



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTO DE TITULACION PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERO COMERCIAL**

**AUTOR: TIERRA GUERRERO VÍCTOR HUGO**

**TEMA: “Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio y comercialización con carácter asociativo, popular y solidario para las productoras artesanales de sacos de lana de borrego, como alternativa para mujeres jefas de hogar del sector rural de la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi”**

**DIRECTOR: Dr. MARCO ANTONIO SOASTI VEGA**

**CODIRECTOR: ECON. PABLO HERNÁN ROBAYO REMACHE.,MBA**

**SANGOLQUÍ, DICIEMBRE DE 2014**

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE

INGENIERÍA COMERCIAL

## **CERTIFICADO**

Dr. Marco Soasti. y Econ. Pablo Robayo., MBA

### **CERTIFICAN**

Que el trabajo titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN CON CARÁCTER ASOCIATIVO, POPULAR Y SOLIDARIO PARA LAS PRODUCTORAS ARTESANALES DE SACOS DE LANA DE BORREGO, COMO ALTERNATIVA PARA MUJERES JEFAS DE HOGAR DEL SECTOR RURAL DE LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”**, realizado por Víctor Hugo Tierra Guerrero, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE.

Debido a que concluyó a satisfacción la tesis, cumpliendo las disposiciones institucionales, metodología y técnicas requeridas para su ejecución, si recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de dos documentos empastados y dos discos compactos los cuales contienen los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF).

Autorizan a Víctor Hugo Tierra Guerrero, que lo entregue al Econ. Pablo Robayo, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, Diciembre de 2014

Dr. Marco Antonio Soasti Vega

**DIRECTOR**

Econ. Pablo Hernán Robayo.,MBA

**CODIRECTOR**

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Víctor Hugo Tierra Guerrero:

DECLARO QUE: El proyecto de grado denominado “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN CON CARÁCTER ASOCIATIVO, POPULAR Y SOLIDARIO PARA LAS PRODUCTORAS ARTESANALES DE SACOS DE LANA DE BORREGO, COMO ALTERNATIVA PARA MUJERES JEFAS DE HOGAR DEL SECTOR RURAL DE LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI**”, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, Diciembre de 2014

---

Víctor Hugo Tierra Guerrero

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE  
INGENIERÍA COMERCIAL

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Víctor Hugo Tierra Guerrero:

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN CON CARÁCTER ASOCIATIVO, POPULAR Y SOLIDARIO PARA LAS PRODUCTORAS ARTESANALES DE SACOS DE LANA DE BORREGO, COMO ALTERNATIVA PARA MUJERES JEFAS DE HOGAR DEL SECTOR RURAL DE LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, Diciembre de 2014

---

Víctor Hugo Tierra Guerrero:

## **DEDICATORIA**

A Dios, que ha iluminado mi camino y guiado para afrontar los retos que se presentan en el transcurso de mi vida.

A mi Esposa Gloria Liliana y mi hija Isabella Valentina por su amor y apoyo incondicional.

A mis Padres que han inculcado en mí los buenos ejemplos para ser una persona de bien.

A todas las mujeres víctimas de violencia intrafamiliar, que motivaron este trabajo.

Víctor Hugo Tierra Guerrero

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por acompañarme y guiarme a lo largo de mi vida, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mis padres Jaime Eduardo y Bertha Isabel, por inculcarme esos valores de honestidad, transparencia, lealtad y sobretodo la humildad y sencillez para afrontar los caminos de la vida.

Le agradezco la confianza, apoyo y dedicación de tiempo a mis profesores, por haber compartido sus conocimientos y sobre todo su amistad.

Víctor Hugo Tierra Guerrero

## ÍNDICE

CERTIFICADO .....	i
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	ii
AUTORIZACIÓN .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
ÍNDICE .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiv
ABSTRACT .....	xvi
CAPÍTULO I .....	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.2 ANÁLISIS Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	2
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....	3
1.4 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA .....	3
1.4.1 Para la empresa u organización .....	3
1.4.2 Para los clientes .....	5
1.4.3 Para quien ha culminado su periodo Académico .....	6
1.4.4 Para la Universidad de las Fuerzas Armadas. (ESPE) .....	6
1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION .....	7
1.5.1 OBJETIVO GENERAL .....	7
1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	7
1.6 MARCO JURÍDICO .....	8
1.6.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR .....	9
1.6.2 EL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR .....	10
1.6.3 LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA .....	11
1.6.4 INSTITUTO NACIONAL DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA .....	12
1.7 ESTUDIOS RELACIONADOS .....	13

1.8	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	16
	CAPÍTULO II .....	18
2.1	DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO .....	18
2.2	OBJETIVOS .....	18
2.2.1	Objetivo General .....	18
2.2.2	Objetivos específicos .....	18
2.3	DEFINICIÓN DE MERCADO .....	19
2.3.1	Mercado .....	19
2.3.2	Estructura del Mercado .....	20
2.4	IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	24
2.4.1	Identificación de los tejidos de lana de borrego.....	26
2.4.2	Usos del Producto .....	35
2.4.3	Productos complementarios/sustitutos .....	36
2.5	NORMATIVIDAD SANITARIA, TÉCNICA Y COMERCIAL .....	37
2.5.1	Ley de Economía popular y solidaria .....	37
2.5.2	Instituto nacional de Economía Popular y Solidaria.....	38
2.6	ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	38
2.6.1	Segmentación del Mercado.....	38
2.6.2	Matriz de segmentación de mercados .....	39
2.6.3	Metodología de la Investigación .....	39
2.6.4	Tamaño del Universo .....	40
2.6.5	Tamaño de la muestra .....	40
2.6.6	Diseño de instrumentos de investigación.....	41
2.6.7	Resultados de las encuestas realizadas a los compradores de sacos ..	45
2.6.8	La demanda actual .....	61
2.6.9	Demanda Potencial .....	62
2.6.10	Demanda Real .....	63
2.6.11	Demanda Efectiva .....	63
2.6.12	Proyección de la demanda.....	65
2.7	ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	65
2.7.1	Proyección de la oferta.....	66
2.8	DEMANDA INSATISFECHA .....	67



CAPÍTULO III .....	68
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO .....	68
3.1.1 Factores Determinantes del Tamaño .....	68
3.1.2 Capacidad Instalada .....	69
3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	70
3.2.1 Macro Localización .....	70
3.2.2 Micro Localización .....	71
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	72
3.3.1 El Proceso de Producción.....	72
3.4 REQUERIMIENTO DE RECURSOS .....	74
3.4.1 Recursos físicos .....	74
3.4.2 Requerimientos de Personal.....	74
3.4.3 Requerimientos de Materiales y Servicios .....	74
3.5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA .....	75
CAPITULO IV .....	76
4.1 LA ASOCIACIÓN .....	76
4.1.1 Nombre o Razón Social .....	76
4.1.2 Constitución de la Asociación.....	77
4.2 BASE FILOSÓFICA DE LA ASOCIACIÓN .....	77
4.2.1 Misión .....	77
4.2.2 Visión .....	78
4.2.3 Estrategia de Asociación.....	78
4.2.4 Objetivos Estratégicos.....	78
4.2.5 Principios y Valores .....	79
4.3 LA ORGANIZACIÓN .....	79
4.3.1 Organigrama Estructural .....	80
4.3.2 Organigrama Funcional.....	81
CAPÍTULO V .....	82
5.1 GENERALIDADES .....	82
5.2 INVERSIÓN TOTAL .....	82
5.2.1 Activos Fijos .....	83
5.2.2 Activos Diferidos .....	83

5.2.3	Capital de Trabajo .....	84
5.3	FINANCIAMIENTO .....	85
5.3.1	Tabla de Amortización Deuda Bancaria .....	85
5.4	PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	86
5.4.1	Fijación del Precio .....	86
5.4.2	Presupuesto de Ventas.....	87
5.5	PRESUPUESTO DE GASTOS .....	87
5.5.1	Presupuesto de Gastos del Proyecto.....	90
5.6	PUNTO DE EQUILIBRIO .....	91
5.6.1	Clasificación de Costos y Gastos .....	91
5.6.2	Cálculo del Punto de Equilibrio .....	92
5.7	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA .....	93
5.7.1	Estado de Resultados.....	93
5.7.2	Estado de Flujo de Efectivo .....	95
5.8	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	97
5.8.1	Costo Promedio Ponderado de Capital .....	97
5.8.2	Tasa Mínima Aceptable de Rentabilidad (TMAR).....	98
5.8.3	Valor Actual Neto (VAN).....	99
5.8.4	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	100
5.8.5	Relación Beneficio/Costo.....	101
5.8.6	Período de Recuperación de la Inversión.....	101
5.8.7	Análisis de Sensibilidad .....	102
	CAPÍTULO VI .....	103
6.1	CONCLUSIONES .....	103
6.2	RECOMENDACIONES .....	104
	BIBLIOGRAFÍA .....	105
	ANEXOS .....	107

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Modelos y Diseños .....	26
Tabla 2: Precios de venta por producto .....	27
Tabla 3: Proceso de Producción de Sacos de lana .....	30
Tabla 4: Cuadro de medidas referenciales de producción .....	30
Tabla 5: Presentación del producto por unidad o pieza individual .....	35
Tabla 6: Matriz segmentación de mercados .....	39
Tabla 7.- Tamaño del universo .....	40
Tabla 8.- Utilidad .....	45
Tabla 9.- Preferencia por los sacos de lana de borrego .....	46
Tabla 10.- Tipo .....	47
Tabla 11.- Tipos de prendas .....	48
Tabla 12.- Preferencia por sacos de lana .....	49
Tabla 13.- Preferencia de compra .....	50
Tabla 14.- Características del producto .....	51
Tabla 15.- Frecuencia de compra .....	52
Tabla 16.- Factor de decisión de compra .....	54
Tabla 17.- Demanda del producto .....	55
Tabla 18.- Proveedor fijo .....	56
Tabla 19.- Formas de adquisición .....	57
Tabla 20.- Precio .....	58
Tabla 21. Plaza .....	59
Tabla 22. Plaza .....	60
Tabla 23: Consumo per cápita de sacos de lana de borrego .....	64
Tabla 24: Demanda actual efectiva de sacos de lana de borrego .....	64
Tabla 25: Proyección de la demanda .....	65
Tabla 26: Oferta actual sacos de lana de borrego .....	66
Tabla 27: Proyección de la oferta de sacos de lana de borrego .....	66
Tabla 28: Demanda insatisfecha .....	67
Tabla 29: Capacidad instalada del proyecto .....	69
Tabla 30: Inversión total .....	82
Tabla 31: Inversión en Activos Fijos .....	83
Tabla 32: Inversión en Activos Diferidos .....	84
Tabla 33: Inversión en Capital de Trabajo .....	84
Tabla 34: Financiamiento .....	85
Tabla 35: Amortización Préstamo Bancario .....	86
Tabla 36: Fijación precio de venta .....	86
Tabla 37: Presupuesto de Ventas .....	87
Tabla 38: Gastos del Proyecto .....	88
Tabla 39: Depreciación Activos Fijos .....	88

Tabla 40: Valores Depreciación Activos Fijos .....	89
Tabla 41: Amortización Activos Diferidos .....	90
Tabla 42: Presupuesto de Gastos .....	90
Tabla 43: Clasificación de Costos y Gastos .....	92
Tabla 44: Estado de Resultados .....	94
Tabla 45: Estado de Flujo de Efectivo .....	96
Tabla 46: Costo Promedio Ponderado de Capital .....	98
Tabla 47: Tasa Mínima Aceptable de Rentabilidad .....	99
Tabla 48: Cálculo $T_i$ y $T_s$ .....	100
Tabla 49: Análisis de sensibilidad .....	102

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Instrumentos para el tejido .....	33
Gráfico N° 2. Selección de la lana .....	34
Gráfico N° 3.- Utilidad .....	45
Gráfico N° 4.- Preferencia .....	46
Gráfico N° 5.- Tipo .....	47
Gráfico N° 6.- Tipos de prendas .....	48
Gráfico N° 7.- Preferencia por sacos de lana .....	50
Gráfico N° 8.- Preferencia de compra .....	51
Gráfico N° 9.- Características del producto .....	52
Gráfico N° 10.- Frecuencia de compra .....	53
Gráfico N° 11.- Factor de decisión de compra .....	54
Gráfico N° 12.- Demanda del producto .....	55
Gráfico N° 13.- Proveedor fijo .....	56
Gráfico N° 14.- Formas de adquisición .....	57
Gráfico N° 15.- Precio .....	58
Gráfico N° 16.- Plaza .....	59
Gráfico N° 17.- Promoción .....	60

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Espina de pescado de ISHIKAWA .....	2
Ilustración 2: Mapa de la Provincia de Carchi .....	70
Ilustración 3: Mapa del Cantón Tulcán y sus parroquias .....	71
Ilustración 4: Diagrama de Flujo del Proceso de Producción .....	73
Ilustración 5: Distribución de la planta .....	75
Ilustración 6: Organigrama estructural .....	80
Ilustración 7: Organigrama funcional .....	81

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene la finalidad principal de hacer uso de las bondades de la Ley de Economía Popular y Solidaria para proponer el **“Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio y comercialización con carácter asociativo, popular y solidario para las productoras artesanales de sacos de lana de borrego, como alternativa para mujeres jefas de hogar del sector rural de la ciudad de Tulcán, Provincia del Carchi** y mediante la conformación de la Asociación, encontrar en la Economía Popular y Solidaria el apoyo necesario para que, un grupo de mujeres jefas de hogar, que han tenido que enfrentar múltiples obstáculos y calamidades, en su afán de sacar su hogar adelante, sin contar con un trabajo, sin contar con un esposo que enfrente este tipo de responsabilidades; tengan la oportunidad de emprender en un proyecto que les signifique la garantía de tener un ingreso seguro, con el cual puedan solventar los gastos que un hogar requiere. Para efectos de realizar la presente propuesta, con las características propuestas, esto es que cumpla con los requerimientos de ser asociativa y solidaria, se han cumplido con ciertos pasos previos, mediante los cuales se ha podido determinar la necesidad de plantear la realización del proyecto en la parroquia rural de Julio Andrade, una localidad con una gran actividad económica basada en la siembra, cosecha y comercialización de la papa, pero que en dicha actividad la participación de la mujer está centrada a la explotación de su fuerza de trabajo, ya que únicamente se las utiliza para la cosecha, recibiendo por su actividad míseros ingresos por labores de hasta 10 horas al día. Las razones expuestas han motivado al investigador a realizar la propuesta, desde luego que la misma deberá cumplir con los requerimientos necesarios, basados en un estudio contextual muy minucioso, con objetivos claros, cumpliendo con la parte legal y mediante el estudio de mercado objetivo, con lo que la propuesta sea aplicable y tenga los réditos que el investigador propone, confirmando en la práctica la existencia de la demanda de prendas tejidas en lana de borrego, la misma que va a ser satisfecha con la producción que la asociación proponga y en base a la oferta de productos de mejor calidad, mejores diseños y acabados, como también, mediante un sistema de comercialización más adecuada a la realidad del medio, como de la asociación emprendedora. Mediante el estudio técnico se definió el tamaño, la localización y el proceso de comercialización a

implementarse; así como los medios y recursos necesarios. Los resultados obtenidos demuestran la factibilidad de la creación de la asociación, como centro de acopio, y la inversión estimada del proyecto. La conformación de la asociación de productoras artesanales de sacos de lana de borrego, será una organización de derecho privado y estará regulada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Con el estudio económico y financiero se demuestra una rentabilidad razonable para la asociación, la misma que beneficiará a las integrantes y sus familias. Finalmente el proyecto es factible, viable y ejecutable ya que generará rentabilidad, oportunidades de trabajo y contribuye con el desarrollo económico de la comunidad y en especial de las mujeres jefas de hogar de la parroquia de Julio Andrade.

