b>Costos Variables</b>						
MPD	\$9.008,64	\$9.303,22	\$9.607,44	\$9.921,60	\$10.246,04	\$10.581,08
MOD	\$9.816,84	\$10.137,86	\$10.469,36	\$10.811,71	\$11.165,25	\$11.530,36
CIF	\$570,28	\$588,93	\$608,19	\$628,07	\$648,61	\$669,82
Gastos de ventas	\$451,49	\$466,25	\$481,50	\$497,24	\$513,50	\$530,29
<b>Total Costos variables</b>	<b>\$19.847,25</b>	<b>\$20.496,26</b>	<b>\$21.166,48</b>	<b>\$21.858,63</b>	<b>\$22.573,41</b>	<b>\$23.311,56</b>
<b>Total costos anuales</b>	<b>\$32.422,85</b>	<b>\$33.421,96</b>	<b>\$34.453,75</b>	<b>\$35.519,28</b>	<b>\$36.521,32</b>	<b>\$37.657,67</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 110 Proyección de costos anuales totales**

Proyección de costos anuales totales						
Concepto	Año base 2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Costos fijos</b>						
Depreciaciones	\$5.406,40	\$5.406,40	\$5.406,40	\$5.406,40	\$5.111,40	\$5.111,40
Amortizaciones de la inversión diferida	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
Sueldos administrativos	\$25.069,00	\$25.888,76	\$26.735,32	\$27.609,57	\$28.512,40	\$29.444,76
Servicios básicos	\$682,92	\$705,25	\$728,31	\$752,13	\$776,72	\$802,12
Otros Gastos administrativos	\$6.368,46	\$6.576,71	\$6.791,77	\$7.013,86	\$7.243,21	\$7.480,06
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$37.726,78</b>	<b>\$38.777,12</b>	<b>\$39.861,80</b>	<b>\$40.981,96</b>	<b>\$41.843,74</b>	<b>\$43.038,34</b>
<b>Costos Variables</b>						
MPD	\$40.011,84	\$41.320,23	\$42.671,40	\$44.066,75	\$45.507,74	\$46.995,84
MOD	\$24.542,11	\$25.344,64	\$26.173,41	\$27.029,28	\$27.913,14	\$28.825,90
CIF	\$2.240,48	\$2.313,74	\$2.389,40	\$2.467,54	\$2.548,23	\$2.631,55
Gastos de ventas	\$1.354,46	\$1.398,75	\$1.444,49	\$1.491,72	\$1.540,50	\$1.590,88
<b>Total Costos variables</b>	<b>\$68.148,89</b>	<b>\$70.377,36</b>	<b>\$72.678,70</b>	<b>\$75.055,29</b>	<b>\$77.509,60</b>	<b>\$80.044,17</b>
<b>Total costos anuales</b>	<b>\$105.875,68</b>	<b>\$109.154,48</b>	<b>\$112.540,50</b>	<b>\$116.037,25</b>	<b>\$119.353,34</b>	<b>\$123.082,51</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

### 5.03 Inversiones

La inversión en el capital inicial con la que cuenta el proyecto para la compra de bienes que no son de consumo final y que sirven para producir otros bienes con el fin de recuperarlo con los intereses en caso que generen ganancias.

#### 5.03.01 Inversión Fija

(Gabriel Baca, Evaluacion de Proyectos, 2010, p.31). La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los

bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros.

### **5.03.02 Activos Fijos**

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.

### **5.03.03 Activos Nominales (diferidos)**

Los activos nominales son un conjunto de bienes que corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Por ende, es importante destacar que conceptualmente se define como inversión sólo aquellos gastos que son evitables, es decir, aquellos posteriores a la decisión de realización. Por lo tanto el costo del estudio del proyecto no constituye inversión, ya que es un costo inevitable porque ocurre antes de la toma de decisión de ejecutar un proyecto.

### **5.03.04 Capital de Trabajo**

(Gabriel Baca, Evaluación de Proyectos, 2010, p.37) Define que el capital de trabajo, desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos;

entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. Todo esto constituiría el activo circulante. Pero así como hay que invertir en estos rubros, también se puede obtener crédito a corto plazo en conceptos como impuestos y algunos servicios y proveedores, y esto es el pasivo circulante. De aquí se origina el concepto de capital de trabajo, es decir, el capital con que hay que contar para empezar a trabajar.

### 5.03.05 Cuadro de Inversiones

Tabla 111 Inversiones

Inversiones			
Concepto	Fuentes y usos	Recursos propios	Recursos financiados
<b>Activos fijos</b>			
Terreno	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	
Vehículos	\$ 22.000,00	\$ 5.000,00	\$ 17.000,00
Maquinaria y equipos	\$ 6.237,00		\$ 6.237,00
Equipos de oficina	\$ 100,00		\$ 100,00
Equipos de computación	\$ 2.370,00		\$ 2.370,00
Muebles y enseres	\$ 2.100,00		\$ 2.100,00
<b>Total de activos fijos</b>	<b>\$ 52.807,00</b>	<b>\$ 25.000,00</b>	<b>\$ 27.807,00</b>
<b>Activos diferidos</b>			
Gastos de constitución	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
<b>Total de activos diferidos</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	
<b>Capital de trabajo</b>			
Costo de producción	\$ 6.042,76	\$ 6.042,76	
Gastos administrativos	\$ 2.631,83	\$ 2.631,83	
Gastos de ventas	\$ 166,21	\$ 166,21	
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>\$ 8.840,80</b>	<b>\$ 8.840,80</b>	
<b>Total de inversión</b>	<b>\$ 62.647,80</b>	<b>\$ 34.840,80</b>	<b>\$ 27.807,00</b>
<b>Participación en porcentaje</b>	<b>100 %</b>	<b>55,61 %</b>	<b>44,39 %</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** Como se puede observar la inversión total es de \$ 62.647,80 del cual el 55,61% será de los recursos propios mientras que el 44,39% será financiado a través de un préstamo.

### **5.03.06 Amortizaciones de Financiamiento (Tabla de Amortización)**

El término amortización indica la cantidad de dinero que se ha recuperado de la inversión inicial con el paso de los años.

**Tabla 112 Amortizaciones del préstamo**

MONTO	\$27.807,00				
INTERES	10,21%				
PLAZO	3 años				
PAGO	Mensual				
Tabla de amortización de préstamo					
Años	Monto	Interés	Cuota de pago	Capital pagado	Saldo
<b>0</b>	<b>\$27.807,00</b>				<b>\$27.807,00</b>
1	\$27.807,00	\$946,36	\$772,42	\$1.718,78	\$27.034,58
2	\$27.034,58	\$920,08	\$772,42	\$1.692,49	\$26.262,17
3	\$26.262,17	\$893,79	\$772,42	\$1.666,21	\$25.489,75
4	\$25.489,75	\$867,50	\$772,42	\$1.639,92	\$24.717,33
5	\$24.717,33	\$841,21	\$772,42	\$1.613,63	\$23.944,92
6	\$23.944,92	\$814,93	\$772,42	\$1.587,34	\$23.172,50
7	\$23.172,50	\$788,64	\$772,42	\$1.561,05	\$22.400,08
8	\$22.400,08	\$762,35	\$772,42	\$1.534,77	\$21.627,67
9	\$21.627,67	\$736,06	\$772,42	\$1.508,48	\$20.855,25
10	\$20.855,25	\$709,77	\$772,42	\$1.482,19	\$20.082,83
11	\$20.082,83	\$683,49	\$772,42	\$1.455,90	\$19.310,42
12	\$19.310,42	\$657,20	\$772,42	\$1.429,61	\$18.538,00
13	\$18.538,00	\$630,91	\$772,42	\$1.403,33	\$17.765,58
14	\$17.765,58	\$604,62	\$772,42	\$1.377,04	\$16.993,17
15	\$16.993,17	\$578,33	\$772,42	\$1.350,75	\$16.220,75
16	\$16.220,75	\$552,05	\$772,42	\$1.324,46	\$15.448,33
17	\$15.448,33	\$525,76	\$772,42	\$1.298,17	\$14.675,92
18	\$14.675,92	\$499,47	\$772,42	\$1.271,89	\$13.903,50
19	\$13.903,50	\$473,18	\$772,42	\$1.245,60	\$13.131,08
20	\$13.131,08	\$446,89	\$772,42	\$1.219,31	\$12.358,67
21	\$12.358,67	\$420,61	\$772,42	\$1.193,02	\$11.586,25
22	\$11.586,25	\$394,32	\$772,42	\$1.166,74	\$10.813,83
23	\$10.813,83	\$368,03	\$772,42	\$1.140,45	\$10.041,42
24	\$10.041,42	\$341,74	\$772,42	\$1.114,16	\$9.269,00
25	\$9.269,00	\$315,45	\$772,42	\$1.087,87	\$8.496,58
26	\$8.496,58	\$289,17	\$772,42	\$1.061,58	\$7.724,17
27	\$7.724,17	\$262,88	\$772,42	\$1.035,30	\$6.951,75
28	\$6.951,75	\$236,59	\$772,42	\$1.009,01	\$6.179,33
29	\$6.179,33	\$210,30	\$772,42	\$982,72	\$5.406,92
30	\$5.406,92	\$184,02	\$772,42	\$956,43	\$4.634,50
31	\$4.634,50	\$157,73	\$772,42	\$930,14	\$3.862,08
32	\$3.862,08	\$131,44	\$772,42	\$903,86	\$3.089,67
33	\$3.089,67	\$105,15	\$772,42	\$877,57	\$2.317,25
34	\$2.317,25	\$78,86	\$772,42	\$851,28	\$1.544,83
35	\$1.544,83	\$52,58	\$772,42	\$824,99	\$772,42
36	\$772,42	\$26,29	\$772,42	\$798,70	<b>\$0,00</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** El financiamiento se realizara por la cantidad de **\$27.807,00** con una tasa de interés del 10,21% y la forma de pago será mensualmente durante 3 años.