**PALABRAS CLAVES: CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACION, CARÁCTER ASOCIATIVO, POPULAR Y SOLIDARIO, ALTERNATIVA, MADRES JEFAS DE HOGAR, OPORTUNIDAD DE EMPRENDER**



## ABSTRACT

The present work has the primary purpose of making use of the benefits of the Law of Popular and Solidarity Economy to propose the "The feasibility project to create a storage center and marketing with associative, popular and solidary character for craft producers sheep wool coats, as an alternative for women heads of households in the rural sector of the city of Tulcán, Carchi Province and through the formation of the Association to found on the popular and Solidarity Economy the necessary support to a group of women heads of households, who have had to face many obstacles and calamities, in their eagerness to get home on without a job, without a husband who faces these responsibilities. With this project they will have the opportunity to undertake on a project that means they're guaranteed to have a secure income to pay the expenses that a household requires. For purposes of making this proposal, with the desired properties, so that it meets the requirements to be associative and solidary, certain preliminary steps have been met, through them we have determined the need to establish the project in Julio Andrade's rural parish , a town with a major economic activity based on planting, harvesting and marketing of potatoes, but in such activity women's participation is focused on the exploitation of their labor, since they are only used for picking, receiving wretched incomes for work of more than ten hours a day. The above reasons have motivated the researcher to carry out the proposal, of course, it will fulfill the necessary requirements based on a very thorough background study, with clear objectives, complying with the legal requirements and by studying the target market, with which the proposal applies and has revenues that the researcher proposes, confirming in practice the existence of demand for sheep wool woven garments, the same to be satisfied with the production that the association proposes based on offering better quality products, better designs and finishes, as well as through a more suitable marketing system according to the medium and the enterprising association. Through technical study, the size, location and the marketing process was defined; as well as the necessary means and resources. The obtained results demonstrate the feasibility of the creation of the association and distribution center and the estimated project investment. The formation of the association of craft producers of sheep wool coats will be an

organization of private law and will be governed by the Superintendence of Popular and Solidarity Economy. With economic and financial study a reasonable profit for the association, it will benefit the members and their families are demonstrated. Finally the project is feasible, viable and executable as it will generate profitability, job opportunities and contribute to the economic development of the community and especially the female heads of household in Julio Andrade's parish.

**KEYWORDS:** COLLECTION CENTER AND MARKETING, ASSOCIATION, AND UNITED POPULAR CHARACTER, ALTERNATIVE, MOTHERS HEADS OF HOUSEHOLD, OPPORTUNITY TO UNDERTAKE.

## **CAPÍTULO I**

### **1. GENERALIDADES**

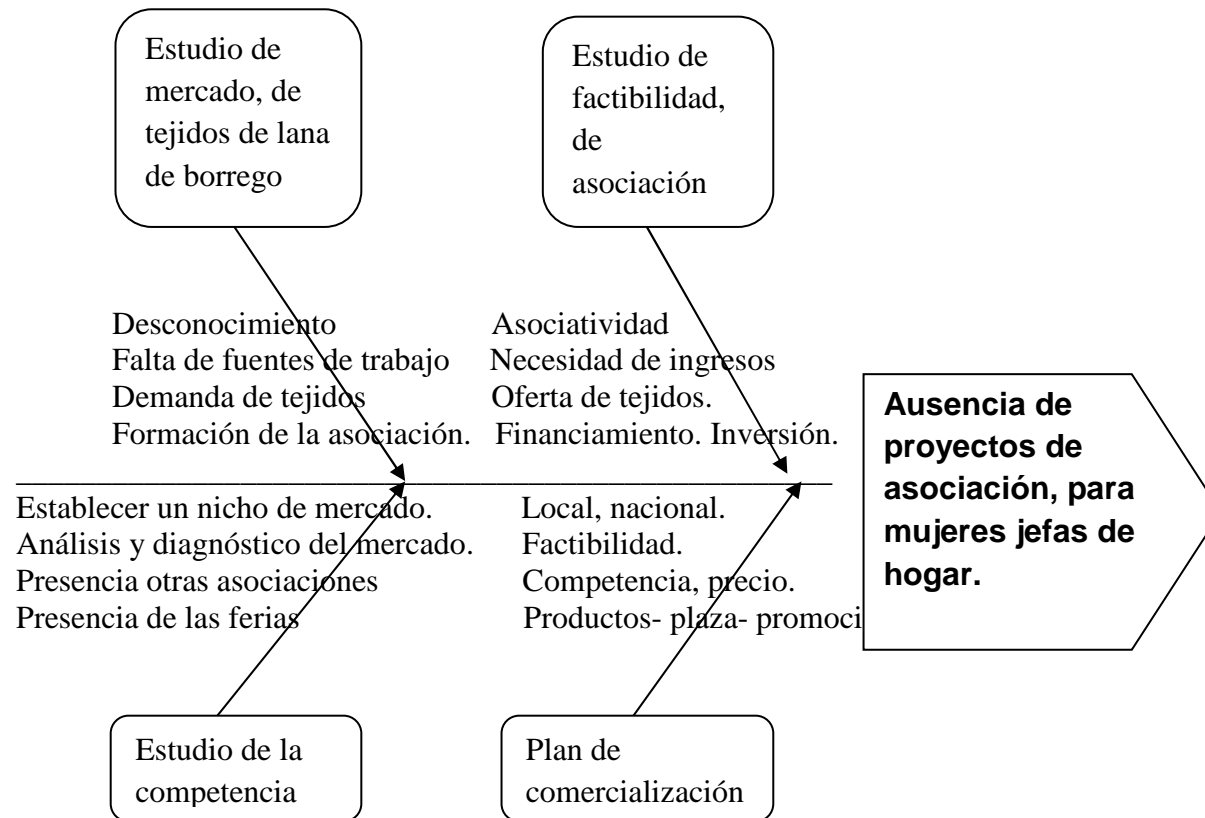
#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Debido a los problemas económicos que atraviesan los habitantes de la ciudad de Tulcán, por la falta de fuentes de trabajo, el proyecto de creación de un centro de acopio y comercialización, con carácter asociativo, de tejidos de lana de borrego, es una gran alternativa que se les presenta principalmente a mujeres jefas de hogar del sector rural de la ciudad de Tulcán, que específicamente se localiza en la parroquia de Julio Andrade, donde su actividad económica gira alrededor de la siembra, cosecha y comercialización de la papa.

Este proyecto de carácter asociativo se desarrolla en la parroquia de Julio Andrade ya que en esta parroquia se desarrolla el comercio y el intercambio de productos entre Colombia y Ecuador, por ser ciudades y pueblos fronterizos. La parroquia tiene una característica poblacional a su favor, ya que su área geográfica es más amplia en comparación a otras parroquias rurales del cantón, donde su economía principal es la comercialización de la papa.

Las mujeres que viven en el campo tienen como única actividad el cultivo y cosecha de la papa, tanto en terrenos propios o ajenos, por esta razón es una gran oportunidad que se les presenta para diversificar de alguna manera sus actividades productivas, mediante la conformación de la asociación de tejidos de lana de borrego y su comercialización, con lo cual y con un correcto manejo de los fondos y recursos que genere esta actividad, ellas puedan solventar gastos que demanda la alimentación, educación, vestuario de sus respectivas familias que no cuentan con un jefe de hogar o padre.

## 1.2 ANÁLISIS Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA



**Ilustración 1: Espina de pescado de ISHIKAWA**

### **1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

La realización de un estudio de factibilidad para la formación de una asociación para el tejido, acopio y comercialización de tejidos de lana de borrego, por parte de las mujeres jefas de hogar de la parroquia de Julio Andrade del cantón Tulcán, contribuirá a mejorar su actual condición económica y a disminuir los índices de pobreza por la falta de fuentes de trabajo.

### **1.4 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA**

#### **1.4.1 Para la empresa u organización**

La asociatividad de las mujeres jefas de familia de la parroquia rural de Julio Andrade, es de gran importancia, al crear un centro de acopio y comercialización, que bajo el enfoque de economía popular y solidaria y con capacitación y asistencia técnica, permita generar mejores condiciones de producción y comercialización de los tejidos de lana de borrego; y que puedan competir con mayor éxito en el mercado, obtener mayores ingresos, mejorar su calidad de vida y contribuir a disminuir los índices de pobreza en las familias por la falta de fuentes de trabajo.

El proyecto planteado tiene trascendencia social, especialmente para las mujeres jefas de hogar del sector donde se realiza éste estudio, quienes económicamente dependen actualmente de las oportunidades que se les brinde por parte de los propietarios de sembríos de papas, las mismas que proporcionan su fuerza laboral, siendo en ocasiones marginadas y maltratadas por los dueños de los papales, por esas razones se considera que es una gran oportunidad que se les presenta a estas mujeres para que puedan realizar otra actividad productiva, mediante la formación de la asociación de economía popular y solidaria, tener una participación más activa y productiva, lo que ayudaría a mejorar los bajos ingresos económicos familiares, mejorar su calidad de vida, y por tanto bajar los índices de pobreza de muchos hogares, acogiéndose a la propuesta que tiene el Gobierno nacional de que los ecuatorianos podamos participar activamente del Buen Vivir.

En el ámbito de la comunidad este tipo de organización económica y social, fortalecerá el desarrollo social y comunitario.

Para el Ecuador es de suma importancia, así lo precisa el Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017) como lo señala el Objetivo No. 8: Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible. (SENPLADES, 2013).

La política pública de profundizar las relaciones del Estado con el sector social solidario a través del fomento de la asociatividad, toma validez en los diferentes encadenamientos productivos donde ejercen su actividad. Es en este contexto, donde se justifica la propuesta, puesto que estas iniciativas de emprendimiento pretenden contribuir al impulso, consolidación y desarrollo de la Economía Popular y Solidaria en el País; y por otra parte, generar oportunidades para que las mujeres que por no tener un sustento económico propio son proclives de ser víctimas de marginación, pueden romper ese círculo de maltrato al participar activamente como entes económica y socialmente autosuficientes.

La realización de la presente investigación es muy conveniente para las personas que conformen la asociación de mujeres de la micro empresa de economía popular y solidaria, los proveedores de materia prima y trabajadoras de la misma, que dependen directamente; y para las familias de las asociadas que serán las principales beneficiadas con esta alternativa que se les presenta a las madres jefas de hogar de la parroquia rural de Julio Andrade, quienes serán las encargadas de organizar todo el proceso de acopio de los productos, que posteriormente serán comercializados en los mercados locales del cantón y la provincia.

Al realizar el estudio de mercados permitirá tener una idea clara de las condiciones reales en las que se desenvolverá la asociación de economía popular y solidaria, se podrá determinar la conveniencia o no de la elaboración y tejido de prendas con lana de borrego, acudiendo también a las experiencias que se tiene en otros sectores de la provincia como es en el sector de Cristóbal Colón, parroquia rural del cantón Montufar. Se podrá establecer las condiciones del mercado y las oportunidades que las asociadas van a tener para competir en él, mediante el conocimiento del entorno donde se ubicaría la asociación y centro de acopio, para

luego proceder a la otra etapa, quizá la más importante, la comercialización de toda la producción que salga del trabajo de las mujeres que pertenecen a la asociación productiva y solidaria, mediante el diseño de un adecuado plan de comercialización, lo que permitiría estimular la demanda de los productos y al mismo tiempo elevar el nivel de ventas y el crecimiento en los ingresos y utilidades para todas las madres asociadas.

#### **1.4.2 Para los clientes**

La actividad que desarrollará la asociación productiva, popular y solidaria, será la de producir, acopiar y comercializar tejidos de lana de borrego; esa actividad tiene relevancia de carácter social, debido a que los principales clientes serán los pobladores hombres y mujeres, primeramente de la parroquia donde se asentará la asociación, como también el cantón Tulcán, y otros cantones de la provincia del Carchi; no se descarta que la producción de tejidos pueda proyectarse hacia Colombia, debido a la ubicación fronteriza que tiene la parroquia de Julio Andrade, y por su tradicional intercambio comercial que se viene dando durante muchos años atrás, incluso por las características similares del clima frío en Tulcán e Ipiales respectivamente, y de las condiciones económicas que se establecen de acuerdo al cambio de la moneda colombiana y ecuatoriana respectivamente.

Además se plantea que el beneficio sea para la comercializadora, sus administradores y propietarios; pues una vez que se realice el estudio de factibilidad, se podrá tener una visión clara del mercado de tejidos en lana de borrego, las preferencias de los clientes potenciales, los mismos que pueden ser ecuatorianos o colombianos, pero que persiguen los mismos objetivos, es decir abastecerse de productos que cubran las necesidades de cobertura corporal, para contrarrestar el clima frío de las dos principales ciudades de Ecuador y Colombia.

### **1.4.3 Para quien ha culminado su periodo Académico**

La realización de la presente investigación es muy conveniente y práctica, el campo de la asociación para la producción, acopio y comercialización de tejidos en lana de borrego, implica facilidad de acceso a la información que se requiera en las diferentes etapas del proceso de desarrollo de la investigación, acudiendo a experiencias reales que existen en otros cantones de la provincia.

La investigación se orienta a los clientes consumidores de productos de este tipo, que cubren una necesidad específica dentro de la parroquia, la ciudad de Tulcán, la provincia en principio, y posteriormente para la zona norte del Ecuador y el sur de Colombia.

Todo lo anteriormente planteado es conveniente para quien está en proceso de realización de la presente investigación, ya que podrá cumplir con los requerimientos de la Universidad, con las normas de elaboración de Tesis, con lo cual podrá optar por la titulación en la carrera de Ingeniería Comercial.

### **1.4.4 Para la Universidad de las Fuerzas Armadas. (ESPE).**

La Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE), será la institución universitaria beneficiaria, la misma que coordinará para que el trabajo mediante la presentación en la plataforma de internet, como un artículo científico, pueda ser consultado en la comunidad científica a nivel nacional e internacional.

Como base para la realización de proyectos de emprendimiento que sean similares o que sirvan como referente para la implementación de asociaciones del mismo tipo en la ciudad de Tulcán o en otras ciudades de nuestro país, como el caso de la asociación, centro de acopio y comercialización de tejidos de lana de borrego en la parroquia rural de Julio Andrade, cantón Tulcán.

La investigación planteada está orientada a obtener información de primera mano, muy valiosa mediante la aplicación de técnicas de recolección de datos, mediante los cuales el investigador pueda establecer conclusiones y recomendaciones



con relación a la factibilidad de formación de la asociación productiva, popular y solidaria de tejidos de lana de borrego, su posicionamiento en el mercado y el crecimiento en los niveles de ingresos y utilidades que se obtengan, en beneficio de las mujeres asociadas y sus respectivas familias, colaborando así al crecimiento de la economía social y solidaria, en el marco del Plan Nacional del Buen Vivir.

El valor teórico estará dado, una vez que se termine la investigación, que se conforme de manera organizada y legal de la asociación de mujeres tejedoras, que se establezcan las condiciones del entorno de la asociación productiva, lo que incidirá en el posicionamiento de la misma; además servirá de elemento de consulta para estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE), como también, de otras universidades del país.

No se debe descartar la información que se pueda obtener de asociaciones del mismo tipo, que ya existen en otros sectores de la provincia, ejemplo, la asociación Tusa Gabal, en la parroquia Cristóbal Colón del cantón Montufar, en la provincia del Carchi, que realizan las mismas actividades, como las que se plantean para la presente investigación.

## **1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

### **1.5.1 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un centro acopio y comercialización con carácter asociativo, popular y solidario, de tejidos de lana de borrego, conformado por madres jefas de hogar, de la parroquia rural de Julio Andrade, cantón Tulcán, provincia del Carchi, para mejorar las condiciones económicas de las familias y contribuir a disminuir los índices de pobreza existentes.

### **1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

-Estructurar un marco teórico de sustento, que determine la factibilidad de asociación, para la elaboración de tejidos de lana de borrego y su comercialización.

-Elaborar un diagnóstico situacional, sobre la situación actual de la producción y comercialización de tejidos de lana de borrego, mediante asociaciones comunitarias, en el cantón Tulcán y la provincia, para determinar si es factible crear la microempresa asociativa.

-Realizar un estudio de mercado que permita caracterizar la oferta, la demanda, la demanda insatisfecha y los procesos de producción, acopio y comercialización de prendas tejidas con lana de borrego, para determinar la línea de producción de la asociación y no entrar en el mercado en desventaja, con otras asociaciones.

-Realizar un estudio técnico para determinar el tamaño, la ubicación y la ingeniería del proyecto de creación de la asociación de economía popular y solidaria, para determinar los costos de inversión en la producción de los tejidos, como también las utilidades posibles en el tiempo.

-Estructurar la asociación productiva solidaria, su misión, visión, principios, valores y estructura orgánica funcional, para iniciar las actividades de producción de tejidos en lana de borrego y su posterior comercialización.

-Demostrar la factibilidad económica y financiera del proyecto de creación de la asociación, de producción, acopio y comercialización de prendas y artículos tejidos con lana de borrego, por las madres jefas de familia, en Julio Andrade, parroquia rural del cantón Tulcán, provincia del Carchi, para determinar costos de producción y la utilidad en el tiempo, para beneficio de las asociadas.

## **1.6 MARCO JURÍDICO**

El nuevo Sistema Económico Social y Solidario vigente en nuestro país, ha implicado la creación de una serie de instrumentos legales que van desde la formulación de una Nueva Constitución, hasta la puesta en vigencia de la ley de Economía Social y Solidaria.

### 1.6.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR

La Constitución de la República señala en el Art.266.- “El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos”:

a) Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.

b) Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.” (...)

Art 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sostenibilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley así lo recoge el Art.366 del mismo cuerpo legal.

En lo que se refiere al importante sector financiero de la economía precisa según el Art. 311 que:

“El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario, y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria”. (Nacional, 2008)

Es decir que actualmente hay garantías establecidas en la Constitución que impulsan y protegen las iniciativas de los sectores asociativos y comunitarios, y fomentan el acceso al financiamiento con un tratamiento especial y diferenciado. (CONSTITUCIÓN POLÍTICA., 2008)

### **1.6.2 EL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR**

El Plan del Buen Vivir 2013-2017, es el instrumento de planificación del Gobierno Nacional que establece 12 estrategias y 12 objetivos nacionales, uno de los cuales el Objetivo No. 8, hace referencia a “Consolidar el sistema económico social y solidario de forma sostenible.” (PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, 2013-2017)

Las políticas constantes en el Objetivo No. 11 son entre otras:

- Impulsar una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de derechos y a la transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción.
- Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.

Este sistema se consolida con los objetivos planteados en el nuevo Plan del Buen Vivir 2013-2017, para el caso de esta investigación en lo que se refiere al fomento de la asociatividad dentro del marco de la economía popular y solidaria, mejorando los mecanismos de negociación y de comercio justo. (PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, 2013-2017)

### **1.6.3 LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

Publicada en el Registro Oficial No. 444 del 11 de mayo del 2011

Art. 3.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto:

**a)** Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado.

**b)** Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay. (LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, 2011)

#### **SECTOR ASOCIATIVO**

**Art. 19.-** Estructura Interna.- La forma de gobierno y administración de las asociaciones constarán en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.

La integración y funcionamiento de los órganos directivos y de control de las organizaciones del sector asociativo, se normará en el Reglamento de la presente Ley, considerando las características y naturaleza propias de este sector. (LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, 2011)

**Art. 20.-** Capital Social.- El capital social de estas organizaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, las ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico.

En el caso de bienes inmuebles obtenidos mediante donación, no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social materia de la donación. (LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, 2011)

**Art. 73.-** Unidades Económicas Populares.- Son Unidades Económicas Populares: las que se dedican a la economía del cuidado, los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad.

Se considerarán también en su caso, el sistema organizativo, asociativo promovido por los ecuatorianos en el exterior con sus familiares en el territorio nacional y con los ecuatorianos retornados, así como de los inmigrantes extranjeros, cuando el fin de dichas organizaciones genere trabajo y empleo entre sus integrantes en el territorio nacional. (LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, 2011)

#### **1.6.4 INSTITUTO NACIONAL DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

Mediante Decreto 1668 del 9 de abril del 2009, se crea el Instituto nacional de Economía Popular, que tiene como misión el fomento y promoción de las personas y organizaciones en el contexto del sistema económico social y solidario.

Dentro de sus objetivos estratégicos se encuentran:

- Crear las condiciones para el desarrollo de los actores de la Economía Popular y Solidaria facilitando su acceso a los factores productivos, mediante la articulación de políticas, normas y acciones que impulsan y ejecutan las Instituciones del Estado, los Gobiernos Autónomos Descentralizados, las Organizaciones Sociales, las Universidades y la Comunidad.
- Generar oportunidades y espacios para el fortalecimiento y dinamización de los procesos de producción, distribución, circulación, financiamiento, comercialización y consumo de bienes y servicios de los actores de la

Economía Popular y Solidaria. (INSTITUTO DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, 2009)

## 1.7 ESTUDIOS RELACIONADOS

Estudios que guardan relación con el proyecto propuesto:

**Tema:** “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización de productos agrícolas en la comunidad el juncal, parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, de la provincia de Imbabura” Bolaños Gudiño María José (2012). Universidad Técnica del Norte.

### **Metodología:**

Para el desarrollo del presente trabajo se ha utilizado técnicas de investigación, considerándose a la información como primaria y secundaria dependiendo de la fuente.

La información primaria es aquella que se obtiene de fuentes directas, como son los beneficiarios directos como indirectos que abarca el proyecto. Para la obtención de la información primaria se utilizaron las siguientes técnicas de investigación:

- Encuestas
- Entrevistas
- Observación directa

Para la obtención de información secundaria se utilizó instrumentos como:

- Documentos
- Revistas
- Periódicos
- Bibliografía especializada
- Internet, entre otros.

### **Análisis**

Del diagnóstico técnico situacional realizado a las comunidades pertenecientes a la parroquia Ambuquí se llega a concluir que existe la necesidad de la creación de

un Centro de Acopio destinado a la comercialización de productos agrícolas que se cultivan en el sector ya que en la actualidad existe descoordinación entre los agricultores de la parroquia en cuanto a planeación y control de ventas; adicionalmente existe gran presencia de intermediarios, aspectos que han influido para su lento desarrollo.

**Tema:** “Creación de empresa comunitaria para la producción y comercialización de azúcar no refinado y orgánico en la Parte Alta, Provincia de El Oro” Sotomayor González Luis Vinicio (2011). Escuela Superior Politécnica Del Litoral.

### **Metodología:**

El proyecto estima obtener todos los objetivos planteados mediante una investigación de mercado del producto que se desea lanzar al mercado enfocado en el consumo local hacer un breve análisis del mercado y el poder de consumo que tendría este producto en el mercado a investigarse.

También estimar una demanda potencial mediante el uso de fuentes de información tanto primarias como secundarias también su fuente de financiamiento que tendría como alcanzar su logística y el personal necesario para emplear en el proyecto y su maquinaria para poder producir. También se tendrá la hipótesis sobre la planeación del proyecto y la producción, logística y el mercadeo, en el que se implementará campañas de aviso sobre el producto.

Una vez realizados los estudios; técnico, de mercado y financiero del proyecto se procederá a determinar el grado de factibilidad del mismo en base a movimientos estadísticos y software matemático usados como el “Cristall Ball”

Para la validación de los objetivos se realizarán encuestas dentro de las zonas de producción y en los sectores residenciales de la población trabajadora. Así mismo se visitarán las zonas urbanas para conocer las características de aceptación del producto en cuanto a precios, calidad, gustos y la proporción estimada de la demanda potencial.



Por otra parte se hará las entrevistas respectivas a los dirigentes gremiales, políticos y personas notables del sector público; para realizar estas entrevistas, se utilizarán los instrumentos asignados en el proyecto de investigación.

Además de los datos de campo, se recogerá información relevante de las instituciones, cámaras, asociaciones, que permitan un acercamiento mayor a la problemática.

### **Análisis**

La inversión inicial por parte de la comunidad cunicultora se cubre holgadamente en menos de dos años por su alta rentabilidad asociada, pero bajo el principio de la asociatividad como estrategia para romper el esquema del intermediario que influye sobre el precio, es decir el proyecto es factible económicamente como socialmente.

**Tema:** “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de artesanías de tagua en la comuna Las Núñez, Provincia de Santa Elena año 2013.” Estibel Gaibor Michelle Carolina (2013). Universidad Estatal Península de Santa Elena.

### **Metodología:**

Las fuentes primarias que sirvieron de base a ésta investigación fueron las siguientes: bibliografía, observaciones directas en el campo y sistematización del levantamiento de información primaria.

Las fuentes secundarias estarán dadas por las Instituciones ligadas al sector agrícola como es el caso del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).

Organización de las Naciones unidas para la Agricultura y la alimentación (FAO), Empresa Municipal de Productores (EMMPA) e Internet.

Las técnicas utilizadas para la obtención de información de la presente investigación fueron:

**Encuesta:** las mismas que se aplicaron para obtener una información clara de la oferta, demanda, canales y márgenes de comercialización de productos tradicionales orgánicos; ésta encuesta se aplicó a vendedores de insumos, productores, intermediarios, consumidores finales y a encargados de asistencia técnica.

También fue necesario hacer uso de la encuesta no estructurada, la cual fue aplicada a los intermediarios del mercado mayorista por no tener predisposición y disponibilidad de tiempo para proporcionar la información requerida.

Complementariamente se aplicó esta técnica a informantes claves a través de reuniones de equipo, visitas de campo, observaciones con la finalidad de validar la información recopilada y sistematizada.

### **Análisis**

Existe un mercado potencial para los derivados de la Tagua, ya que a través de las encuestas realizadas en la investigación de mercado, se descubrió que éste proyecto tendría una gran aceptación en casi todos los comuneros, los encuestados estarían dispuestos a realizar los productos.

## **1.8 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

El objetivo principal por el cual se plantea el diagnóstico situacional, es con la finalidad de conocer las características que tienen las familias de las madres jefas de hogar en la parroquia de Julio Andrade, las mismas que van a intervenir en la producción de tejidos de lana de borrego y su respectiva comercialización.

Se plantea identificar las características particulares de las madres jefas de hogar que van a participar activamente de la asociación de tejedoras de prendas de vestir en lana de borrego, género, edad, experiencia y capacidades de cada integrante de la asociación. Se plantea identificar los roles que van a desarrollar las madres jefas de hogar dentro de la asociación popular y solidaria. Se indagarán las necesidades

relacionadas con capacitación en los campos afines a la asociación de economía popular y solidaria, como también en la actividad específica de tejido de prendas en lana de borrego. Se va a determinar la factibilidad y aceptación por parte de las madres jefas de hogar de la parroquia Julio Andrade.

## **CAPÍTULO II**

### **2. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **2.1 DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO**

Para Kotler, Bloom y Hayes, 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" (Geoffrey., 2003, pág. 120).

Según la definición de Geoffrey, el estudio de mercado en la presente investigación se encaminará específicamente a determinar las expectativas de comercialización que tendría el centro de acopio con carácter asociativo, popular y solidario, de tejidos de lana de borrego, conformado por madres jefas de hogar, de la parroquia rural de Julio Andrade, cantón Tulcán, provincia del Carchi, esto como posibilidades de mejoramiento de las condiciones económicas actuales de esas familias y contribuir a disminuir los índices de pobreza existentes.

#### **2.2 OBJETIVOS**

##### **2.2.1 Objetivo General**

Establecer cuáles son las características del mercado al que se dirigirá la producción de tejidos de lana de borrego, objeto de este estudio, desde el centro de acopio y comercialización con carácter asociativo, popular y solidario, conformado por madres jefas de hogar, de la parroquia rural de Julio Andrade, cantón Tulcán, provincia del Carchi, lo que servirá para mejorar las condiciones económicas de las familias y contribuir a disminuir los índices de pobreza existentes.

##### **2.2.2 Objetivos específicos**

- Establecer la demanda y la oferta real de los tejidos de lana de borrego que produzca la asociación popular y solidaria en la parroquia Julio Andrade.

- Identificar las oportunidades de mercado con base a la demanda insatisfecha de tejidos de lana de borrego en el mercado del cantón Tulcán.
- Identificar a los principales competidores, a fin de establecer estrategias de marketing y contrarrestar a la competencia en tejidos de lana de borrego.
- Determinar los canales de distribución adecuados para los tejidos de lana de borrego en la ciudad de Tulcán.
- Identificar las preferencias de los consumidores de los tejidos de lana de borrego.
- Establecer precios de los diferentes tejidos de lana de borrego que produzca la asociación popular y solidaria de la parroquia de Julio Andrade.

## **2.3 DEFINICIÓN DE MERCADO**

### **2.3.1 Mercado**

Para Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad", el mercado es "donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Por ejemplo: El mercado de los autos está formado no solamente por aquellos que poseen un automóvil sino también por quienes estarían dispuestos a comprarlo y disponen de los medios para pagar su precio". (Farber., 2002, pág. 19)

Según lo que manifiestan Bonta y Farber en el presente caso sería el mercado de los tejidos de lana de borrego, en el cual se debe considerar a las personas que tengan una prenda de lana de borrego; también a quienes estarían dispuestos a comprar este tipo de prendas y los compradores reales y potenciales que dispongan de los medios económicos con los cuales pagar su precio.

### **2.3.2 Estructura del Mercado**

En lo que tiene relación a la estructura del mercado de bienes y servicios, existen varias sub clasificaciones, las mismas que tienen sus propias características que las diferencian entre sí, dependiendo del tipo de demanda y oferta del producto o bien.

#### **2.3.2.1 Monopolio**

En economía, un monopolio existe cuando una persona en particular o una empresa tiene suficiente control sobre un producto o servicio en particular para determinar de manera significativa las condiciones en que otras personas tendrán acceso a ella.

Situación de un sector del mercado económico en la que un único vendedor o productor oferta el bien o servicio que la demanda requiere para cubrir sus necesidades en dicho sector.

Para que un monopolio sea eficaz no tiene que existir ningún tipo de producto sustituto o alternativo para el bien o servicio que oferta el monopolista, y no debe existir la más mínima amenaza de entrada de otro competidor en ese mercado. Esto permite al monopolista el control de los precios.

En el presente proyecto de investigación, felizmente no existe el peligro de que exista un monopolio dentro del campo de los tejidos de lana de borrego, ya que hasta el momento esta actividad, dentro de la provincia y en forma particular en la ciudad de Tulcán se la realiza de manera artesanal, en los sectores rurales de otros cantones, como Montufar y Espejo.

### 2.3.2.2 Oligopolio

Los monopolios son así caracterizados por la falta de competencia económica para el bien o servicio que prestan y la falta de bienes sustitutos viables.

1. Se presenta UN SOLO VENDEDOR (la empresa es toda la industria).
  2. Los bienes producidos NO TIENEN sustitutos cercanos.
  3. Puede existir información imperfecta.
  4. Se es un fijador o buscador de precios: la curva de la demanda con pendiente negativa a la cual se enfrenta el monopolista es la curva de la demanda del mercado.
- El precio puede bajar si el monopolista trata de vender más. Si el monopolista aumenta el precio, la cantidad vendida disminuirá.
  - El monopolista puede elegir aumentar el precio o la cantidad vendida, pero no ambos.

En el monopolio se establece un precio mayor y ofrece una cantidad menor que la competencia perfecta. Se puede imaginar que el monopolista elige el precio y deja que los consumidores decidan la cantidad que desean comprar de ese bien.

La competencia no existe. Se producen dos tipos de bienes:

Homogéneo (materia prima o poco procesados) Diferenciados (Son mas procesados así como los aparatos eléctricos).

Se utilizan muchos recursos (márquetin y publicidad).

Se considera mucho la utilización del Dumping (Bajar los precios incluso bajo el costo de la producción). (Orta, 2014)

### 2.3.2.3. Competencia perfecta

La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la

libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios.