### 5.03.07 Amortizaciones del Diferido

La amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles ya que con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

**Tabla 113 Amortizaciones del Diferido**

Amortización del diferido							
Concepto	Valor	Vida útil del proyecto	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de constitución	\$1.000,00	5	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
TOTAL AMORTIZACION DEL DIFERIDO			\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

### 5.03.08 Depreciaciones (Tabla de Depreciaciones)

El término depreciación hace referencia que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian.

**Tabla 114 Depreciaciones**

Depreciaciones							
Activo	Valor de compra	Vida útil del proyecto	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Vehículo	\$22.000,00	5	\$ 4.400,00	\$ 4.400,00	\$ 4.400,00	\$ 4.400,00	\$ 4.400,00
Maquinaria y equipo	\$1.927,00	5	\$ 385,40	\$ 385,40	\$ 385,40	\$ 385,40	\$ 385,40
Equipo de oficina	\$100,00	5	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Muebles y enseres	\$1.530,00	5	\$ 306,00	\$ 306,00	\$ 306,00	\$ 306,00	\$ 306,00
Equipo de computación	\$885,00	3	\$ 295,00	\$ 295,00	\$ 295,00		
<b>Valor total</b>			<b>\$ 5.406,40</b>	<b>\$ 5.406,40</b>	<b>\$ 5.406,40</b>	<b>\$ 5.111,40</b>	<b>\$ 5.111,40</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

### 5.03.10 Estado de Situación Inicial

El estado de situación general o balance general tienen como objetivo principal determinar anualmente cual se considera que es el valor real de la empresa en ese momento.

**Tabla 115 Estado de Situación Inicial**

Microempresa Ñacha & Pintu Cía. Ltda. Estado de Situación Inicial al 27 de marzo del 2015			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
CAJA BANCOS	\$8.840,80	CUENTAS POR PAGAR	\$0,00
CUENTAS POR COBRAR		DOCUMENTOS POR PAGAR	\$0,00
INVENTARIOS		<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$0,00</b>
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$8.840,80</b>	<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>	
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		PRESTAMO L/P	\$27.807,00
TERRENO	\$20.000,00	<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>\$27.807,00</b>
VEHICULO	\$22.000,00	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$27.807,00</b>
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$6.237,00	<b>CAPITAL CONTABLE</b>	
MUEBLES Y ENSERES	\$2.100,00	CAPITAL	\$34.840,80
EQUIPO DE OFICINA	\$100,00	<b>TOTAL CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$34.840,80</b>
EQUIPO DE COMPUTACION	\$2.370,00		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$52.807,00</b>	<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>	
<b>OTROS ACTIVOS</b>		<b>CONT</b>	<b>\$62.647,80</b>
GASTOS DE CONSTITUCION	\$1.000,00		
<b>TOTAL DE OTROS ACTIVOS</b>	<b>\$1.000,00</b>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$62.647,80</b>		

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

### 5.03.11 Estado de Resultados Proyectados (a 5 años)

El estado de resultados es un documento o informe financiero que muestra los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha obtenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

Para el presente proyecto es necesario determinar el estado de resultados para cinco años que es la vida útil del proyecto.

**Tabla 116 Estado de Resultados Projectados (A 5 años)**

Microempresa Ñacha & Pintu Cia. Ltda. Estado De Resultados Projectado Del 2016 Al 2020						
DESCRIPCION	2015 AÑO BASE	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	\$165.423,74	\$173.364,08	\$181.685,56	\$190.406,47	\$199.545,98	\$209.124,18
(-) Costos de producción		\$68.148,89	\$70.377,36	\$72.678,70	\$75.055,29	\$77.509,60
(-) Gastos administrativos		\$32.614,70	\$33.681,20	\$34.782,57	\$35.919,96	\$37.094,54
(-) Gastos de ventas		\$1.398,75	\$1.444,49	\$1.491,72	\$1.540,50	\$1.590,88
(-) Depreciaciones		\$5.406,40	\$5.406,40	\$5.406,40	\$5.111,40	\$5.111,40
(-) Amortización del diferido		\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
(=) Utilidad bruta		\$65.595,35	\$70.776,11	\$76.047,07	\$81.918,82	\$87.817,76
(+/-) Otros ingresos o Gastos						
(=) Utilidad operacional		\$65.595,35	\$70.776,11	\$76.047,07	\$81.918,82	\$87.817,76
(-) 15% Participación de trabajadores		\$9.839,30	\$10.616,42	\$11.407,06	\$12.287,82	\$13.172,66
(=) Utilidad antes de impuestos		\$55.756,04	\$60.159,70	\$64.640,01	\$69.631,00	\$74.645,10
(-) 22% Impuesto a renta		\$12.266,33	\$13.235,13	\$14.220,80	\$15.318,82	\$16.421,92
(=) UTILIDAD NETA		\$43.489,71	\$46.924,56	\$50.419,21	\$54.312,18	\$58.223,17

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

### 5.03.12 Flujo de Caja Projectado

El flujo de caja son las variaciones de entrada y salida de los flujos de caja, que se detallan los ingresos y los gastos que se generarán al momento de llevar a la marcha el negocio. Por ende, es importante que el flujo de caja de la microempresa se lo realice con la finalidad de evaluar los fondos disponibles que cubren los costos del proyecto.

**Tabla 117 Flujo de Caja Proyectado**

Microempresa Ñacha & Pintu Cía. Ltda.						
flujo de caja proyectado						
del 2016 al 2020						
Descripción	2015 año base	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas		\$173.364,08	\$181.685,56	\$190.406,47	\$199.545,98	\$209.124,18
(-) Costos de producción		\$68.148,89	\$70.377,36	\$72.678,70	\$75.055,29	\$77.509,60
(-) Gastos administrativos		\$32.614,70	\$33.681,20	\$34.782,57	\$35.919,96	\$37.094,54
(-) Gastos de ventas		\$1.398,75	\$1.444,49	\$1.491,72	\$1.540,50	\$1.590,88
(-) Depreciaciones		\$5.406,40	\$5.406,40	\$5.406,40	\$5.111,40	\$5.111,40
(-) Amortización del diferido		\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
(=) Utilidad bruta		\$65.795,35	\$70.776,11	\$76.047,07	\$81.918,82	\$87.817,76
(+/-) Otros ingresos o Gastos						
(=) Utilidad operacional		\$65.795,35	\$70.776,11	\$76.047,07	\$81.918,82	\$87.817,76
(-) 15% Participación de trabajadores		\$9.869,30	\$10.616,42	\$11.407,06	\$12.287,82	\$13.172,66
(=) Utilidad antes de impuestos		\$55.926,04	\$60.159,70	\$64.640,01	\$69.631,00	\$74.645,10
(-) 22% Impuesto a renta		\$12.303,73	\$13.235,13	\$14.220,80	\$15.318,82	\$16.421,92
(=) UTILIDAD NETA		\$43.622,31	\$46.924,56	\$50.419,21	\$54.312,18	\$58.223,17
(+) Depreciaciones		\$5.406,40	\$5.406,40	\$5.406,40	\$5.111,40	\$5.111,40
(+) Amortización del diferido		\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
(-) Amortización de la deuda		\$18.890,38	\$15.104,92	\$11.319,46		
(-) Compra de activo fijo						
(-) Inversión Inicial	\$53.807,00					
(-) Capital de trabajo	\$8.840,80					
Deuda	\$27.807,00					
Depósito de garantía	\$1.000,00					
(+) Valor de desecho						
(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO	\$33.840,80	\$30.338,34	\$37.426,05	\$44.706,15	\$59.623,58	\$63.534,57

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

#### **5.04 Evaluación Financiera (Económica)**

(Gabril Baca, Urbina, 2010, p. 181). El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aún no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable. En este momento surge el problema sobre el método de análisis que se empleará para comprobar la rentabilidad económica del proyecto. Se sabe que el dinero disminuye su valor real con el paso del tiempo, a una tasa aproximadamente igual al nivel de inflación vigente. Esto implica que el método de análisis empleado deberá tomar en cuenta este cambio de valor real del dinero a través del tiempo. (pag.181)

La evaluación financiera determina la viabilidad y la rentabilidad que tendrá el proyecto, a través del Valor Presente Neto (VAN) y la tasa interna de rendimiento (TIR) Desde otro punto de vista, un proyecto es bueno siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno a la inversión.

#### 5.04.01 Tasa de Descuento

La tasa de descuento es la suma de la tasa activa del sector empresarial o del sector comercial de las pymes, más la tasa pasiva, que es publicada en el Banco Central del Ecuador.