Las condiciones que deben cumplir el mercado para ser de competencia perfecta son:

- a) Elevado número de consumidores y productores en el mercado.
- b) Debe existir plena movilidad de mercancías y factores productivos.
- c) A las nuevas empresas que lo deseen y cuenten con recursos necesarios no se les debe impedir la entrada en el mercado.
- d) Las mercancías deben ser homogéneas
- e) Los poseedores de los factores productivos deben tener un perfecto conocimiento de todos los movimientos que ocurran en el mercado.

En los mercados de competencia perfecta las empresas que pretenden obtener mayores beneficios deben recurrir al máximo aprovechamiento de la tecnología a incorporar los últimos avances en técnicas productivas. (Orta, 2014)

### **Condiciones reales**

En una situación de competencia perfecta la búsqueda de mayores beneficios va asociada a la combinación más eficiente y rentable de los factores productivos y a la modernización tecnológica.

Se entiende como el precio que iguala la cantidad demandada con la ofrecida es decir el punto donde la oferta y la demanda son exactamente iguales.

En un mercado de competencia perfecta se alcanza el equilibrio por el encuentro entre la demanda del mercado y oferta de la industria. (Orta, 2014)



## **Equilibrio**

Muy corto plazo: Implica que los factores utilizados en la producción (tierra, trabajo y capital) son constantes y la producción no se puede alterar junto con el número de productores en la industria.

Corto plazo: Difiere únicamente en que el factor trabajo es variable y la producción podría alterarse.

Mediano plazo: Implica la posibilidad que los productores de una industria puedan reasignar los factores productivos es decir que puedan realizar cambios en las cantidades utilizadas de cada cofactor y el número de firma es constante.

Largo plazo: Implica no solo que los factores puedan ser asignados libremente sino que el número de firma o productores en la industria es variable por lo cual ninguna empresa nueva tiene cabida en el mercado y las existentes tienen beneficios para seguir en el. (Orta, 2014).

### **2.3.2.4 La competencia monopolística**

Es un tipo de competencia en la que existe una gran variedad de productores actuando en el mercado sin que exista un control.

Esto es más frecuente en los supermercados donde existen productores de diferentes marcas. (Orta, 2014)

#### **La cuestión clave:**

Aunque sean productos similares se dará la diferencia no en el precio si no en la calidad del producto, el servicio durante la venta, el acceso al producto, la publicidad y el empaque.

Ejemplo: En el mercado de la ropa para mujeres nos enfocamos en la elaboración de vestidos. Los productores aunque se dedican a producir ropa para

mujeres, no hacen vestidos iguales a los otros, pues los productores de uno u otro son diferentes por calidad, diseño, servicio en la venta, etc.

Haciendo que cada producto sea diferente de otro y no por ello deja de ser ropa para mujeres. Generalmente, cuando se aplica la teoría de juegos, se supone que cada empresa puede tomar decisiones en un conjunto de decisiones propio, y que dependiendo de cuales toma esa empresa y las demás, esa empresa y las demás obtendrán un determinado resultado. "Curva de Reacción", "Equilibrio del Juego", Equilibrio de "Nash".

Un equilibrio de Nash es una situación en la cual todos los jugadores han puesto en práctica, y saben que lo han hecho, una estrategia que maximiza sus ganancias dadas las estrategias de los otros. Consecuentemente, ningún jugador tiene ningún incentivo para modificar individualmente su estrategia.

Es un tipo de equilibrio de competencia imperfecta que describe la situación de varias empresas compitiendo por el mercado de un mismo bien y que pueden elegir cuánto producir para intentar maximizar su ganancia. Libre acceso de productores y consumidores al mercado. (Orta, 2014)

## **2.4 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO**

En este punto se deben describir de una forma amplia los productos o servicios a ofrecer.

Los productos son cualesquiera cosas – ya sean productos físicos (bienes) o productos intangibles (servicios) - que pueden ofrecerse a un mercado para: atención, adquisición, uso, o consumo, que podría satisfacer un deseo o una necesidad.

Se obtiene información sobre las necesidades y exigencias del mercado, identificando las oportunidades existentes, los posibles movimientos y reacciones de la competencia, las posibilidades técnicas y los requerimientos de fabricación. Esta información se combina para establecer la arquitectura del nuevo producto.

Se fija el diseño del concepto, se seleccionan los mercados objetivos, el nivel de rendimiento, los recursos necesarios y el previsible impacto financiero del nuevo producto.

Todo producto tiene que satisfacer o cumplir varios objetivos: funcionar satisfaciendo los deseos del cliente, ser fácil de ensamblar, de mantener y reparar, de probar, de disponer de él y muchos otros.

Clasificación de los productos de acuerdo con su durabilidad:

Bienes no duraderos

Son: los bienes tangibles que por lo general se consumen en una sola vez, o en unas cuantas veces de uso. Por ejemplo: tomate, jabón, cerveza, sal, alimentos preparados. Se consumen rápidamente y se compran con frecuencia.

Estrategia: ponerlos a la disposición en muchas localidades, y anunciarlos con intensidad para inducir la prueba y crear preferencias.

Bienes duraderos

Son: los bienes tangibles que por lo general resisten mucho uso.

Por ejemplo: aparatos domésticos, herramientas, muebles. Se compran esporádicamente.

Estrategia: requieren más venta personal y seguimiento postventa, y garantía al consumidor.

Servicios: Son productos intangibles, por lo general percederos; son actividades, beneficios, o satisfacciones que se ofrecen en venta al consumidor; su producción puede o no puede vincularse a un producto. (Buenastareas.com/ensayos, 2011)

### 2.4.1 Identificación de los tejidos de lana de borrego

Los sacos son fabricados a base de lana de oveja, y en menor proporción algodón y poliéster, lo cual brinda calidez y suavidad, que es ideal para vestir en zonas de clima frío y demás por sus diseños novedosos y originales han logrado un reconocimiento a nivel mundial.

#### Composición de la materia prima

Los principales componentes de la materia prima (hilo) son: 70% de lana de oveja (Químicamente, la lana es una fibra de proteína llamada queratina), 20% algodón, 10% poliéster.

**Tabla 1: Modelos y Diseños**

Producto	Género	Diseño	Modelo	Tallas
Sacos	Niños	Arco iris, paisaje, bordado, entre otras	Abierto, cerrado, con capucha, con cuello.	2, 4, 6, 8
Sacos	Hombres	Arco iris, sol, banco central, mosca trenza, entre otras.	Abierto, cerrado, con capucha, con cuello en v, cuello tortuga.	M, L, XL
Sacos	Mujeres	Arco iris, sol, chaquira, bordado, trenza y entre otras	Abierto, cerrado, con capucha, con cuello corto, cuello largo.	M, L.
Gorras	Todo género	Variado	Payaso, Tres puntas, con orejas	Variado
Bufandas	Todo género	Variado	Variado	Variado

**Tabla 2: Precios de venta por producto**

DESCRIPCIÓN	TALLA	PRECIO / VENTA
Saco con capucha	M, L	8
	XL	8.5
Saco con cuello	M, L	7.5
	XL	8
Chaquiras para mujer	S, M	6.5
Saco para niños	2	3
	4	4
	6	5
Gorras, bufandas		

### Elaboración del producto

El proceso de producción es la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología que en el caso de las artesanías es la mano de obra con la combinación de herramientas, métodos, técnicas, habilidades y destrezas.

El sistema de producción adoptado por los artesanos se clasifica en flexible, ya que se caracteriza por producir productos variados y en pequeñas cantidades, por agrupar las mujeres de cada organización las cuales trabajan en “talleres propios” que no son iguales e incluso por la capacidad de producir varios modelos de productos.

Gran parte de los comerciantes otavaleños no solo comercializan los sacos de lana sino que la demanda de los tejidos de lana de borrego se abastece, utilizando para esto, grupos de tejedoras que elaboran este artículo de acuerdo a sus necesidades y tomando en cuenta el volumen del pedido que tengan. En ocasiones la adquisición del producto es difícil, dependiendo de la temporada, la competencia, el volumen de oferta y demanda, siendo estos factores muy importantes que afectan profundamente a la calidad y precio del producto.

El 90% de los comerciantes de lana son indígenas con mucha experiencia en el mercado y que cuentan con infraestructura adecuada para su comercialización.

Esto no se lo debería tomar como una amenaza, sino como una fortaleza, ya que la producción que lleguen a tener las mujeres integrantes de la asociación, puede ser colocada en el mercado nacional, el mismo que se encuentra ubicado en la ciudad de Ibarra y Otavalo; mercado con características de exportación, hacia Estados Unidos y Europa.

### **Materia Prima**

Para el proceso de producción se adquiere la materia prima. La misma que es lana de borrego producida en el Ecuador o importada. La adquisición de la lana ya tratada, lista para tejer se realiza directamente gracias al abastecimiento local con las dos fábricas de lana que existen en la ciudad de Otavalo que son: Lanera Peguche y Textiles San Isidro, las mismas que abastecen únicamente un 10% de la demanda total de producción anual de artesanías textiles.

El faltante se satisface con las fábricas localizadas en los cantones de Guano en Chimborazo, Salinas en Bolívar que constituyen las fábricas más importantes y ofrecen la lana directamente en el Cantón Otavalo, facilitando la adquisición a los productores y comercializadores pues muchas veces actúan también intermediarios en la distribución de esta materia prima constituyéndose en una actividad muy rentable.

Gran parte de la lana de borrego proviene además de las Hilanderías de Ambato, de entre las cuales las más conocidas son: Textidin y Albacando. Existe también la lanera de Peguche, se conoció que los precios son más bajos, y pese a que sus vendedores aseguran su calidad, los artesanos muy poco compran esta lana aduciendo que no es buena.

Textidin: La materia prima que utiliza es importada de Argentina, Bolivia y Chile. La Lana que produce tiene 70% de lana de borrego y 30% acrílico, pero de

acuerdo a los pedidos provee también la lana 50% - 50%. Dispone de la lana blanca y de colores.

Los precios son altos en relación a otras, pero el artesano que está interesado en elaborar un producto de buena calidad, la prefiere.

Albancando: Pertenece a un indígena otavaleño que desde hace algunos años, radica en la ciudad de Ambato. La lana que produce no es de calidad de Textidin, sin embargo es apreciada por el artesano y su costo es más bajo.

En décadas anteriores se la procesaba localmente de manera empírica ya que las artesanas se encargaban de la crianza de ovejas, su esquilada, hilada, tizada, lavada y teñida de la lana. Con la industrialización de este sector la materia prima puede ser obtenida en los mercados locales con altos estándares de calidad en cuanto a texturas, perdurabilidad de colores, características hipoalergénicas y demás exigencias del mercado tanto nacional como extranjero.

Existen diferentes tipos de lana: cruda, tinturada, gruesa y delgada; la lana cruda es más barata que la tinturada, cuesta desde \$1.50 más IVA la libra de lana cruda y \$2.09 más IVA la lana tinturada; la lana gruesa y delgada en cambio se clasifican en: lana de dos cabos, tres cabos y cuatro cabos y puede llegar a costar hasta US\$7.75 más IVA por cada kilogramo.

Dependiendo la empresa que comercialice por cada kilogramo de lana puede costar entre \$2,20 y \$4,60, según la calidad, su presentación es a través de madejas, que posteriormente se ovillan para facilitar el proceso de transformación, que consiste en tejer de forma manual la lana a través de pequeños utensilios como agujetas o agujones.

En el siguiente cuadro se puede apreciar el proceso de producción de un saco de lana estándar:

**Tabla 3: Proceso de Producción de Sacos de lana**

Materia prima	2 y ½ libras de lana de borrego
Insumos	Botones y cierres
Tiempo	De 2 a 4 días
Herramientas	Agujones y agujetas

Fuente: Taller “Mujer productiva de Espejo”

Existen variadas formas de tejido que se las denomina muestras, entre ellas puntada arroz, trenzas, granizo, rombos intercalados, fantasía, puntada inglesa, chocho, pavo real entre otras con variados diseños y combinación de colores fruto de la creatividad de las tejedoras y que con los años se han venido perfeccionando adaptándose a las necesidades y preferencias de los clientes.

Los tamaños de los sacos de lana se acogen a los estándares preestablecidos como:

**Tabla 4: Cuadro de medidas referenciales de producción**

Tamaños/ Medidas	Largo	Ancho	Mangas	Cuello
Small (S)	60 cm	45 cm	50 cm	10 cm
Medium (M)	65 cm	46 cm	50 cm	11 cm
Large (L)	70 cm	60 cm	63 cm	12 cm
Extra Large (XL)	75 cm	62 cm	65 cm	13 cm

### Mano de obra

La mano de obra en general puede clasificarse en calificada y no calificada.



La **mano de obra calificada** es aquella fuerza de trabajo de los artesanos que por su grado de aprendizaje y conocimiento logra obtener mejores resultados en la producción de un determinado bien o servicio.

La **mano de obra no calificada** es aquella fuerza de trabajo que por su falta de aprendizaje y conocimientos obtiene menos resultados de los estándares de producción artesanal en bienes o servicios. La mano de obra artesanal calificada o no calificada para la confección de sacos de lana originalmente se ubicó en Mira y en la comunidad de Carabuela, cerca de Otavalo donde se especializan en el hilado de la lana en torno o rueca; un gran porcentaje de esta producción es adquirida por los tejedores de Mira y otra parte se la destina al consumo local.

La producción de los sacos de lana se ha mantenido netamente artesanal en el transcurso del tiempo ya que los consumidores extranjeros exigen que sean hechos a mano o con un mínimo porcentaje de tecnificación, es por esto que en la actualidad existen miles de tejedoras y tejedores ya no solo de Carabuela y Mira sino también de otros cantones de la provincia del Carchi como El Ángel, Bolívar, San Gabriel, Tulcán, de igual forma se hallan muchas tejedoras en San Antonio de Ibarra e incluso en el mismo cantón Otavalo; gran parte de estas tejedoras es gente mestiza de escasos recursos económicos.

Los tejedores de sacos son remunerados por cada pieza tejida, el tiempo de demora en cada saco es aproximadamente de 2 a 4 días, pues esta actividad es compartida con otras como los estudios o quehaceres domésticos. Normalmente por cada saco tejido se paga entre US\$5 a US\$7 dependiendo de la dificultad del modelo, esto sería sólo por mano de obra, ya que la materia prima es proporcionada por los comerciantes que solicitan la obra.

En base a la información previamente consignada, se determina la factibilidad de la conformación de la asociación de tejedoras de prendas con lana de borrego, en la localidad de Julio Andrade, parroquia rural del cantón Tulcán, ya que como se puede apreciar, las tejedoras y tejedores se encuentran localizadas en todos los cantones de la provincia; ya que esta ha sido una actividad tradicional de las personas mayores, que desarrollaban esta actividad de manera artesanal y familiar.

La conformación de la asociación de economía popular y solidaria viene a ser una gran oportunidad para las mujeres jefas de hogar para poder obtener ingresos adicionales, primero con los costos de tejido de las prendas y posteriormente, una vez que se organicen, poder trabajar bajo pedido o lo que sería mucho más importante y ventajoso, económicamente hablando, poder exportar las prendas tejidas, como lo hacen los comerciantes de otras ciudades del Ecuador.

### **Implementos de producción**

Dentro de los materiales secundarios e indirectos que se usan en la elaboración de los sacos de lana tenemos: hilos, botones, cierres, adornos decorativos y etiquetas que se usan ya para terminar la prenda y sería lo adicional que va en la artesanía ya confeccionada en el caso de los sacos de lana de oveja. Los materiales requeridos son los siguientes:

Hilo de diversos colores, Botones de tocte, tagua, madera, etc. , Etiquetas de nylon , Tarjetas de cartón , Instrucciones de lavado , Plastiflechas , Cartones

### **Características del producto**

Productos artesanales como es el caso de los tejidos de lana de oveja, a pesar de que tienen una elevada demanda, se deben efectuar en forma manual para satisfacer los requerimientos de los compradores extranjeros que aprecian más los bienes realizados a mano pero el aumento de su demanda ha implicado la compra de maquinarias además del aumento de la mano de obra, la multiplicación de artesanos que se dediquen a este trabajo, los mismos que mientras más años de experiencia tienen o más hábiles son realizan su trabajo en menor tiempo.