**Tabla 118 Tasa de descuento**

TMAR o tasa de descuento	
CONCEPTO	PORCENTAJE
Tasa activa	10,21%
(+) Tasa pasiva	4,98%
<b>TMAR</b>	<b>15,21%</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

#### 5.04.02 Cálculo del Valor Presente Neto (VAN)

(Gabriel Baca, Evaluación de Proyectos, 2010) Valor presente neto (VPN) es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial valor presente neto, sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. (pag.182)

**Tabla 119 Cálculo del VAN**

TMAR O TASA DE DESCUENTO	15,19%
Inversión	\$ 62.647,80
Año 2016	\$ 30.338,34
Año 2017	\$ 37.426,05
Año 2018	\$ 44.706,15
Año 2019	\$ 59.623,58
Año 2020	\$ 63.534,57
<b>VAN</b>	<b>\$ 74.954,17</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** El cálculo del valor actual neto en el presente proyecto es de \$ 74.954,17 de la inversión de \$ 62.647,80 por ende este indicador es aceptable.

#### 5.04.03 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de rendimiento es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

**Tabla 120 Tasa Interna de Rendimiento**

Tasa interna de rendimiento	
<b>Inversión</b>	-\$ 62.647,80
Año 2016	\$ 30.338,34
Año 2017	\$ 37.426,05
Año 2018	\$ 44.706,15
Año 2019	\$ 59.623,58
Año 2020	\$ 63.534,57
<b>TIR</b>	<b>56,89%</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** El porcentaje de la TIR es de 56,89% que es mucho mayor que la tasa de oportunidad que es de 15,19%, lo que indica que el proyecto es rentable.

#### 5.04.04 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El Período de Recuperación de la Inversión determina el número en años, meses y días en el que el valor de la inversión inicial será recuperado.

**Tabla 121 Periodo de Recuperación de la Inversión**

Calculo del periodo de recuperación de la inversión (PRI)				
Años	Flujos Actuales	Factor de Actualización	Flujos Actualizados	Flujos Acumulados
2016	\$ 30.338,34	0,87	\$ 26.337,65	\$ 26.337,65
2017	\$ 37.426,05	0,75	\$ 28.206,19	\$ 54.543,84
2018	\$ 44.706,15	0,65	\$ 29.249,80	
2019	\$ 59.623,58	0,57	\$ 33.865,61	
2020	\$ 63.534,57	0,49	\$ 31.328,26	
Inversión – Flujo	8.103,96			
	3,45			
	19,8			
	<b>PRI = 2 años 3 meses 19 días</b>			

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** El tiempo en el que se recuperara la inversión será de 2 años, 3 meses y 19 días por ende nos indica que el proyecto es rentable.

#### 5.04.05 Relación Costo Beneficio (RCB)

Es la que mide la relación entre el valor presente de todos los ingresos del proyecto sobre el valor presente de todos los egresos del proyecto, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se ha invertido.

**Tabla 122 Relación Costo Beneficio**

Relación costo beneficio RC/B	
Años	Sumatoria de flujos actualizados
2016	\$ 26.337,65
2017	\$ 28.206,19
2018	\$ 29.249,80
2019	\$ 33.865,61
2020	\$ 31.328,26
TOTAL	\$ 148.987,51
<b>RC/B</b>	<b>\$ 2,38</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** Como se puede observar por cada dólar que se invierte en el proyecto se obtiene \$ 1,38 de ganancia, lo cual es muy buen indicador de la rentabilidad del proyecto.

#### 5.04.06 Punto de Equilibrio

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

#### Punto de equilibrio en dólares

Para sacar el Punto de Equilibrio en dólares usamos la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio}}}$$

**Tabla 123 Punto de Equilibrio en Dólares Manteles**

Proyección de costos anuales					
Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Costos Fijos</b>					
Depreciación	\$ 1.802,13	\$ 1.802,13	\$ 1.802,13	\$ 1.703,80	\$ 1.703,80
Amortización de inversión diferido	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,67
Sueldos administrativos	\$ 8.629,59	\$ 8.911,77	\$ 9.203,19	\$ 9.504,13	\$ 9.814,92
Servicios básicos	\$ 235,08	\$ 242,77	\$ 250,71	\$ 258,91	\$ 267,37
Otros Gastos Administrativos	\$ 2.192,24	\$ 2.263,92	\$ 2.337,95	\$ 2.414,40	\$ 2.493,35
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 12.925,71</b>	<b>\$ 13.287,27</b>	<b>\$ 13.660,66</b>	<b>\$ 13.947,92</b>	<b>\$ 14.346,12</b>
<b>Costos variables</b>					
MPD	\$ 23.317,54	\$ 24.080,02	\$ 24.867,44	\$ 25.680,61	\$ 26.520,36
MOD	\$ 10.137,86	\$ 10.469,36	\$ 10.811,71	\$ 11.165,25	\$ 11.530,36
CIF	\$ 848,05	\$ 875,78	\$ 904,42	\$ 934,00	\$ 964,54
Gastos venta	\$ 466,25	\$ 481,50	\$ 497,24	\$ 513,50	\$ 530,29
<b>Total costo variable</b>	<b>\$ 34.769,70</b>	<b>\$ 35.906,67</b>	<b>\$ 37.080,82</b>	<b>\$ 38.293,36</b>	<b>\$ 39.545,55</b>
<b>Ventas</b>	47.660,54	\$ 49.948,25	\$ 52.345,77	\$ 54.858,36	\$ 57.491,56
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 47.789,45</b>	<b>\$ 47.265,04</b>	<b>\$ 46.844,40</b>	<b>\$ 46.191,34</b>	<b>\$ 45.959,00</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

### Punto de equilibrio en unidades

Para sacar las unidades que deberé vender, aplicaremos la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

**Tabla 124 Punto de Equilibrio en Unidades**

<b>P.E. Unidades manteles</b>	
Costos Fijo Total	\$12.925,71
Costo Variable Total	\$34.769,70
<b>Costos Totales</b>	<b>\$47.695,41</b>
Cantidades Producidas	\$47.660,54
Costo Variable Unitario	\$0,73
Precio de venta	\$103,43

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

$$PE = \frac{\$12.925,71}{103,43 - \$0,73} = 125,86 = 126,00$$

**Tabla 125 Demostración punto de equilibrio manteles**

<b>Demostración</b>	
Ventas	\$ 47.789,45
(-) Costo variable	\$ 34.863,74
(=) Margen de contribución	\$ 12.925,71
(-) Costos Fijos	\$ 12.925,71
(=) Utilidad operacional	\$ 0,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 126 Punto de Equilibrio en Dólares Tapetes**

Proyección de costos anuales					
Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Costos Fijos</b>					
Depreciación	\$ 1.802,13	\$ 1.802,13	\$ 1.802,13	\$ 1.703,80	\$ 1.703,80
Amortización de inversión diferido	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,67
Sueldos administrativos	\$ 8.629,59	\$ 8.911,77	\$ 9.203,19	\$ 9.504,13	\$ 9.814,92
Servicios básicos	\$ 235,08	\$ 242,77	\$ 250,71	\$ 258,91	\$ 267,37
Otros Gastos Administrativos	\$ 2.192,24	\$ 2.263,92	\$ 2.337,95	\$ 2.414,40	\$ 2.493,35
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 12.925,71</b>	<b>\$ 13.287,27</b>	<b>\$ 13.660,65</b>	<b>\$ 13.947,91</b>	<b>\$ 14.346,11</b>
<b>Costos variables</b>					
MPD	\$ 8.699,46	\$ 8.983,94	\$ 9.277,71	\$ 9.581,09	\$ 9.894,39
MOD	\$ 5.068,93	\$ 5.234,68	\$ 5.405,86	\$ 5.582,63	\$ 5.765,18
CIF	\$ 876,76	\$ 905,43	\$ 935,04	\$ 965,62	\$ 997,19
Gastos venta	\$ 466,25	\$ 481,50	\$ 497,24	\$ 513,50	\$ 530,29
<b>Total costo variable</b>	<b>\$ 15.111,41</b>	<b>\$ 15.605,55</b>	<b>\$ 16.115,85</b>	<b>\$ 16.642,84</b>	<b>\$ 17.187,06</b>
<b>Ventas</b>	45.303,78	47.478,36	49.757,33	52.145,68	54.648,67
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 19.395,08</b>	<b>\$ 19.792,97</b>	<b>\$ 20.204,75</b>	<b>\$ 20.486,34</b>	<b>\$ 20.927,99</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 127 Punto de Equilibrio en Unidades**

P.E. UNIDADES TAPETES	
Costos Fijos	\$12.925,71
Costo Variable Total	\$15.111,41
<b>Costos Totales</b>	<b>\$28.037,11</b>
Cantidades Producidas	\$43.228,80
Costo Variable Unitario	\$0,35
Precio	15,01

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

$$PE = \frac{\$12.925,71}{15,01 - 0,35} = 881,67 = 882,00$$

**Tabla 128 Demostración punto de equilibrio tapetes**

<b>Demostración</b>	
Ventas	\$ 19.395,08
(-) Costo variable	\$ 6.469,37
(=) Margen de contribución	\$ 12.925,71
(-) Costos Fijos	\$ 12.925,71
(=) Utilidad operacional	\$ 0,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 129 Punto de Equilibrio en Dólares Camisas**

<b>Proyección de costos anuales</b>					
<b>Concepto</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Costos Fijos</b>					
Depreciación	\$ 1.802,13	\$ 1.802,13	\$ 1.802,13	\$ 1.703,80	\$ 1.703,80
Amortización de inversión diferido	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,67
Sueldos administrativos	\$ 8.629,59	\$ 8.911,77	\$ 9.203,19	\$ 9.504,13	\$ 9.814,92
Servicios básicos	\$ 235,08	\$ 242,77	\$ 250,71	\$ 258,91	\$ 267,37
Otros Gastos Administrativos	\$ 2.192,24	\$ 2.263,92	\$ 2.337,95	\$ 2.414,40	\$ 2.493,35
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 12.925,71</b>	<b>\$ 13.287,27</b>	<b>\$ 13.660,65</b>	<b>\$ 13.947,91</b>	<b>\$ 14.346,11</b>
<b>Costos variables</b>					
MPD	\$ 9.303,22	\$ 9.607,44	\$ 9.921,60	\$ 10.246,04	\$ 10.581,08
MOD	\$ 10.137,86	\$ 10.469,36	\$ 10.811,71	\$ 11.165,25	\$ 11.530,36
CIF	\$ 588,93	\$ 608,19	\$ 628,07	\$ 648,61	\$ 669,82
Gastos venta	\$ 466,25	\$ 481,50	\$ 497,24	\$ 513,50	\$ 530,29
<b>Total costo variable</b>	<b>\$ 20.496,26</b>	<b>\$ 21.166,48</b>	<b>\$ 21.858,63</b>	<b>\$ 22.573,41</b>	<b>\$ 23.311,56</b>
<b>Ventas</b>	<b>78.112,05</b>	<b>\$ 81.861,43</b>	<b>\$ 85.790,78</b>	<b>\$ 89.908,74</b>	<b>\$ 94.224,35</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 17.523,90</b>	<b>\$ 17.921,01</b>	<b>\$ 18.331,28</b>	<b>\$ 18.623,79</b>	<b>\$ 19.062,19</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Tabla 130 Punto de equilibrio en unidades camisas**

<b>P.E. Unidades camisas</b>	
Costos Fijos	\$12.925,71
Costo Variable Total	\$20.496,26
<b>Costos Totales</b>	<b>\$33.421,96</b>
Cantidades Producidas	\$74.534,40
Costo Variable Unitario	\$0,27
Precio	32,35

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

$$PE = \frac{\$12.925,71}{32,35 - 0,27} = 402,98 = 403,00$$

**Tabla 131 Demostración punto de equilibrio camisas**

<b>Demostración</b>	
Ventas	\$ 17.523,90
(-) Costo variable	\$ 4.598,19
(=) Margen de contribución	\$ 12.925,71
(-) Costos Fijos	\$ 12.925,71
(=) Utilidad operacional	\$ 0,00

Fuente: Estudio financiero

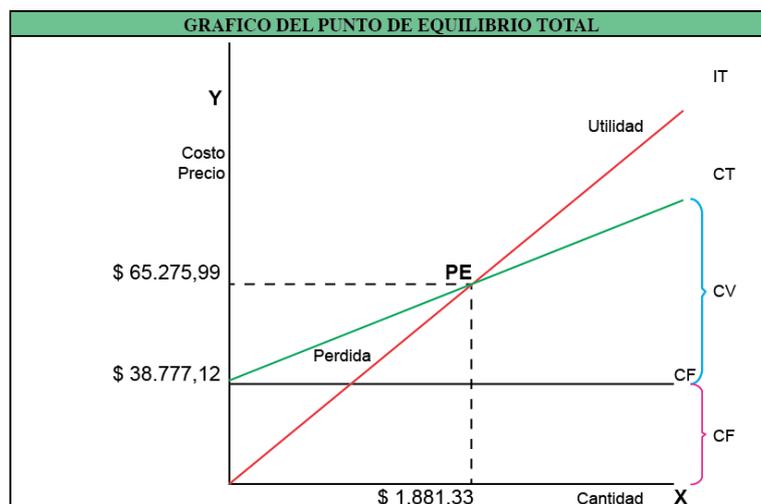
Elaborado: Lorena Tito

Tabla 132 Punto de Equilibrio en Dólares Totales

Punto de equilibrio en dólares total Proyección de costos anuales					
Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Costos Fijos</b>					
Depreciación	\$ 5.406,40	\$ 5.406,40	\$ 5.406,40	\$ 5.111,40	\$ 5.111,40
Amortización de inversión diferido	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Sueldos administrativos	\$ 25.888,76	\$ 26.735,32	\$ 27.609,57	\$ 28.512,40	\$ 29.444,76
Servicios básicos	\$ 705,25	\$ 728,31	\$ 752,13	\$ 776,72	\$ 802,12
Otros Gastos Administrativos	\$ 6.576,71	\$ 6.791,77	\$ 7.013,86	\$ 7.243,21	\$ 7.480,06
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 38.777,12</b>	<b>\$ 39.861,80</b>	<b>\$ 40.981,96</b>	<b>\$ 41.843,74</b>	<b>\$ 43.038,34</b>
<b>Costos variables</b>					
MPD	\$ 41.320,23	\$ 42.671,40	\$ 44.066,75	\$ 45.507,74	\$ 46.995,84
MOD	\$ 25.344,64	\$ 26.173,41	\$ 27.029,28	\$ 27.913,14	\$ 28.825,90
CIF	\$ 2.313,74	\$ 2.389,40	\$ 2.467,54	\$ 2.548,23	\$ 2.631,55
Gastos venta	\$ 1.398,75	\$ 1.444,49	\$ 1.491,72	\$ 1.540,50	\$ 1.590,88
<b>Total costo variable</b>	<b>\$ 70.377,36</b>	<b>\$ 72.678,70</b>	<b>\$ 75.055,29</b>	<b>\$ 77.509,60</b>	<b>\$ 80.044,17</b>
<b>Ventas</b>	173.364,08	\$ 181.685,56	\$ 190.406,47	\$ 199.545,98	\$ 209.124,18
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 65.275,99</b>	<b>\$ 66.439,07</b>	<b>\$ 67.647,59</b>	<b>\$ 68.420,17</b>	<b>\$ 69.726,97</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

Tabla 133 Punto de Equilibrio en Dólares Totales



Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

### 5.04.07 Análisis de Índices Financieros

(Gabrile Baca, 2010) Existen técnicas que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y que no se relacionan en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa. (pag.189)

#### 5.04.07.01 Razón de Endeudamiento

Es el que señala el grado de endeudamiento del activo total con recursos de terceros.

**Tabla 134 Punto de Equilibrio en Dólares Totales**

Razón de endeudamiento=	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$
Razón de endeudamiento=	$\frac{27.807,00}{62.647,80}$
Razón de endeudamiento=	0,44

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** El grado de endeudamiento del capital con recursos de terceros es de 44%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

### 5.04.07.02 Razón de Apalancamiento Externo

Tabla 135 Razón de apalancamiento externo

<b>Razón de Apalancamiento Externo=</b>	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital contable total}}$
<b>Razón de Apalancamiento Externo=</b>	$\frac{27.807,00}{34.840,80}$
<b>Razón de Apalancamiento Externo=</b>	<b>0,80</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** La relación entre el endeudamiento y el capital propio es de 0,80%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

### 5.04.07.02 Razón de Apalancamiento Interno

Tabla 136 Razón de apalancamiento interno

<b>Razón de Apalancamiento Interno=</b>	$\frac{\text{Capital contable Total}}{\text{Pasivo Total}}$
<b>Razón de Apalancamiento Interno=</b>	$\frac{34.840,80}{27.807,00}$
<b>Razón de Apalancamiento Interno=</b>	<b>1,25</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** Por cada dólar que tomamos de los terceros, los propietarios han invertido \$1,25

### 5.04.07.03 Razón de Activo Fijo

Tabla 137 Razón de activo fijo

Rotación de Activo Fijo=	Ventas
	Activo Fijo
Rotación de Activo Fijo=	165.423,74
	52.807,00
Rotación de Activo Fijo=	<b>3,13</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** La rotación del activo fijo indica que la microempresa está generando ingresos equivalente a 3,13 a la inversión de activos fijos.

### 5.04.07.04 Razón de Activo Total

Tabla 138 Razón de activo total

Rotación de Activo Total=	Ventas
	Activo Total
Rotación de Activo Total=	165.423,74
	62.647,80
Rotación de Activo Total=	2,64

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** La rotación del activo total indica que la microempresa genera ingresos equivalente a 2 veces de la inversión del activo total.

### 5.04.07.05 Margen de Utilidad Neta

Tabla 139 Margen de utilidad neta

Margen de Utilidad Neta=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$
Margen de Utilidad Neta=	$\frac{43.489,71}{165.423,74}$
Margen de Utilidad Neta=	0,26

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** El porcentaje que les queda a los propietarios por operar en la microempresa es del 0.26%.

### 5.04.07.06 Rendimiento sobre Activos

Tabla 140 Rendimiento sobre activos

ROA=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}}$
ROA=	$\frac{43.489,71}{62.647,80}$
ROA=	<b>0,69</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** El rendimiento sobre los activos que la microempresa obtiene es de 0,69%, lo que nos indica que la microempresa genera una buena rentabilidad.