El proceso manual de este producto, una vez adquirida la materia prima es el que se grafica a continuación:



**Saco de lana de borrego, tejido a mano.**

### **Resultado del tejido artesanal**

Saco de lana 100% natural, por las propiedades de la lana se convierte en un saco de un material muy elástico e inarrugable. Un producto ecológico por su elaboración a mano reduce el consumo energético y la emisión de monóxido de carbono a la atmósfera.





### **Gráfico 1. Instrumentos para el tejido**



**Gráfico 2. Selección de la lana.**



**Tabla 5: Presentación del producto por unidad o pieza individual**

Saco de adultos	Descripción
	<p>Saco de lana color crema cerrado con cuello, diseño de triángulos y líneas en la parte frontal del saco</p> <p>Tallas M, X, XL</p>
Saco de adultos	Descripción
	<p>Saco de lana color crema abierto con cierre, diseño de triángulos y líneas en la parte frontal del saco</p> <p>Tallas M, X, XL</p>
Saco de adultos	Descripción
	<p>Saco de lana color beige /café/plomo abierto con cierre, capucha, bolsillos a los costados</p> <p>Tallas M, X, XL</p>
Saco de niños	Descripción
	<p>Saco de lana color crema abierto con cierre, y cuello abierto a los costados</p> <p>Tallas 4-6- 8-10-12</p>
Saco de niños	Descripción
	<p>Saco de lana color blanco y negro abierto con cierre, bolsillos a los costados</p> <p>Tallas 4-6- 8-10-12</p>

### 2.4.2 Usos del Producto

La principal utilidad que se plantean las tejedoras que conforman la asociación de economía popular y solidaria de la parroquia Julio Andrade, al comercializar las

prendas que produzcan entre todas sus integrantes, es satisfacer una necesidad corporal de cobertura del clima frío que caracteriza a nuestra provincia y en forma particular en la ciudad de Tulcán, que es en donde se iniciaría la comercialización de toda la producción de la asociación. Los sacos de lana son utilizados para cubrir el cuerpo en temperaturas frías, en el mercado interno, estos sacos tienen mucha acogida en la temporada de invierno ya que como son hechos de lana de oveja son realmente calientes y ayuda a disminuir el frío.

También se lo puede colocar en el mercado nacional, principalmente en el mercado de Otavalo, donde se concentra la producción nacional, para ser exportados hacia países de Europa y EEUU, y como un producto que buscan los turistas, ya que lo adquieren como un recuerdo de su paso por nuestro país. Su uso depende del cliente que lo adquiera, principalmente por los clientes del mercado interno que viven en la región sierra, y para épocas de frío, como es el caso de las provincias de Carchi, Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo y la parte sur de Nariño, Colombia.

### **2.4.3 Productos complementarios/sustitutos**

Dentro de los materiales secundarios e indirectos que se usan en la elaboración de los sacos de lana tenemos: hilos, botones, cierres, adornos decorativos y etiquetas que se usan ya para terminar la prenda y sería lo adicional que va en la artesanía ya confeccionada en el caso de los sacos de lana de oveja. Los materiales requeridos son los siguientes: Hilo de diversos colores, Botones de tocte, tagua, madera, etc., Etiquetas de nylon, Tarjetas de cartón, instrucciones de lavado, plastiflechas, cartones.

Los productos sustitutos, se puede citar las confecciones o tejidos de lana de algodón o tejidos sintéticos que son elaborados industrialmente y su producción se la realiza en serie. Por eso la ofertar de sacos de lana de borrego, debe mantener una calidad óptima en su confección y el material que se utilice para el efecto, debe ser garantizado por su pureza y calidad en su tratamiento previo a su utilización por las tejedoras de la asociación de Julio Andrade.

## **2.5 NORMATIVIDAD SANITARIA, TÉCNICA Y COMERCIAL**

Las tejedoras integrantes de la Asociación de Economía Popular y Solidaria, para efectos de producción y transformación de la materia prima en tejidos terminados, deben seguir algunas normas.

En primer lugar para el inicio del proceso de producción, se debe seleccionar de manera minuciosa la materia prima, es decir la lana de borrego.

En segundo lugar se debe seleccionar a las tejedoras, las mismas que deben tener una amplia experiencia en las labores de tejidos de sacos de lana de borrego, de tal manera que puedan realizar diferentes diseños que los clientes requieran y de esa manera diferenciarse de la competencia.

Para el proceso de tejido por parte de las tejedoras, se debe establecer con precisión la cantidad de lana que cada una va a necesitar, antes de su distribución. Finalmente cuando las tejedoras hayan terminado las prendas, es preciso realizar un control estricto de la calidad, su tejido y diseño requerido por los clientes, para finalmente etiquetar y empacar correctamente dichas prendas.

### **2.5.1 Ley de Economía popular y solidaria**

Publicada en el Registro Oficial No. 444 del 11 de mayo del 2011

Art. 3.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto:

- a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado.
- b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay.

### **2.5.2 Instituto nacional de Economía Popular y Solidaria**

Mediante Decreto 1668 del 9 de abril del 2009, se crea el Instituto nacional de Economía Popular, que tiene como misión el fomento y promoción de las personas y organizaciones en el contexto del sistema económico social y solidario.

Dentro de sus objetivos estratégicos se encuentran:

- Crear las condiciones para el desarrollo de los actores de la Economía Popular y Solidaria facilitando su acceso a los factores productivos, mediante la articulación de políticas, normas y acciones que impulsan y ejecutan las Instituciones del Estado, los Gobiernos Autónomos Descentralizados, las Organizaciones Sociales, las Universidades y la Comunidad.
- Generar oportunidades y espacios para el fortalecimiento y dinamización de los procesos de producción, distribución, circulación, financiamiento, comercialización y consumo de bienes y servicios de los actores de la Economía Popular y Solidaria.

## **2.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

### **2.6.1 Segmentación del Mercado**

La segmentación del mercado se realizará para determinar a los clientes potenciales que tengan características comunes dentro de las diferentes variables, como son: variables demográficas, geográficas, socioeconómicas y conductuales. Esta segmentación servirá al investigador para determinar con relativa precisión, hacia donde se encaminará la producción de tejidos en lana de borrego, que logren las integrantes de la asociación de economía popular y solidaria de la parroquia Julio Andrade, de la ciudad de Tulcán.



## 2.6.2 Matriz de segmentación de mercados

**Tabla 6: Matriz segmentación de mercados**

VARIABLE	Indicador	Detalle	No habitantes
<b>GEOGRÁFICA</b>	País:	Ecuador	
	TULCÁN	TULCÁN	47.359
		JULIO ANDRADE	10.536
<b>DEMOGRÁFICA</b>	Género:	Todos los géneros	
	Tamaño del hogar:	De cinco miembros	
<b>SOCIO ECONÓMICA</b>	Nivel económico:	Todos los niveles	
<b>CONDUCTUAL</b>	Uso del producto:	Protección del frío	

## 2.6.3 Metodología de la Investigación

### 2.6.3.1 Objetivo

La investigación de mercado se la utilizará en el presente trabajo investigativo, con la finalidad de recopilar, analizar e interpretar los datos de los potenciales clientes, quienes adquirirán los sacos que las tejedoras produzcan, la competencia y el mercado objetivo; estos datos servirán como base para las acciones que las integrantes de la asociación deban tomar a futuro, las estrategias relacionadas a la producción y comercialización de las prendas que ofertarán y que básicamente cumplirán necesidades de los clientes locales y nacionales. Por lo tanto el objetivo fundamental de este trabajo es determinar datos importantes sobre el comportamiento del mercado de los tejidos de lana de borrego en el cantón Tulcán y la parroquia de Julio Andrade, en la provincia del Carchi.

### 2.6.4 Tamaño del Universo

El universo comprendido para este estudio es el número de hogares de cantón Tulcán y de la parroquia de Julio Andrade, perteneciente al mismo cantón. De acuerdo al censo del 2010 del INEC, en el cantón Tulcán tenemos 47.359 habitantes; en la parroquia de Julio Andrade existen 10.536.

**Tabla 7.- Tamaño del universo**

SECTOR	Habitantes
TULCÁN	47.359
PARROQUIA JULIO ANDRADE	10.536

Fuente: INEC

### 2.6.5 Tamaño de la muestra

El tipo de muestreo que se utilizó en este estudio fue el no probabilístico de conveniencia, es decir que los elementos que conformaron la muestra fueron seleccionados a criterio del investigador.

Fórmula para cálculo de la muestra de poblaciones infinitas:

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

Dónde:

N: es la muestra de la población.

z: nivel de confianza.

p: probabilidad que ocurra.

q: probabilidad que no ocurra.

e: error de estimación.

Se trabajó con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 5%.

Se realizaron 380 encuestas a hogares de la ciudad de Tulcán, distribuidas de la siguiente manera: 223 encuestas a hogares de estrato socioeconómico medio bajo, 105 encuestas a hogares de estrato medio típico y 52 encuestas a hogares de estrato medio alto.

$$n = \frac{47.359 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 (47.359 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{45483.583}{116.8579}$$

$$n = 380$$

El número de encuestas a realizarse a los consumidores es de 380.

### 2.6.6 Diseño de instrumentos de investigación

Para el desarrollo de esta investigación se hizo necesario diseñar un modelo de encuesta y mediante su aplicación determinar las necesidades de la población, por adquirir los sacos tejidos en lana de borrego, por lo que se ubica a la presente investigación como un estudio de carácter descriptivo.

Luego del diseño del modelo de encuesta, el investigador la aplicará al número de personas que resultaron del cálculo del tamaño de la muestra, que es un número de 380; posteriormente se realizará el tratamiento de los datos, su graficación estadística y su correspondiente interpretación, lo que permitirá al investigador realizar las proyecciones necesarias en cuanto a producción y comercialización de las

prendas que produzcan, las integrantes de la asociación de tejedoras, con base en la economía popular y solidaria.

## **DISEÑO DE LA ENCUESTA**

**Lea detenidamente las preguntas y conteste con claridad, de acuerdo a su criterio personal, sus respuestas serán de gran utilidad para la elaboración de la presente investigación.**

### **CUESTIONARIO**

**Pregunta No. 1** ¿Utiliza sacos de lana para protegerse del frío?

Si..... No.....

**Pregunta No.2** ¿Qué tipo de sacos de lana prefiere usted, tejidos a mano o en máquinas industriales?

Tejidos a mano..... Tejidos a máquina.....

**Pregunta No.3** ¿Utiliza usted los sacos de lana de borrego, y los sacos de orlón, al mismo tiempo o solamente los de lana de borrego?

Si.....No.....

**Pregunta No.4** ¿Qué otros tipos de prendas utiliza usted para protegerse del frío?

Sacos de lana de Orlón..... Chompas..... Ambos tipos.....

**Pregunta No.5** ¿Por qué razón prefiere los sacos de lana de borrego?

Mayor duración.....Más abrigados.....Mejor precio.....

**Pregunta No.6** ¿Qué tipo de prendas adquiere con mayor frecuencia?

Sacos.....Bufandas.....Gorras.....

**Pregunta No.7.-** ¿Cuáles son las características que toma en cuenta para adquirir un saco de lana de borrego?

Que sea durable.....Que sea bien tejido.....Que tenga buen diseño.....

**Pregunta No.8** ¿Con qué frecuencia adquiere usted un saco de lana de borrego?

3 MESES.....

6 MESES.....

9 MESES.....

CADA AÑO.....

MÁS DE 1 AÑO.....

**Pregunta No. 9** ¿Cuál es el factor más importante al momento de comprar un saco de lana de borrego?

DETALLES.....

PRECIO.....

DISEÑO.....

CALIDAD.....

COLOR.....

**Pregunta No. 10** ¿Cuántos sacos de lana de borrego adquiere usted por año?

UNO.....

DOS.....

TRES.....

CUATRO.....

MÁS DE CUATRO.....

**Pregunta No. 11** ¿Tiene usted clientes fijo para la compra de sus sacos de lana de borrego?

Si.....No.....

**Pregunta No.12** ¿Conoce usted alguna forma de adquirir los tejidos en lana de borrego en la ciudad de Tulcán?

MERCADO.....

FERIA.....

ALMACENES.....

AMBULANTE.....

A DOMICILIO.....

**Pregunta No.13.-** ¿Cuál es el precio que paga por un saco de lana de borrego?

15 DÓLARES.....

20 DÓLARES.....

25 DÓLARES.....

30 DÓLARES.....

MÁS DE 30 DÓLARES.....

**Pregunta No. 14** ¿Dónde adquiere usted los sacos de lana de borrego?

MERCADO.....

ALMACÉN.....

FERIAS.....

ASOCIACIÓN.....

A DOMICILIO.....

**Pregunta No. 15** ¿En qué medios ha escuchado o visto publicidad acerca de sacos de lana de borrego?

RADIO.....

TV.....

PRENSA.....

INTERNET.....

SITIOS DE COMPRA.....

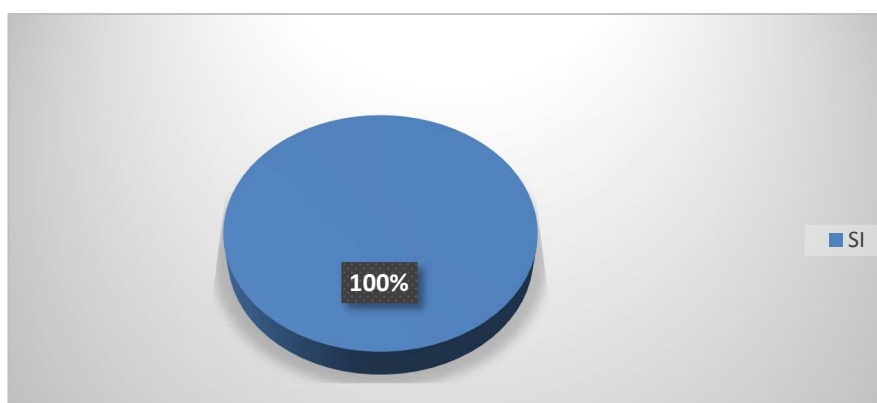
NINGUNO.....

## 2.6.7 Resultados de las encuestas realizadas a los compradores de sacos

**Pregunta No. 1** ¿Utiliza sacos de lana para protegerse del frío?

**Tabla 8.- Utilidad**

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDO	SI	380	100%	100%	100%



**Gráfico N° 3.- Utilidad**

### **Análisis.-**

Según la encuesta, el 100% de los encuestados afirmó que si utiliza sacos de lana de borrego para protegerse del frío. Esta respuesta es obvia y concluyente, ya que en todos los hogares se utiliza este tipo de prendas, considerando eso sí, los productos sustitutos que se los consigue en la feria de los días jueves y domingos en la ciudad de Tulcán.

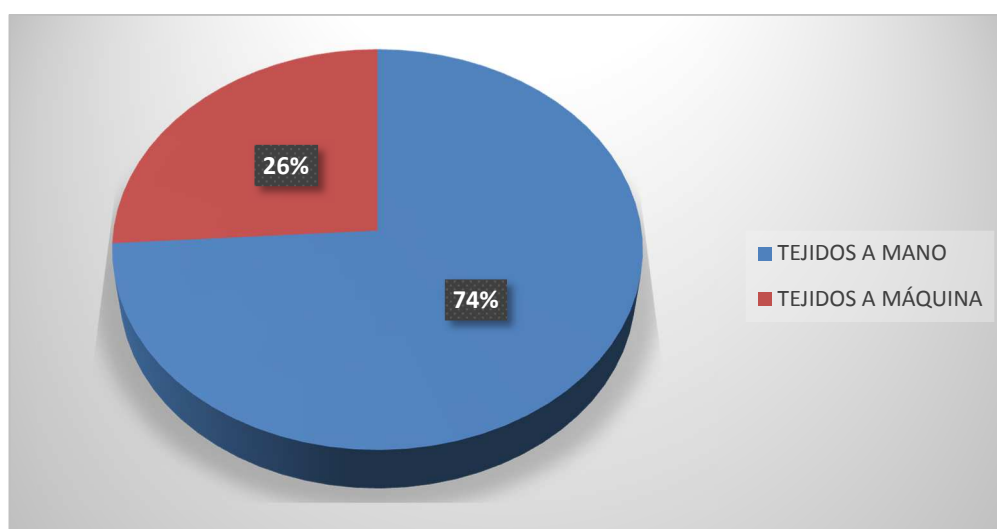
La consideración anotada es muy importante, para ser tomada en cuenta por el investigador, ya que se tendrá que elaborar un FODA, para la asociación de tejedoras, de tal manera que se pueda contrarrestar esa amenaza, que por ser elaboradas las prendas con materiales de otro tipo y producidas en serie, es decir

industrialmente y que vienen de otras ciudades del interior del país, puede terminar siendo eliminada como una amenaza.