### 5.04.07.07 Rendimiento sobre Patrimonio o Capital Contable

**Tabla 141 Rendimiento sobre patrimonio o capital contable**

ROE=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$
ROE=	$\frac{43.489,71}{34.840,80}$
ROE=	1,25

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** La rentabilidad sobre el patrimonio o capital contable es de 1,25%, es decir que el capital crecerá.

#### 5.04.07.08 Rendimiento sobre la Inversión

**Tabla 142 Rendimiento sobre la inversión**

ROI=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}}$
ROI=	$\frac{43.489,71}{62.647,80}$
ROI=	0,69

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado: Lorena Tito

**Análisis:** La rentabilidad sobre la inversión es de 0,69%, lo que indica que está dentro del rango establecido.

## CAPÍTULO VI

### Análisis de Impactos

#### 6.01 Impacto Ambiental

La microempresa artesanal Ñacha & Pintu al ser elaborados sus productos al 100% manual, utilizando como materia prima la tela, es decir que está contribuyendo de forma directa al medio ambiente ya que el proceso de producción no contamina, ya que no contiene desperdicios tóxicos. Por ende, estaría apoyando el medio ambiente ya que el objetivo es cuidar el medio ambiente.

De la misma manera los retazos sobrantes de tela sirven para hacer guaipes ya que no sirve para volver a ser utilizadas, lo cual es de gran importancia social que la microempresa tendría.

#### 6.02 Impacto Económico

La implementación del presente proyecto genera un crecimiento económico y beneficiario tanto al núcleo familiar del inversionista, tales como los empleados y colaboradores, por ende esto se convierte en una fuente de empleo y de esta manera ingresos para varias familias.

El impacto económico que genera la microempresa es favorable al desarrollo y crecimiento del sector artesanal, y por ende es favorable para la situación económica del país.

### **6.03 Impacto Productivo**

En la actualidad se ha enfatizado mucho en la Plan Nacional del buen Vivir, con el fin del cambio de la matriz productiva, por ende el Presidente de la Republica está dando un apoyo al Sector de las artesanías. Por ende, la economía local se convertirá en una economía de producción con el valor agregado, ya que en la actualidad hay muchas salvaguardias, y de esta manera lograr la sustitución de importaciones. De esta manera estaría apoyando al crecimiento del país.

En el cambio de la matriz productiva favorece al incremento a la producción nacional, pues de esta manera se estaría priorizando y motivando al consumo de productos hechos en el país, de las misma manera se estará apoyando a las artesanas ecuatorianas, al darles la oportunidad de crecimiento, en consecuencia el impacto es positivo, al enfocarnos en los productos 100% artesanal

### **6.04 Impacto Social**

El impacto social del proyecto representa nuevas oportunidades de mejora en lo que es la calidad de vida de los habitantes del sector. Es decir que se busca el crecimiento de la microempresa y generare más fuentes de empleo, en especial, a mujeres a las cuales se les brindará la oportunidad de pertenecer a la empresa.

## **CAPÍTULO VII**

### **Conclusiones y Recomendaciones**

#### **7.01 Conclusiones**

##### **Capítulo I**

Los antecedentes y la justificación dieron las bases de información acerca del sector artesanal dando la pauta necesaria para conocer la importancia de la elaboración de los bordados a mano de Zuleta ya que con esto se estaría apoyando al sector artesanal y de esta manera mantener la cultura y tradición artesanal indígena.

##### **Capítulo II**

En el análisis situacional se pudo determinar que las microempresas representan una competencia directa, lo cual dio una guía al momento de fijar el precio de los productos, con el cual deberían salir al mercado, para de esta manera fijar precios competitivos y prudentes.

##### **Capítulo III**

El estudio de mercado ayudó a determinar varios factores necesarios para la realización del proyecto, entre ellos: la aceptación de los productos, los precios, el grupo objetivo y la ubicación de la microempresa, arrojando resultados favorables en

cada uno de ellos. Por ende esto quiere decir que los clientes aprecian el trabajo artesanal y el producto tendrá una gran acogida.

#### **Capítulo IV**

En el estudio técnico se pudo determinar la capacidad de la planta, su localización óptima, lo cual se pudo ver que la microempresa se encuentra en el sector estratégico para lo que es la comercialización de los productos, al igual que el taller está ubicado en un lugar óptimo donde es visitado por muchos turistas tanto nacionales como extranjeros, teniendo en cuenta los precios, la calidad, los diseños y el buen servicio y trato que se les dará a los clientes.

#### **Capítulo V**

En el estudio de financiero se pudo determinar el valor de la inversión inicial de los proyectos mediante los indicadores de evaluación económica.

El VAN es de \$ 74.954,17 como se puede apreciar tiene un VAN positivo, por lo que es factible ejecutar el proyecto, y el de la TIR que es de 56,89% que es mucho mayor que la tasa de oportunidad que es de 15,19%, de igual forma el PRI que será recuperado en 2 años 3 meses y 19 días, y con una ganancia de 1.38, lo que indica que el proyecto se encuentra dentro de los parámetros de ser rentable.

#### **Capítulo VI**

Los impactos que genera el proyecto son en su mayoría positivos, al contribuir con la sociedad en el mejoramiento del sector y del país.

## 7.02 Recomendaciones

- Una vez determinada con la finalización del presente proyecto se realiza las siguientes recomendaciones:
- Es importante que el presente proyecto sea implementado inmediatamente puesto que de acuerdo a los indicadores financieros, éste es viable y rentable para el objetivo.
- A la microempresa se le recomienda que se hagan estudios permanentes del mercado, con el fin de mantenerse al día con los cambios de las competencias que ocurren dentro del sector, así como los cambios de los gustos y preferencias de los clientes.
- Aplicar el proceso de mejora continua en el proceso productivo, de esta manera tener una línea activa donde haya innovación, calidad, precios adecuados y buscar más canales de distribución adecuados que los favorecidos sean en consumidos y la microempresa.
- Economista Rafael Correa, al usar las camisas bordadas a mano de Zuleta de diferentes colores y diseños, para de ésta manera continuar produciendo estas maravillosas artesanías garantizando el buen prestigio y calidad.
- Es importante hacer un seguimiento de los indicadores de evaluación financiera, ya que tiene que ser manejado con cautela para ver el crecimiento continuo de la empresa.

## Bibliografía

- Gabril Baca, Urbina (6a ed.). (2010). Mexico: McGraw-Hill.
- American Marketing Association. (18 de Julio de 2009). Dictionary of Marketing Terms. Recuperado el 6 de Noviembre de 2014, de Dictionary of Marketing Terms: <http://www.promonegocios.net/distribucion/canales-distribucion.html>
- Aquilano, J. (2005). Gerencia de Operaciones. Bogota: norma.
- Baca Urbina, G. (2006). evaluación de proyectos. Mexico: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Baca Urbina, G. (2006). Evaluación de Proyectos (3a ed.). Mexico: Mc. Graw Hill.
- BACA URBINA, G. (2006). Evaluacion de Proyectos. Mexico: McGraw-Hill.
- Baca Urbina, G. (2006). Evauacion de Proyectos. Mexico: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Baca Urbina, G. (2007). evaluacion de Proyectos (4a ed.). Mexico: MacGraw Hill Interamericana.
- BCE. (27 de ENERO de 2014). Politica. Recuperado el 12 de Diciembre de 2104, de Evolucion de la Balanza Comercial: <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201412.pdf>
- Benaiges, D. (15 de febrero de 2010). [www.revista-digital.verdadera-seducion.com](http://www.revista-digital.verdadera-seducion.com). Recuperado el 04 de junio de 2014, de [www.revista-digital.verdadera-seducion.com](http://www.revista-digital.verdadera-seducion.com): <http://revista-digital.verdadera-seducion.com/definicion-sociedad/>
- Blogdiario. (19 de Mayo de 2008). Comercializacion. Recuperado el 31 de Enero de 2015, de Comercializacion: <http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/>
- Blogdiario. (s.f.). coercializacion.
- Bustamante, G. (16 de Diciembre de 2014). Quito, Pichincha.
- Caneda, M. C. (2004). La Responsabilidad Social Corporativa Interna (9a ed.). Madrid: ESIC.
- Crece Negocios. (13 de Noviembre de 2013). El análisis del consumidor. Recuperado el 18 de Enero de 2015, de El análisis del consumidor: <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>

Dupont, L. (2004). *1001 trucos publicitarios*. México: Editorial Lectorum S.A. de CV.

Ehow en Español. (5 de Marzo de 2013). *Finanza*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2014, de *Factores que afectan al entorno económico de una empresa*: [http://www.ehowenespanol.com/factores-afectan-entorno-economico-empresa-lista\\_116299/](http://www.ehowenespanol.com/factores-afectan-entorno-economico-empresa-lista_116299/)

El Norte. (5 de Agosto de 2014). *Grupo Corporativo Norte*. Recuperado el 27 de noviembre de 2014, de *Artesanos deben registrarse desde el 1 de septiembre*: <http://www.elnorte.ec/ibarra/actualidad/49773-artesanos-deben-registrarse-desde-el-1-de-septiembre.html>

El Norte. (5 de Agosto de 2014). *Grupo Corporativo Norte*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2014, de *Artesanos deben registrarse desde el 1 de septiembre*: <http://www.elnorte.ec/ibarra/actualidad/49773-artesanos-deben-registrarse-desde-el-1-de-septiembre.html>

El Telegrafo. (9 de Febrero de 2009). *El concejo metropolitano de quito*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2014, de *la ordenanza metropolitana para el otorgamiento de la licencia metropolitana de funcionamiento para los establecimientos que operen dentro del distrito metropolitano de quito*: [http://www.lacamaradequito.com/uploads/tx\\_documents/licenciafuncionamiento.pdf](http://www.lacamaradequito.com/uploads/tx_documents/licenciafuncionamiento.pdf)

El Telegrafo. (23 de Junio de 2010). *Galeria de Artesanos*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2014, de *Afiliacion es un deber del Artesano*: <http://galeriaartesanos.blogspot.com/2010/06/afiliacion-es-un-deber-del-artesano.html>

El telegrafo. (13 de Mayo de 2010). *Mercadotecnia 1*. Recuperado el 25 de Enero de 2015, de *Todo lo Importante de Marketing*: <http://pablinnaranjo123.blogspot.com/2010/05/tipos-de-demandas.html>

El Telegrafo. (11 de Enero de 2014). *Definicion tu diccionario hecho facil*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2014, de *Definicion de Poblacion*: <http://www.definicionabc.com/general/poblacion.php>

El Universo. (23 de Diciembre de 2011). *Noticias*. Recuperado el 6 de Noviembre de 2014, de *Noticias*: <http://www.eluniverso.com/2011/12/23/1/1356/encuesta-inec-sobre-clase-media-genera-dudas.html>

Gabriel Baca, U. (2010). *Evaluacion de Proyectos (6a ed.)*. Mexico: McGraw-Hill.

Gabriel Baca, U. (2010). *Evaluacion de Proyectos (6a ed.)*. Mexico: McGraw-Hill.

- Gabriel Baca, U. (2010). Evaluacion de Proyectos (6a ed.). Mexico: McGraw-Hill.*
- Gabriel Baca, U. (2010). Evaluacion de Proyectos (6a ed.). Mexico: McGraw-Hill.*
- Gabrile Baca, U. (2010). Evaluacion de Proyectos (6a ed.). Mexico: McGraw-Hill.*
- Gary Flor, G. (2006). Guía para crear y desarrollar su propia empresa (2a ed.). Colombia: PPL Impresores.*
- Gestion. (24 de Diciembre de 2012). Ciencias Económicas y Comerciales. Recuperado el 6 de Noviembre de 2014, de Ciencias Económicas y Comerciales:  
<http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestioncomercial.htm#vermais>*
- Gestion. (22 de Febrero de 2013). economia. Recuperado el 27 de Diciembre de 2014, de La Competencia en la Empresa: <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35858/la-competencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e-imperfecta/>*
- Gestion. (9 de Septiembre de 2014). Economia. Recuperado el 27 de Diciembre de 2014, de Estrategia Empresarial: <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35858/la-competencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e-imperfecta/>*
- Gestion Operativa de las Organizaciones. (5 de Diciembre de 2012). Un Gestor en una Administración Privada y Pública. Recuperado el 6 de Noviembre de 2014, de Un Gestor en una Administración Privada y Pública:  
<http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/>*
- Gestion y Administracion. (23 de Julio de 2000). Gestion de Empresas. Recuperado el 6 de Noviembre de 2014, de Gestion de Empresas:  
<http://www.gestionyadministracion.com/empresas/gestion-administrativa.html>*
- GREMMACH. (17 de Mayo de 2010). Leyes y Regalmentos. Recuperado el 28 de Noviembre de 2014, de Estatutos del Gremio DE Maestros:  
<http://www.mecanicosdechimborazo.com/leyes-y-reglamentos.html>*
- Gupos Étnicos del Ecuador. (15 de Octubre de 2012). Sierra . Recuperado el 3 de Diciembre de 2014, de Region Sierra:  
<http://etnias2012.blogspot.com/2012/10/sierra.html>*
- KNOO.NET. (26 de AGOSTO de 2012). GESTION. Recuperado el 3 de Febrero de 2015, de Ciencias Econimicas y Comerciales:  
<http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidadinstalada.htm>*
- Kotler, P. y. (2006). Direccion de Marketing (2a ed.). Mexico: Pearson Educacion.*

- Lexis. (6 de Octubre de 2003). Ley de Fomento Artesanal. Recuperado el 27 de Noviembre de 2014, de Decreto Ley de Emergencia 26:*  
*<http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/LEY-DE-FOMENTO-ARTESANAL.pdf>*
- Lexis. (25 de Junio de 2013). Código Municipal para el Distrito. Recuperado el 27 de Diciembre de 2014, de Libro 2-A:*  
*<http://www.emgirs.gob.ec/phocadownload/lotaip2013/legal/comdmq.pdf>*
- Michel, P. (2004). Economía (Sexta ed.). Mexico: Universidades.*
- Moguel, E. R. (2005). Metodología de la Investigación (5a ed.). Mexico: Villahermosa.*
- Monografías. (12 de Noviembre de 2012). Economía. Recuperado el 5 de Noviembre de 2014, de Economía: <http://www.monografias.com/trabajos81/a-que-es-inflacion/a-que-es-inflacion3.shtml>*
- Philip Kotler. (2013). Marketing (9a ed.). Mexico: MCGRAW-HILL.*
- Pitas, E. (8 de Marzo de 1985). Artesanía y Modernización en el Ecuador (1a ed.). Quito- Ecuador: Fraga.*
- proyecto de bordados. (25 de 2014 de 2014). Bordados de Zuleta. Recuperado el 25 de Noviembre de 2014, de hacienda zuleta: <http://zuleta.com/es/hacienda-zuleta/non-profit-organization-for-education-and-community-in-ecuador/community-embroidery-and-handycraft-in-rural-ecuador/>*
- Robbins, S. (2005). Administración (8a ed.). Mexico: Prentice hall.*
- slideshare. (4 de Octubre de 2010). comportamiento del consumidor. Recuperado el 18 de Enero de 2015, de comportamiento del consumidor: <http://es.slideshare.net/roy201/comportamiento-de-compra-del-consumidor>*
- Telegrafo. (14 de Octubre de 2005). Concejo Metroólitano de Quito. Recuperado el 27 de Diciembre de 2014, de POUS:*  
*[http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDZ-018%20-%20PUOS%20-%20EDIFICABILIDAD%20SECTOR%20LA%20MARISCAL.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDZ-018%20-%20PUOS%20-%20EDIFICABILIDAD%20SECTOR%20LA%20MARISCAL.pdf)*
- Telegrafo. (20 de Noviembre de 2005). WordReference. Recuperado el 27 de diciembre de 2014, de Diccionario de la Lengua Española:*  
*<http://www.wordreference.com/definicion/competencia>*
- Thompson, I. (2006). Mercadotecnia y Economía (3a ed.). Mexico: Mc Graw Hill.*

*Tvecu. (5 de Febrero de 2014). Artesanías de Ecuador. Recuperado el 24 de Noviembre de 2104, de Artesanías de Ecuador: <http://tvecu.com/artesantias-de-ecuador>*

*Urbina, G. B. (2006). Evaluación de Proyectos (5a ed.). Mexico: Mc. Graw Hill.*

*URBINA, G. B. (2006). EVALUCION DE PROYECTOS. MEXICO: MacGraw Hill.*

*Urbina, G. B. (2010). Evaluacion de proyectos (8a ed.). Mexico: McGraw-Hill.*

*Urbina, G. B. (2010). Evaluacion de Proyectos (6a ed.). Mexico: McGraw Hill.*

*Valdez, R. (2004). Exportacion Efectiva (1a ed.). Mexico: ISEF.*

*wikipedia. (6 de Noviembre de 2013). Publicidad. Recuperado el 6 de Noviembre de 2014, de publicidad: [http://es.wikipedia.org/wiki/agencia\\_de\\_publicidad](http://es.wikipedia.org/wiki/agencia_de_publicidad)*



# ANEXOS

## Anexos N° 1

### Requisitos para la calificación artesanal autónoma

- ❖ Solicitud adquirida en la JNDA, Juntas Provinciales y Cantonales.
- ❖ Declaración juramentada de datos (7 años de experiencia en la rama).
- ❖ Copia de la cédula de ciudadanía
- ❖ Copia del último certificado de votación
- ❖ 1 foto a color tamaño carnet actualizada
- ❖ Tipo de sangre

### Requisitos para la calificación artesanal

- ❖ Solicitud adquirida en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, Juntas Provinciales y Cantonales.
- ❖ Carnet actualizado del gremio
- ❖ Copia del último certificado de votación
- ❖ Tipo de sangre
- ❖ 1 foto a color tamaño carnet actualizada
- ❖ 1 foto tuya a color mientras realizas tus artesanías y 1 de tu negocio donde se vea el lugar de trabajo.