**Pregunta No.2** ¿Qué tipo de sacos de lana prefiere usted, tejidos a mano o en máquinas industriales?

**Tabla 9.- Preferencia por los sacos de lana de borrego**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDO TEJIDOS A MANO	280	74%	74%	74%
TEJIDOS A MÁQUINA	100	26%	26%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	



**Gráfico N° 4.- Preferencia**

#### **Análisis.-**

Al consultar sobre la preferencia de los sacos de lana y su forma de fabricación, el 74%, manifiesta su preferencia por los sacos de lana de borrego y tejidos a mano, mientras que el 26% ha contestado su preferencia por los sacos de lana de orlón y tejidos en máquinas industriales. Las personas encuestadas, claramente se han

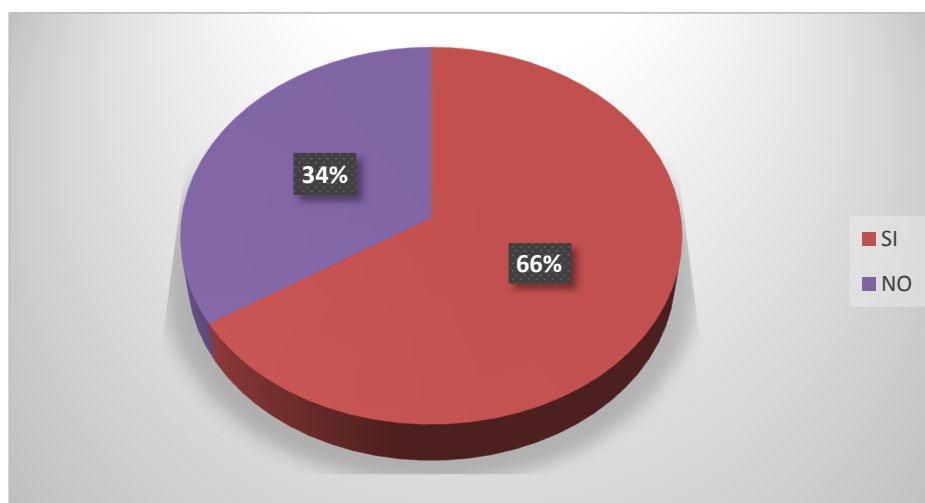


pronunciado, sobre su preferencia, hacia los sacos de lana de borrego, esto es bueno, ya que la producción de tejidos de lana de borrego, que la asociación saque a la venta, si tiene posibles compradores o clientes que posteriormente se pueden convertir en clientes fijos, para la adquisición de los tejidos en lana de borrego.

**Pregunta No.3** ¿Utiliza usted los sacos de lana de borrego, y los sacos de orlón, al mismo tiempo o solamente los de lana de borrego?

**Tabla 10.- Tipo**

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDO	SI	250	66%	66%	66%
	NO	130	34%	34%	100%
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	



**Gráfico N° 5.- Tipo**

#### **Análisis.-**

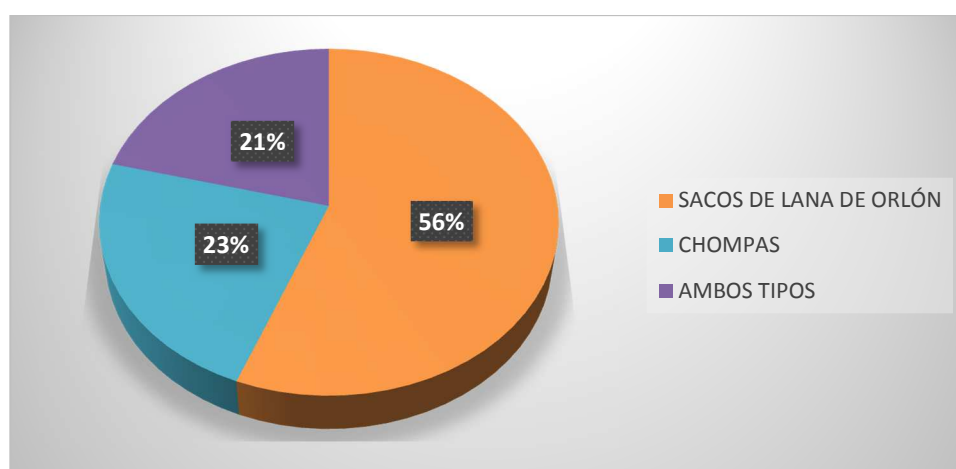
Según los resultados correspondientes a esta pregunta, se puede deducir que las preferencias se mantienen, por los mismos porcentajes, esto es el 66%, de las

personas encuestadas han manifestado que utilizan prendas tejidas a mano y en máquina industrial, esto probablemente no afectaría a las preferencias por los tejidos en lana de borrego. La otra parte de los encuestados, esto es el 34% han contestado que no utilizan los dos tipos de sacos a la vez, quedando un margen de expectativas por captar a esta población, para poder convertirlos en clientes que adquieran los sacos de lana de borrego.

**Pregunta No.4** ¿Qué otros tipos de prendas utiliza usted para protegerse del frío?

**Tabla 11.- Tipos de prendas**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
SACOS DE LANA DE ORLÓN	214	56%	56%	56%
VÁLIDO CHOMPAS	87	23%	23%	79%
AMBOS TIPOS	79	21%	21%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	



**Gráfico N° 6.- Tipos de prendas**

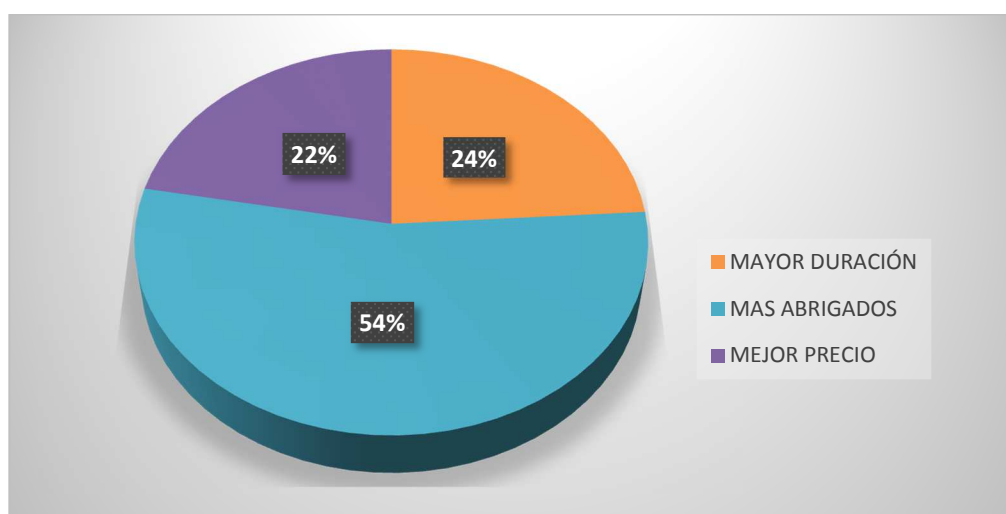
**Análisis.-**

De las personas encuestadas, el 56% han contestado que utilizan sacos de lana de orlón para protegerse del frío, el 23% han contestado que prefieren el uso de chompas y el 21% han manifestado que prefieren los dos tipos de prendas, justamente para la necesidad de cubrirse del frío que caracteriza a nuestra provincia y de manera particular a la ciudad de Tulcán. Estos resultados de la encuesta en esta pregunta en particular, no puede convertirse en una amenaza para la producción de tejidos a mano y en lana de borrego, ya que como se ha podido evidenciar en preguntas anteriores, los clientes potenciales y clientes fieles, relativamente estarían garantizados, pues sus preferencias son claras.

**Pregunta No.5** ¿Por qué razón prefiere los sacos de lana de borrego?

Tabla 12.- Preferencia por sacos de lana

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDO	MAYOR DURACIÓN	92	24%	24%	24%
	MAS ABRIGADOS MEJOR	205	54%	54%	78%
	PRECIO	83	22%	22%	100%
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	



**Gráfico N° 7.- Preferencia por sacos de lana**

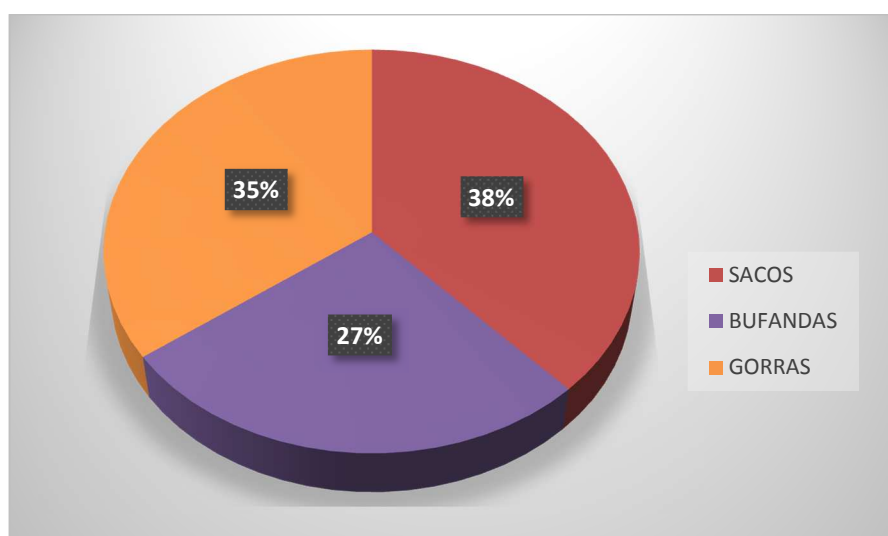
#### **Análisis.-**

De las personas encuestadas ante la pregunta planteada, el 54% han contestado que prefieren los sacos de lana de borrego por ser más abrigados; el 24% de encuestados dicen que prefieren esos sacos por su mayor duración y el 22% manifiestan que lo hacen por su mejor precio, en comparación con prendas de las mismas características, que se ofertan en otros mercados del país. Esta sería otra de las razones para que se establezca la factibilidad de la creación de la asociación y centro de acopio de tejidos a mano, ya que se puede deducir que si hay personas que compran dichos tejidos y lo hacen por varias razones, que las tejedoras y su asociación tendrán que tomar en cuenta.

#### **Pregunta No.6 ¿Qué tipo de prendas adquiere con mayor frecuencia?**

**Tabla 13.- Preferencia de compra**

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDO	SACOS	145	38%	38%	38%
	BUFANDAS	101	27%	27%	65%
	GORRAS	134	35%	35%	100%
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	



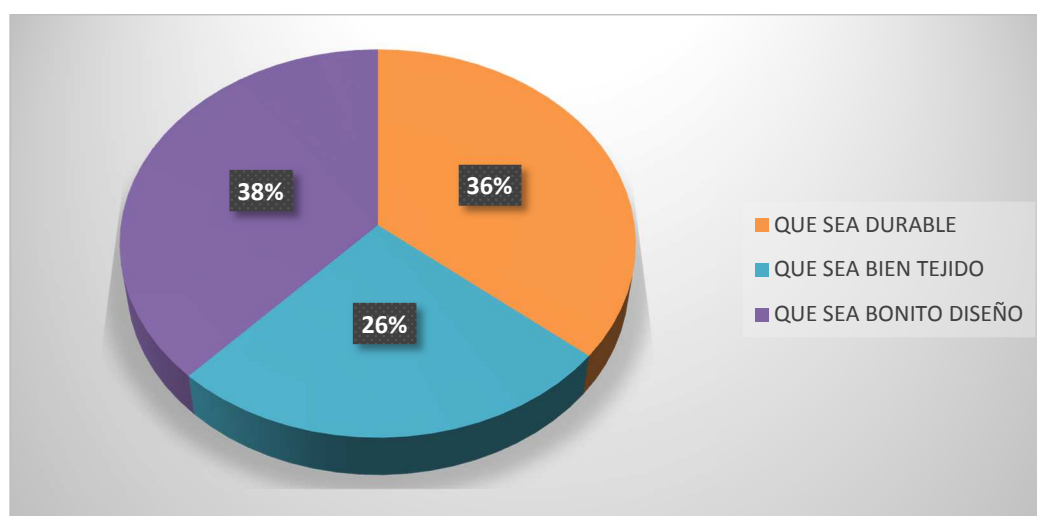
**Gráfico N° 8.- Preferencia de compra**

**Análisis.-** En la presente pregunta, los encuestados han manifestado sus preferencias de adquisición pues el 38%, se mantiene por los sacos de lana de borrego; el 35% han manifestado que adquiere gorras, quizá como un complemento a los sacos de lana; y finalmente el 27% han contestado que adquieren las bufandas de lana de borrego, esta pregunta y sus porcentajes de las respuestas, pueden ser una guía para la asociación de tejedoras, para que diversifiquen la producción, combinando los sacos de lana de borrego, con gorras y bufandas, pues esa es la tendencia que se evidencia en esta pregunta.

**Pregunta No.7.-** ¿Cuáles son las características que toma en cuenta para adquirir un saco de lana de borrego?

**Tabla 14.- Características del producto**

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDO	QUE SEA DURABLE	139	36%	36%	36%
	QUE SEA BIEN TEJIDO	98	26%	26%	62%
	QUE SEA BONITO DISEÑO	143	38%	38%	100%
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	



**Gráfico N° 9.- Características del producto**

### **Análisis.-**

Las personas encuestadas, ante la pregunta sobre las características que toma en cuenta para la adquisición de los sacos de lana de borrego han contestado el 38% que prefieren que los diseños sean bonitos; el 36% consideran que el producto sea durable, quizá por la materia prima que tiene esas características y el 26% han contestado que aquellas prendas que tengan un tejido de calidad, estos resultados tienen que ser tomados en cuenta por las tejedoras de la asociación, para confeccionar o tejer con minuciosidad, utilizando diseños creativos y que garanticen su durabilidad.

**Pregunta No.8** ¿Con qué frecuencia adquiere usted un saco de lana de borrego?

**Tabla 15.- Frecuencia de compra**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
3 MESES	95	25%	25%	25%
6 MESES	120	32%	32%	57%
9 MESES	76	20%	20%	77%
VÁLIDO CADA AÑO	58	15%	15%	92%
MÁS DE 1 AÑO	31	8%	8%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

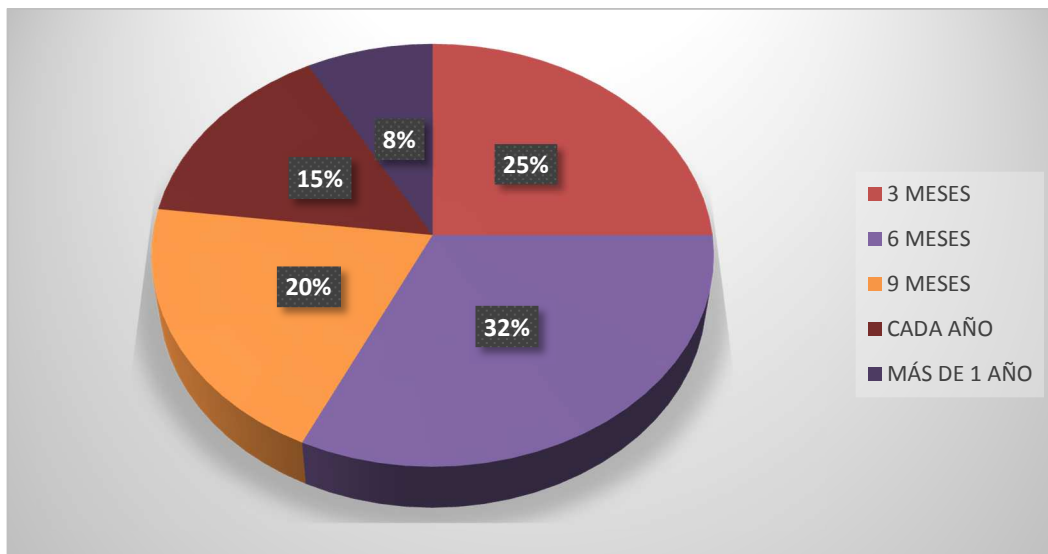


Gráfico N° 10.- Frecuencia de compra

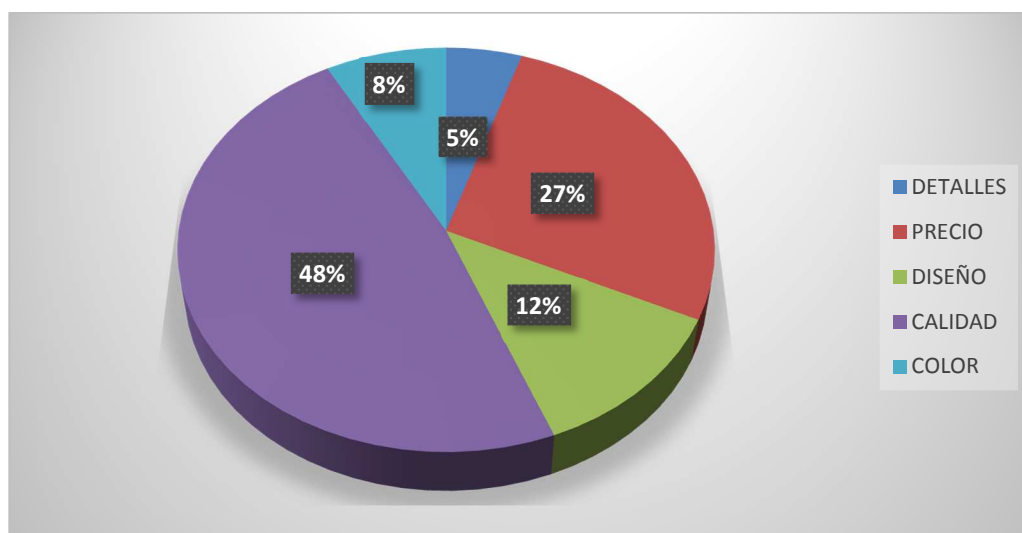
#### **Análisis.-**

Los resultados ante esta pregunta con sus alternativas nos demuestran la frecuencia con que los clientes potenciales adquieren una prenda o un saco de lana de borrego, el 32% lo hacen cada seis meses; el 25% lo hacen cada tres meses; el 20% lo hacen cada nueve meses; el 15% lo hacen cada año y el 8% manifiestan que lo hacen en un lapso de más de un año. Estos índices pueden ser de gran utilidad para la planificación de la producción de los sacos de lana de borrego, ya que se puede hacer una proyección acercada a la realidad del mercado local, por parte de las tejedoras que pertenecen a la asociación.

**Pregunta No. 9** ¿Cuál es el factor más importante al momento de comprar un saco de lana de borrego?

**Tabla 16.- Factor de decisión de compra**

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDO	DETALLES	19	5%	5%	5%
	PRECIO	103	27%	27%	32%
	DISEÑO	46	12%	12%	44%
	CALIDAD	181	48%	48%	92%
	COLOR	31	8%	8%	100%
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	



**Gráfico N° 11.- Factor de decisión de compra**

#### **Análisis.-**

Según los resultados se puede apreciar que el 48% contestan que el factor que toman en cuenta es la calidad del producto; el 27% consideran el precio; el 12% toman en cuenta el diseño de las prendas; el 8% el color y el 5% los detalles adicionales que se imprimen en las prendas tejidas en lana de borrego. Son factores

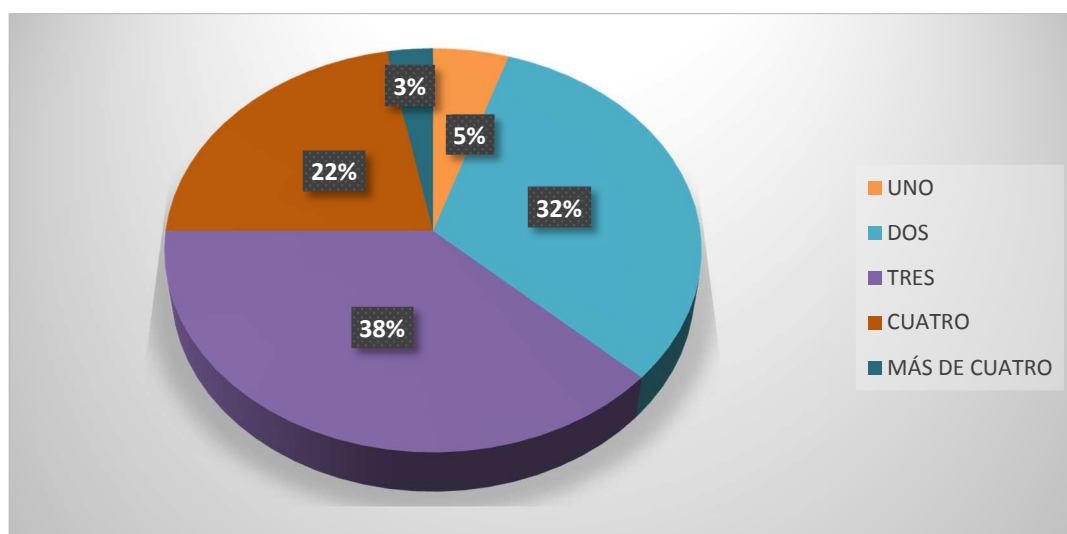


que las tejedoras deben tomar muy en cuenta ya que los clientes dan las pautas para que se garantice la salida de la producción de la asociación, que trabaja tejiendo las prendas en lana de borrego.

**Pregunta No. 10** ¿Cuántos sacos de lana de borrego adquiere usted por año?

**Tabla 17.- Demanda del producto**

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDO	UNO	18	5%	5%	5%
	DOS	123	32%	32%	37%
	TRES	146	38%	38%	75%
	CUATRO	82	22%	22%	97%
	MÁS DE CUATRO	11	3%	3%	100%
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	



**Gráfico N° 12.- Demanda del producto**

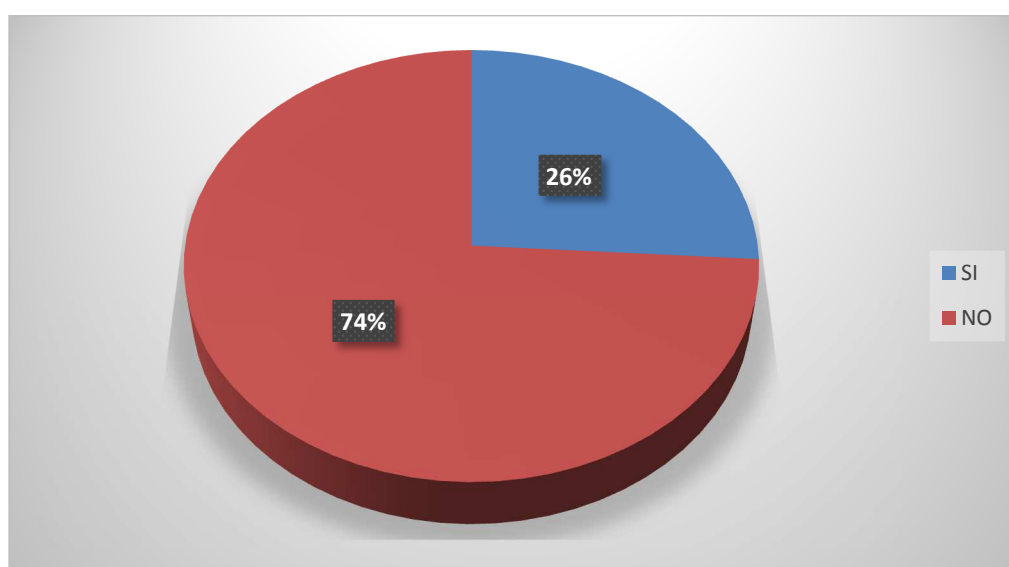
### Análisis.-

Esta pregunta ha sido planteada con la finalidad de darse cuenta sobre la demanda real que tienen los sacos de lana de borrego en el mercado local; 38% han contestado que adquieren tres prendas al año; 32% adquieren dos prendas al año; 22% adquieren cuatro prendas al año; el 5% adquiere una prenda y el 3% adquiere una sola prenda al año. Estos resultados al igual que la pregunta anterior, dará la pauta para planificar la producción de los tejidos por parte de las integrantes de la asociación, productora de tejidos en lana de borrego de Julio Andrade.

**Pregunta No. 11** ¿Tiene usted clientes fijo para la compra de sus sacos de lana de borrego?

**Tabla 18.- Proveedor fijo**

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDO	SI	98	26%	26%	26%
	NO	282	74%	74%	100%
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	



**Gráfico N° 13.- Proveedor fijo**

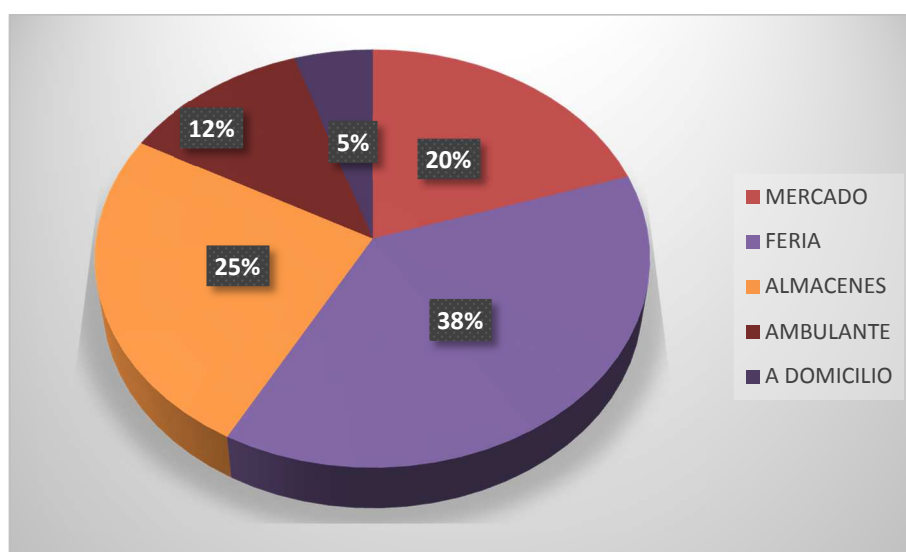
### Análisis.-

Al aplicar la encuesta a las productoras sobre la seguridad de tener clientes fijos que adquieran sus sacos de lana de borrego, han contestado en un alto porcentaje, el 74% que no los tienen y el 26% han manifestado que sí, por lo que se puede deducir que en un diagnóstico previo se ha podido determinar que sí existen clientes fijos y clientes potenciales, que con los factores que en preguntas anteriores se determinó, serán los compradores de la producción de sacos de lana de borrego que logren elaborar o tejer las madres jefas de hogar, que pertenecen a la asociación de producción popular y solidaria de la parroquia de Julio Andrade de Tulcán.

**Pregunta No.12** ¿Conoce usted alguna forma de adquirir los tejidos en lana de borrego en la ciudad de Tulcán?

**Tabla 19.- Formas de adquisición**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDO	MERCADO	76	20%	20%
	FERIA	143	38%	58%
	ALMACENES	95	25%	83%
	AMBULANTE	46	12%	95%
	A DOMICILIO	20	5%	100%
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



**Gráfico N° 14.- Formas de adquisición**

**Análisis.-** De las personas encuestadas se ha podido determinar que el 38% conocen que en la feria de tejidos que tiene la ciudad se pueden adquirir los tejidos de lana de borrego; el 25% manifiesta que en los almacenes; el 20% han dicho que se puede adquirir en los mercados de la ciudad que expenden prendas de vestir y tejidos en general; el 12% han dicho que se pueden adquirir a los vendedores ambulantes que se los encuentra en los alrededores de los mercados de la ciudad y el 5% han dicho que se pueden adquirir los tejidos de lana de borrego a domicilio, ya que hay comerciantes que andan ofertando esos tejidos en cada uno de los hogares, es decir a domicilio.

**Pregunta No.13.-** ¿Cuál es el precio que paga por un saco de lana de borrego?

Tabla 20.- Precio

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDO 15 DÓLARES	127	33%	33%	33%
20 DÓLARES	93	24%	24%	57%
25 DÓLARES	78	21%	21%	78%
30 DÓLARES	64	17%	17%	95%
MÁS DE 30 DÓLARES	18	5%	5%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

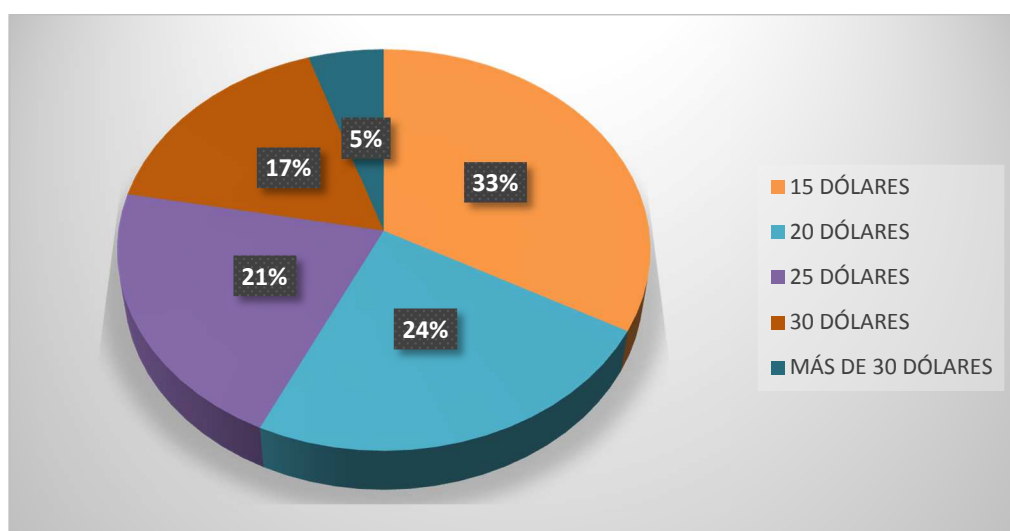


Gráfico N° 15.- Precio

**Análisis.-** Esta pregunta se la ha planteado a la población, con la finalidad de establecer un parámetro de precios que se paga por las prendas tejidas en lana de borrego, por lo que es muy importante que las tejedoras, tomen en cuenta los precios referenciales en el orden de respuestas; el 24% dice que paga 20 USD por cada saco; 21% dice que paga 25 USD por un saco; 33% han dicho que paga 15 USD por una prenda; el 17% han dicho que paga 30 USD y el 5% que pagan más de 30USD. Estos resultados deben servir como guía, para poder fijar los precios que sean adecuados para la asociación, sin exagerar en los mismos, de tal manera que se pueda captar el mercado específico y mantenerse dentro del mismo.