### Requisitos de Recalificación del Taller Artesanal

- ❖ Solicitud a la JNDA (adquirir formulario)
- ❖ Copia de la última calificación
- ❖ Copia de la cédula de ciudadanía
- ❖ Copia del último certificado de votación hasta los 65 años
- ❖ 1 foto a color tamaño carnet actualizada
- ❖ Tipo de sangre

### **Requisitos para la afiliación a la cámara de artesanos**

- ❖ Presentar solicitud y formulario
- ❖ Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía y Papeleta de Votación a color actualizado.
- ❖ Original y copia del último recibo de pago de Luz, Agua o Teléfono
- ❖ Original y copia de la Patente Municipal (si la tiene)
- ❖ Pagar el Costo de Afiliación
- ❖ Permiso de Funcionamiento o Carnet de Salud Ocupacional
- ❖ Copia de Pasaporte, Visa de Residente y/o Documento de Refugiado para personas de otra nacionalidad.
- ❖ Declaración Juramentada notariada, para artesanos que por su actividad no tienen taller o lugar de trabajo determinado
- ❖ Copia de otros documentos habilitantes.
- ❖ 1 Copia del Carnet de la Cámara
- ❖ 3 Fotografías a color de la persona interesada trabajando en su taller y del Local con toda la herramienta de trabajo

- ❖ 2 Facturas de compra de materiales a nombre del interesado
- ❖ Inventario de herramientas con el valor de cada una y el total

**SOLICITUD PARA OBTENER LA LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS**



<b>TIPO DE PROCEDIMIENTO:</b>	Emisión LUAE Renovación LUAE Inclusión Autorización Administrativa	Cambio de Actividad Económica Cambio de Propietario Cambio de dirección del establecimiento
-------------------------------	--------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------

Denominación o Nombre Comercial: \_\_\_\_\_ Patente actual No. \_\_\_\_\_  
 RUC No. \_\_\_\_\_ Fecha inicio actividad económica: dd/mm/aaaa Establecimiento No. \_\_\_\_\_  
 Predio No. \_\_\_\_\_ Licencia Única de Funcionamiento No. \_\_\_\_\_ Establecimiento: Principal   
 Actividad Económica: \_\_\_\_\_ Establecimiento: Sucursal

**PERSONA NATURAL**

Nombres y Apellidos: \_\_\_\_\_  
 C.C. / Pasaporte: \_\_\_\_\_  
 Obligada a llevar contabilidad: SI  NO

**PARA ARTESANOS CALIFICADOS:**

Acuerdo Ministerial No. \_\_\_\_\_  
 Calificación Artesanal No. \_\_\_\_\_  
 Fecha de expedición: dd/mm/aaaa

**PERSONA JURÍDICA**

Razón Social: \_\_\_\_\_  
 Nombres y Apellidos del Repr. Legal: \_\_\_\_\_  
 No. C.I. o Pasaporte Representante Legal: \_\_\_\_\_  
 Fecha de nombramiento del representante legal: dd/mm/aaaa  
 No. Resolución Super Intendencia de Compañías/Bancos (Si aplica): \_\_\_\_\_  
 Fecha Constitución: dd/mm/aaaa Fecha Resolución: dd/mm/aaaa  
 Capital suscrito: dd/mm/aaaa

**INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA**

**BOMBEROS (Factores riesgo)**

Área del local (m<sup>2</sup>): \_\_\_\_\_ Nro. Personas que trabajan: \_\_\_\_\_  
 Material que utiliza o almacena: \_\_\_\_\_ Nro. Personas ocasionales: \_\_\_\_\_  
 Madera, papel, ropa, similares  Materias Comburentes y Peróxidos orgánicos  
 Materiales y objetos explosivos  Materias Tóxicas y Materias Infecciosas  
 Líquidos o gases inflamables  Materiales radiactivos y/o Materias corrosivas  
 Productos almacenados en palets de madera o cartón corrugado.  Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación.  
 GLP (Cilindro de gas) No. de 15kg \_\_\_\_\_ No. de 30kg \_\_\_\_\_ Total cilindros \_\_\_\_\_

**TURISMO**

Agencias de viaje  Casinos y Salas de juego  
 Transporte Turístico  Intermediación  
 Alojamiento  Recreación, diversión y esparcimiento  
 Alimentos y bebidas  Registro Turístico No: \_\_\_\_\_  
 Categoría Turística: \_\_\_\_\_ Tipo: \_\_\_\_\_

**AMBIENTE**

Registro Ambiental No. \_\_\_\_\_  
 Agricultura: Superficie cultivada \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>  
 Producción animal: Especie \_\_\_\_\_ cantidad \_\_\_\_\_  
 Faenamiento de aves de corral: Especie \_\_\_\_\_ cantidad \_\_\_\_\_  
 Explotación de minas y canteras  Manufacturas / Servicios Especializados  
 Industria  Servicios  
 Comercio al por mayor  Comercio al por menor  
 Ingresos totales de la Declaración impositiva anual realizada al SR:  Menor a 520.000 USD  
 Mayor a 520.000 USD

**SALUD ( Competencias A.M. 719 / R.O. 182 / 06-01-2006)**

Salas de cine  Clubes deportivos privados  
 Salones de juegos electrónicos  Plazas de toros  
 Salones de billar y billares  Recolección de Basura  
 Estadios o Coliseos

**IDENTIFICACION DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN)**

(Quo fin exclusivo es la divulgación y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento).

**LEYENDA**

Largo	Ancho	Altura sobre el nivel de la acera	Tipo de material	Ubicación del rótulo	Local
_____	_____	_____	_____	Tamaño de la fachada _____ m <sup>2</sup>	<input type="checkbox"/> Propio
_____	_____	_____	_____	Adosado a la fachada frontal _____ m <sup>2</sup>	<input type="checkbox"/> Arrendado
_____	_____	_____	_____	Adosado a la pared medianera _____ m <sup>2</sup>	
_____	_____	_____	_____	Adosado a la pared lateral _____ m <sup>2</sup>	

**DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO**

Parroquia \_\_\_\_\_ Calle principal \_\_\_\_\_ Número \_\_\_\_\_ Calle secundaria \_\_\_\_\_  
 Edificio \_\_\_\_\_ Piso \_\_\_\_\_ Oficina / Departamento \_\_\_\_\_ Sector o Referencia para ubicación \_\_\_\_\_  
 Teléfono 1 \_\_\_\_\_ Teléfono 2 \_\_\_\_\_ e-mail \_\_\_\_\_ Horario de su preferencia para visita de inspecciones \_\_\_\_\_

**\* DECLARACIÓN JURADA / PETICIÓN DE INSPECCIÓN**

DECLARO BAJO JURAMENTO, Que la información consignada es verídica y corresponde a la realidad, que actúo de buena fe y que; (i) cumplo con la Ordenanza 308 sancionada el 31 de marzo de 2010, que establece el régimen administrativo de la LUAE; (ii) cumplo con las Reglas Técnicas aplicables a la actividad económica para la cual solicito licenciamiento; y, que constan determinadas en los Anexos siguientes de la Ordenanza: 1 (en materia de compatibilidad y uso de suelo); 2 (en materia de sanidad); 3 (en materia de seguridad y prevención de incendios); 4 (en materia de publicidad exterior "rótulo"); 5 (en materia ambiental, para los casos en que no sea necesaria la Licencia Ambiental); y, 6 (en materia de turismo, para el caso de actividades económicas del sector turístico).

Brindaré todas las facilidades necesarias a los órganos de control, funcionarios competentes y entidades colaboradoras, para el ejercicio de las potestades de control, INSPECCIÓN y la verificación del cumplimiento de las Reglas Técnicas y de ser el caso adjuntaré información específica.

**CROQUIS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO**

Grafique con las mejores referencias posibles la ubicación del establecimiento. Identifique calles, avenidas, edificios, etc.

Yo, \_\_\_\_\_ portador(a) del documento de identificación No. \_\_\_\_\_, por mis propios derechos (o en legal representación de la persona jurídica identificada líneas arriba) tengo conocimiento: (1) que la LUAE se entiende otorgada dejando a salvo las potestades de la autoridad pública y los derechos de terceros; y, no podrá ser invocada para excluir o disminuir la responsabilidad en que hubiere incurrido en el ejercicio de la actividad económica autorizada; y, (2) que la LUAE podrá ser extinguida en cualquier momento por la Autoridad Administrativa Chargeada, cuando hubiere sido otorgada sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables; por lo cual, en caso de que se demuestre a través de los procedimientos de verificación y control de que he proporcionado información no verídica, la LUAE podrá ser extinguida, de oficio o a petición de parte, independientemente de la imposición de sanciones a que hubiere lugar.

Nota. La información presentada no podrá tener enmendadura o corrección alguna.

FIRMA TITULAR LUAE / REPRESENTANTE LEGAL \_\_\_\_\_ FIRMA RESPONSABLE (SERVIDOR MUNICIPAL) \_\_\_\_\_  
 C.C. / PASAPORTE \_\_\_\_\_ FECHA (dd/mm/aaaa) \_\_\_\_\_ NOMBRE RESPONSABLE (SERVIDOR MUNICIPAL) \_\_\_\_\_

Formulario gratuito \* El presente formulario se constituye en una Declaración Jurada en el caso en que la información registrada genere el Procedimiento Administrativo Simplificado; caso contrario para los Procedimientos Administrativos Ordinario y Especial se define como una solicitud de inspección y presentación de información respectivamente. Página 1/2

PERSONA NATURAL		PERSONA JURÍDICA U OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD							
Nombre completo:		Nombre completo del Representante Legal:							
No. C.I.		No. C.I. Representante Legal:							
PARA ARTESANO: Acuerdo Ministerial No. _____ Calificación Artesanal No. _____ Fecha de Resolución: _____ (dd/mm/aa)		No. Resolución: _____ Fecha de Resolución: _____ (dd/mm/aa) Capital Suscrito _____							
INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA									
Actividad Económica _____									
<b>Marque con una X en el material que utiliza</b> <input type="checkbox"/> Madera, papel, ropa, similares <input type="checkbox"/> Líquidos o gases inflamables <input type="checkbox"/> Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado. <input type="checkbox"/> Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado. <input type="checkbox"/> Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación: Dimensiones del local (m2) _____		<b>CANTIDAD</b> <table border="1"> <tr> <th>Pequeña</th> <th>Mediana</th> <th>Grande</th> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>		Pequeña	Mediana	Grande			
Pequeña	Mediana	Grande							
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO									
Calle Principal _____		Calle Secundaria _____							
Edificio _____		Piso _____							
Parroquia: _____		Letra - Número _____							
Teléfono 1: _____		Teléfono 2: _____							
Sector o Referencia para ubicación _____		E-mail: _____							
INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR									
En caso de requerir permiso para publicidad exterior (rótulo) por favor completar la siguiente información:									
Local propio <input type="checkbox"/> Local arrendado <input type="checkbox"/>		Altura sobre el nivel de la acera _____							
Leyenda _____	Largo _____	Ancho _____	Tipo de Material _____						
UBICACIÓN DEL RÓTULO		TIPO DE RÓTULO							
Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared medianera	Adosado a la pared lateral	Rótulo	Mural	Vallas	Bandera	Paneles Estáticos	Módulos	Otro (especifique)
CROQUIS DE UBICACIÓN									
N									
O									
E									
S									
Sres. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito:									
Por medio de la presente, el suscrito afirma conocer la obligatoriedad de cumplir con la normativa legal vigente para Licencia Metropolitana de Funcionamiento; así como las Ordenanzas correspondientes a Ambiente, Publicidad Exterior, Patentes, Control y Prevención de Incendios y Salud.									
FIRMA: _____					FUNCIONARIO RESPONSABLE: _____				
NOMBRE: _____					FECHA: _____				
C.I. _____					No. TRÁMITE: _____				

NEOAUTO S.A.



FACTURA PROFORMA NEO-Nro.001  
GRAND I10 1.2

FECHA: 25 de marzo de 2015  
CAPACIDAD: 5 PASAJEROS

MODELO: GRAND I10 1.2

AÑO: 2015



**MOTOR**

Tipo: DUAL CVVT  
Nº de válvulas: 16 válvulas DOHC  
Cilindraje: 1.250 CC  
Potencia: 86/6.000  
Torque: 11,6/4.000

**DIRECCIÓN**

Sistema: MDPS (Asistida con motor electrónico)

**TRANSMISIÓN**

Tipo: Manual  
Velocidad: 5 + Reversa

**SUSPENSIÓN**

Delantera: Mac Pherson  
Posterior: Barras de torsión tubulares unidas

10 de Agosto S/N y 6 de Diciembre Tlf: 3974-900 Quito – Ecuador

## NEOAUTO S.A.



Amortiguadores: A gas  
Especificación: Alta / Reforzada

### AROS/LLANTAS

Aros: Aleación 4,0B \* 14"  
Llantas : 165 / 65 R14

### FRENOS

Sistema: Doble diagonal/ Servo asistida  
Delanteros: Discos ventilados 14"  
Posteriores: Tambores 8"  
Estacionamiento: Cable a ruedas posteriores

### VERSION 1.2 FULL EQUIPO

**Equipamiento interior:** apertura tapa de combustible desde el interior, bloqueo central, asientos delanteros deslizables y reclinables, asientos posteriores abatibles, apoya cabeza posteriores, volante regulable en altura, vidrios electrónico, retrovisores eléctricos, neblineros, radio + cd + mp3 +aux + 4 parlantes, control de audio en volante, bluetooth, sistema eco drive de cambios sugeridos, tapicería mixta, botón de encendido, aire acondicionado.

**Equipamiento exterior:** alerón posterior con tercera luz de freno, espejos exteriores color de la carrocería, espejos exteriores con ajuste eléctrico desde el interior, luces direccionales en espejos laterales, guardachoque frontal y posterior color de la carrocería sensor de retro, sensor de retro, halógenos, pluma posterior, manijas exteriores cromadas, dispositivo satelital.

**SEGURIDAD:** Doble airbag, barras laterales en puertas contra impactos, carrocería con deformación programada, cinturones de seguridad delanteros de 3 puntos y posteriores de 3 puntos (x2), 2 puntos (x1), estructura monocasco.

Precio de venta: \$ 21.990,00

### FINANCIADO

Entrada: \$ 5.500,00  
60 meses: \$ 469,74  
48 meses: \$ 544,36  
36 meses: \$ 671,73

La cuota calculada incluye dos años de seguro



La más grande distribuidora de Maquinaria para la Industria de la Confección

**PROFORMA N° 3186**

**Cliente:** Lorena Tito  
**Fecha:** 23 de Marzo 2015

A pedido expreso de el cliente(a) ponemos a su consideración la siguiente cotización

COD	CANT	DETALLE	P. UNIT	P. TOTAL
06-084	1	Maquina industrial para cortar tela de 8 pulgadas nuevas de paquete.caracteristicas.modelo: czd-3amperaje: 6.6voltaje: 110 v.velocidad: 3000 r/ min.poder: 550w.incluye.1 cuchilla de repuesto.2 bandas lijadoras.herramienta para mantenimiento.afilador automático.prensador de tela en el momento del corte. contamos con todos los repuestos de la cortadora.esta cortadora es de uso industrial de alto rendimiento.garantía un año por defectos de fábrica, no por mal uso.	223,21	223,21
<b>SON:</b> Docientos cincuenta dólares con 00/100			<b>SUMAN</b>	223,21
			<b>IVA 12%</b>	26,79
			<b>VALOR TOTAL</b>	250,00

**Nota:** Los valores dados en esta proforma pueden variar sin previo aviso, la proforma tiene una validez de 45 días a partir de su envío.

**Juan Venegas B**

Dir.: Av. De La Republica Oe2-61 y Bourgeois - Telf.: (593-2) 2465-227 . (593-2) 2242-367 - www.indexcorpclatda.com  
Quito - Ecuador



La más grande distribuidora de Maquinaria para la Industria de la Confección

**PROFORMA N° 3185**

**Cliente:** Lorena Tito  
**Fecha:** 23 de Marzo 2015

A pedido expreso de el cliente(a) ponemos a su consideración la siguiente cotización

COD	CANT	DETALLE	P. UNIT	P. TOTAL
02-0144	1	Maquina de coser tipo interlock Marca Jack de cama plana. De dos o tres agujas, con recubrimiento arriba y abajo o solo abajo. Altura maxima del pie de 5 y 8 mm. Velocidad maxima de 6000 RPM (en promedio). Lubricación automática. Largo de puntada de 1,2 a 3,6 mm. Submodelos: Universal (doblado, recubridora y collarete), collarete, y elastico con refilador derecho. Diversos aparatos disponibles como: Cortadores de hilo, medidores de elastico, levantadores de pie y cortadores de cinta.	2.232,14	2.232,14
<b>SON:</b> Dos mil quinientos dólares con 00/100			<b>SUMAN</b>	2.232,14
			<b>IVA 12%</b>	267,86
			<b>VALOR TOTAL</b>	2.500,00

**Nota:** Los valores dados en esta proforma pueden variar sin previo aviso, la proforma tiene una validez de 45 días a partir de su envío.

**Juan Venegas B**

Dir.: Av. De La Republica Oe2-61 y Bourgeois - Telf.: (593-2) 2465-227 . (593-2) 2242-367 - www.indexcorpclatda.com  
Quito - Ecuador



**PROFORMA N° 3187**

**Cliente:** Lorena Tito  
**Fecha:** 23 de Marzo 2015

A pedido expreso de el cliente(a) ponemos a su consideración la siguiente cotización

COD	CANT	DETALLE	P. UNIT	P. TOTAL
03-012	1	Mesa de planchar con calefaccion, aspiracion y soplado con caldera de vapor automatica marca rotondi modelo 388 smc	714,29	714,29
<b>SON:</b> Ochocientos dólares con 00/100			<i>SUMAN</i>	714,29
			<i>IVA 12%</i>	85,71
			<i>VALOR TOTAL</i>	800,00

**Nota:** Los valores dados en esta proforma pueden variar sin previo aviso, la proforma tiene una validez de 45 días a partir de su envío.

**Juan Venegas B**

Dir.: Av. De La Republica Oe2-61 y Bourgeois - Telf.: (593-2) 2465-227 . (593-2) 2242-367 - www.indexcorpcltda.com  
Quito - Ecuador

## PROCESO DEL BORDADO

### Paso 1 Corte De Tela



### Paso 2 Dibujo



### Paso 3 Bordado



### Producto terminado mantel



### Producto terminado tapete



### Producto terminado camisas