**Pregunta No. 14** ¿Dónde adquiere usted los sacos de lana de borrego?

Tabla 21. Plaza

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDO	MERCADO	82	22%	22%	22%
	ALMACÉN	124	33%	33%	55%
	FERIAS	93	24%	24%	79%
	ASOCIACIÓN	46	12%	12%	91%
	A DOMICILIO	35	9%	9%	100%
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

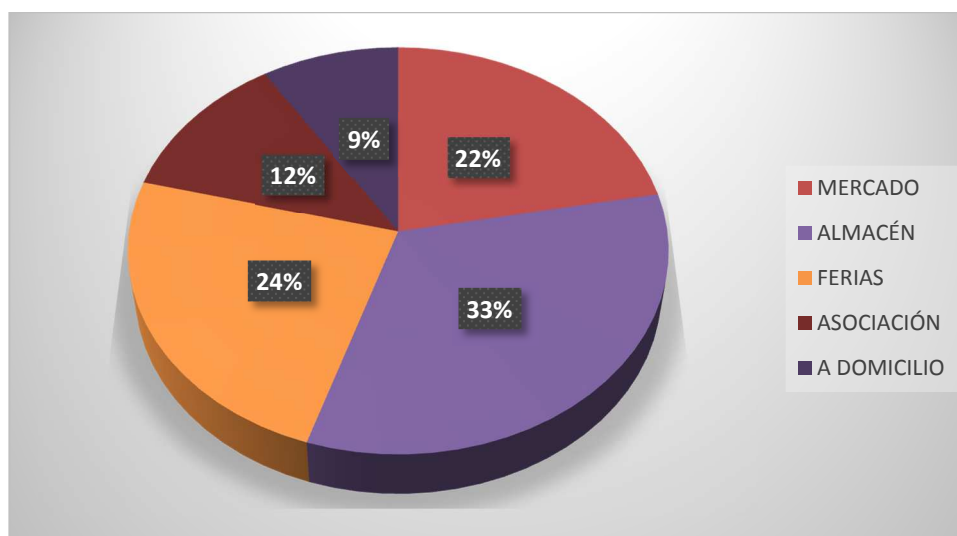


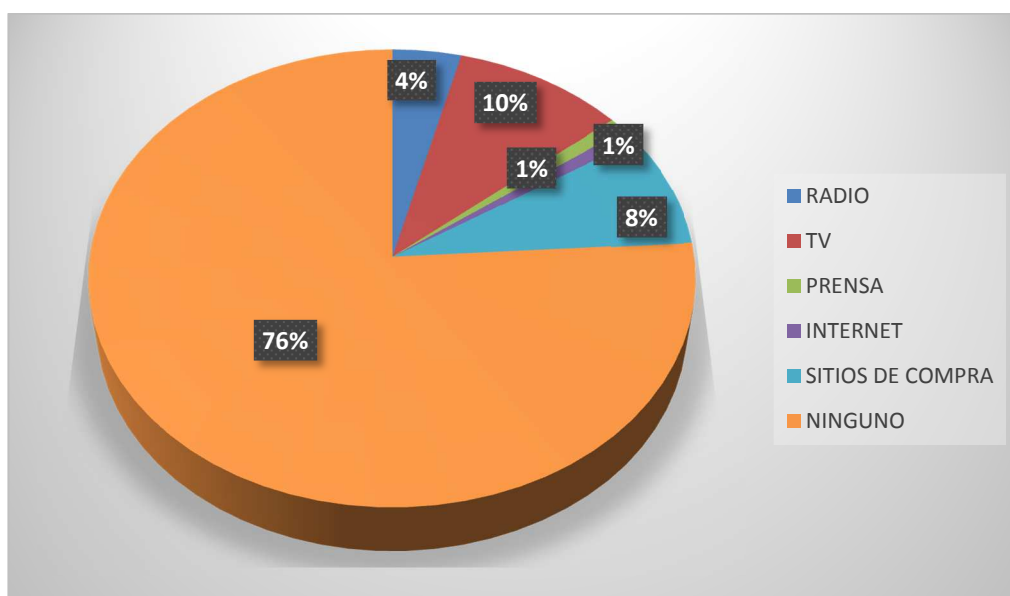
Gráfico N° 16.- Plaza

**Análisis.-** El 33% de los encuestados adquiere los sacos de lana de borrego en los almacenes de la ciudad; el 24% en ferias de la ciudad; el 22% lo hace en los mercados de la ciudad que también ofertan prendas de vestir; el 12% ha dicho que lo hace en alguna asociación productiva, posiblemente con las características de la que se quiere formar en este proyecto y el 9% han dicho que lo hace a domicilio. Esta información es importante, para poder adoptar un buen plan de comercialización de las prendas tejidas en lana.

**Pregunta No. 15** ¿En qué medios ha escuchado o visto publicidad acerca de sacos de lana de borrego?

**Tabla 22.- Promoción**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
RADIO	15	4%	4%	4%
TV	38	10%	10%	14%
PRENSA	6	1%	1%	15%
INTERNET	4	1%	1%	16%
SITIOS DE COMPRA	29	8%	8%	24%
NINGUNO	288	76%	76%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	



**Gráfico N° 17.- Promoción**

**Análisis.-**

El 76% de los encuestados no ha visto ninguna publicidad acerca de los sacos en lana de borrego; el 10% lo ha hecho en televisión; el 8% ha visto en sitios de compra; el 4% lo ha hecho en la radio; el 1% en prensa y el 1% en el internet. Son datos importantes para poder diseñar un buen plan de marketing de los tejidos en lana de borrego, que produzcan las señoras que pertenecen a la asociación de tejedoras que pertenecen a la asociación.

**2.6.8 La demanda actual**

La demanda actual de acuerdo a las 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 (por ejemplo, una hamburguesa Mc Donald’s para satisfacer la necesidad de alimento”. (Mankiw, 2006, pág. 42)

La demanda “consiste en estudiar la evolución histórica y proyectada del requerimiento del producto mediante la ayuda de estadísticas (ventas, producción, compras, inventarios, etcétera), entrevistas, cuestionarios y otros” (Marcial, 2006)

La demanda actual de sacos de lana de borrego, que se produzcan por parte de las tejedoras de la asociación, se cuantificó en base a la información obtenida mediante la aplicación de las encuestas correspondientes a los potenciales clientes, como también a datos estadísticos que constan en el INEC, Banco Central, con lo que se ha podido determinar la cantidad estimada de sacos que anualmente los productores venden actualmente en el mercado de los sacos de lana de borrego, específicamente en la ciudad de Tulcán.

Para poder determinar la demanda actual efectiva se debe considerar la demanda potencial y la demanda real, en este caso de los sacos de lana de borrego.

### 2.6.9 Demanda Potencial

La Demanda Potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias. La Demanda Potencial del Mercado es la hipótesis respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto y se forma a partir de demandas individuales. Las Variables que determinan la demanda potencial son: Las determinantes genéricas de la demanda: precios, renta y preferencias. El esfuerzo comercial realizado en su máxima intensidad, para modificar las preferencias de los consumidores. En la demanda futura hay que tener en cuenta el transcurso del tiempo. La evolución de la industria. (Rubira, 2013)

Hay tres niveles de Potencialidad: Demanda potencial máxima teórica: Demanda que se obtendría en que todos los consumidores posibles son consumidores efectivos y se considera para su cálculo todas las alternativas posibles de uso del producto. Demanda potencial máxima realizable: Resultante de suponer que se aprovechan sólo los usos actuales y reales del producto, no todos los posibles. Demanda potencial máxima actual o existente: Resultante de adoptar la sola hipótesis de que se realiza un esfuerzo comercial máximo por todos y cada uno de los oferentes del producto, dadas las condiciones reales del mercado. (Rubira, 2013)

Hay tres métodos de obtención de la demanda potencial: Método de construcción del mercado: Si se posee información de los segmentos del mercado, la demanda potencial total puede obtenerse por agregación simple. Índices generales de la capacidad de compra por zonas geográficas, métodos de las proporciones en cadena. Son el número total de individuos con capacidad de compra y que se consideran compradores del producto. (Rubira, 2013).

También se puede tomar como referencia el criterio de Baca, quien manifiesta que la demanda actual está dada por el número de personas o población que es posible que consuman el producto, (Baca Urbina Gabriel, 2006). ; tomando en cuenta algunas variables como el precio, temporada, predisposición, gusto, etc.



En la presente investigación la demanda potencial, se refiere a las personas o toda la población que posiblemente consuman el producto, en este caso que adquieran los sacos de lana de borrego, tomando en cuenta algunas variables como el precio, temporada, predisposición, gusto, etc.

De acuerdo a estos criterios y en referencia a la asociación de tejedoras de lana de borrego, los potenciales clientes son el 100% de los consumidores, tienen la tendencia a adquirir sacos de lana de borrego, considerando las variables que se describen en líneas anteriores, principalmente a la adquisición de sacos tejidos a mano y con lana de borrego, que en este caso estarán tejidos por las madres jefas de hogar de la parroquia de Julio Andrade, que pertenecen a la asociación de economía popular y solidaria.

#### **2.6.10 Demanda Real**

Al consultar sobre la preferencia de los sacos de lana y su forma de fabricación, el 74%, manifiesta su preferencia por los sacos de lana de borrego y tejidos a mano, mientras que el 26% ha contestado su preferencia por los sacos de lana de orlón y tejidos en máquinas industriales. Las personas encuestadas, claramente se han pronunciado, sobre su preferencia, hacia los sacos de lana de borrego, esto es bueno, ya que la producción de los tejidos que la asociación saque a la venta, sí tiene posibles compradores o clientes que posteriormente se pueden convertir en clientes fijos, lo que se vendría a constituir en la demanda, para la adquisición de los tejidos en lana de borrego.

#### **2.6.11 Demanda Efectiva**

Se refiere a la demanda efectivamente realizada, que no tiene por qué coincidir con la planeada. La demanda efectiva es la determinante del nivel de renta y del volumen de la oferta global alcanzada. Dicho de otra manera es el conjunto de bienes y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un

tiempo determinado y a un precio dado. Es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo. (www.eco-finanzas.com)

Para determinar la demanda efectiva del proyecto se debe tomar en cuenta lo siguiente:

**Tabla 23: Consumo per cápita de sacos de lana de borrego**

CANTIDAD DE SACOS	FRECUENCIA	CONSUMO
1	18	18
2	123	246
3	146	438
4	82	328
5	11	55
<b>TOTALES</b>	<b>380</b>	<b>1085</b>
<b>CONSUMO PER CÁPITA:</b>	$1085/380 =$	2,86
<b>CONSUMO PER CÁPITA ANUAL</b>	<b>=</b>	<b>3 SACOS</b>

El consumo per cápita se obtiene de acuerdo a los resultados obtenidos de la pregunta número 10 de la encuesta, donde se detallan el número de sacos que cada persona compra anualmente. El consumo per cápita de los sacos de lana de borrego es de 3 sacos.

**Tabla 24: Demanda actual efectiva de sacos de lana de borrego**

HOGARES	CONSUMO PER CÁPITA	CONSUMO REAL SACOS	DEMANDA EFECTIVA 66%
2409	3	7227	4770

Para determinar la demanda actual efectiva de los sacos de lana de borrego se toma en cuenta el consumo per cápita multiplicado por el número de hogares de la parroquia de Julio Andrade, y esto a su vez multiplicado con el 66% que es el porcentaje efectivo de personas que de acuerdo a la encuesta comprarían sacos de lana de borrego.

### 2.6.12 Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se toma en cuenta la proyección de crecimiento de los hogares de la parroquia de Julio Andrade, multiplicado por el consumo per cápita y a su vez multiplicado por el 66%, que es el porcentaje efectivo de personas que comprarían los sacos de lana de borrego.

**Tabla 25: Proyección de la demanda**

AÑO	HOGARES	CONSUMO PER CÁPITA	CONSUMO REAL	DEMANDA EFECTIVA 66%
0	2409	3	7227	4770
1	2445	3	7335	4841
2	2482	3	7446	4914
3	2519	3	7557	4988
4	2557	3	7671	5063
5	2595	3	7785	5138

## 2.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Cuando se habla de oferta se hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones. El precio es una de las condiciones fundamentales que determina el nivel de oferta de un determinado bien en un mercado. ([www.eco-finanzas.com](http://www.eco-finanzas.com))

La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la oferta que exista de ese bien va a ser mayor; es decir, los productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor para ofrecer sus productos en el mercado durante un periodo, puesto que obtendrán mayores ganancias al hacerlo.

**Tabla 26: Oferta actual sacos de lana de borrego**

PRODUCTORES	SACOS POR PRODUCTOR/MENSUAL	TOTAL MENSUAL	OFERTA ANUAL
10	30	300	3600

### 2.7.1 Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se la realiza tomando el incremento de una unidad mensual por cada productor existente en la parroquia, lo que da como resultado lo siguiente:

**Tabla 27: Proyección de la oferta de sacos de lana de borrego**

AÑO	PRODUCTORES	SACOS POR PRODUCTOR/MENSUAL	TOTAL MENSUAL	OFERTA ANUAL
0	10	30	300	3600
1	10	31	310	3720
2	10	32	320	3840
3	10	33	330	3960
4	10	34	340	4080
5	10	35	350	4200

## 2.8 DEMANDA INSATISFECHA

Se denomina demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

La demanda insatisfecha del proyecto se la calcula a través de la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda insatisfecha} = \text{Demanda} - \text{Oferta}$$

**Tabla 28: Demanda insatisfecha**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	4770	3600	1170
1	4841	3720	1121
2	4914	3840	1074
3	4988	3960	1028
4	5063	4080	983
5	5138	4200	938

## CAPÍTULO III

### ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto es definido como la capacidad de producción de bienes y servicios medidos en un periodo de tiempo definido y ofrecidos en el mercado.

Al considerar el tamaño como una función de la capacidad de producción, se pueden distinguir tres tipos de capacidades:

- Capacidad de diseño: cantidad máxima de producción en condiciones ideales.
- Capacidad instalada: cantidad máxima disponible permanentemente.
- Capacidad utilizada: fracción de capacidad instalada que se está empleando. (es.slideshare.net)

##### 3.1.1 Factores Determinantes del Tamaño

Entre los factores que tienen relación con el tamaño del proyecto se encuentran:

###### 3.1.1.1 Mercado

A través del estudio de mercado, se determinan si existe o no una demanda potencial y en qué cantidad para determinar el tamaño del proyecto.

Lo importante es encontrar el tamaño óptimo del proyecto, que minimice los costos durante la vida útil del proyecto. (es.slideshare.net)

###### 3.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros

Si los recursos financieros no son suficientes para cubrir las necesidades de inversión, el proyecto no se ejecuta, por tal razón, el tamaño del proyecto debe ser aquel que pueda financiarse fácilmente y que en lo posible presente menores costos financieros.

La disponibilidad de recursos financieros que el proyecto requiere para inversiones fijas, diferidas y/o capital de trabajo es una condicionante que determina la cantidad a producir. (es.slideshare.net)

### **3.1.1.3 Economías de Escala**

Se refiere al beneficio que una empresa obtiene gracias a la expansión, es decir, es la propiedad por la que el costo total medio a largo plazo disminuye a medida que se incrementa la cantidad de producción.

### **3.1.2 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, experiencia, conocimientos, etc. (<http://www.eco-finanzas.com>)

La capacidad instalada para el presente proyecto es la siguiente:

**Tabla 29: Capacidad instalada del proyecto**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Nº de tejedoras	30
Producción mensual por tejedora	15
Producción mensual total	450
Producción anual	5400
<b>CAPACIDAD INSTALADA ANUAL</b>	<b>5400 SACOS DE LANA DE BORREGO</b>

## 3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.

### 3.2.1 Macro Localización

Es el estudio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Para el presente proyecto, la macro localización es en la Provincia de Carchi, cantón Tulcán.



**Ilustración 2: Mapa de la Provincia de Carchi**

Fuente: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)



### 3.2.2 Micro Localización

La micro localización, conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizará y operará el proyecto dentro de la macro zona.

Para la micro localización, se tendrán en cuenta los siguientes factores:

- Disponibilidad y costos de Recursos: Mano de obra, materias primas, servicios y comunicaciones.
- Otros Factores: Ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas.
- Costos de transporte de insumos y de productos.

La micro localización del proyecto es la parroquia de Julio Andrade.



**Ilustración 3: Mapa del Cantón Tulcán y sus parroquias**

Fuente: [www.google.com](http://www.google.com)

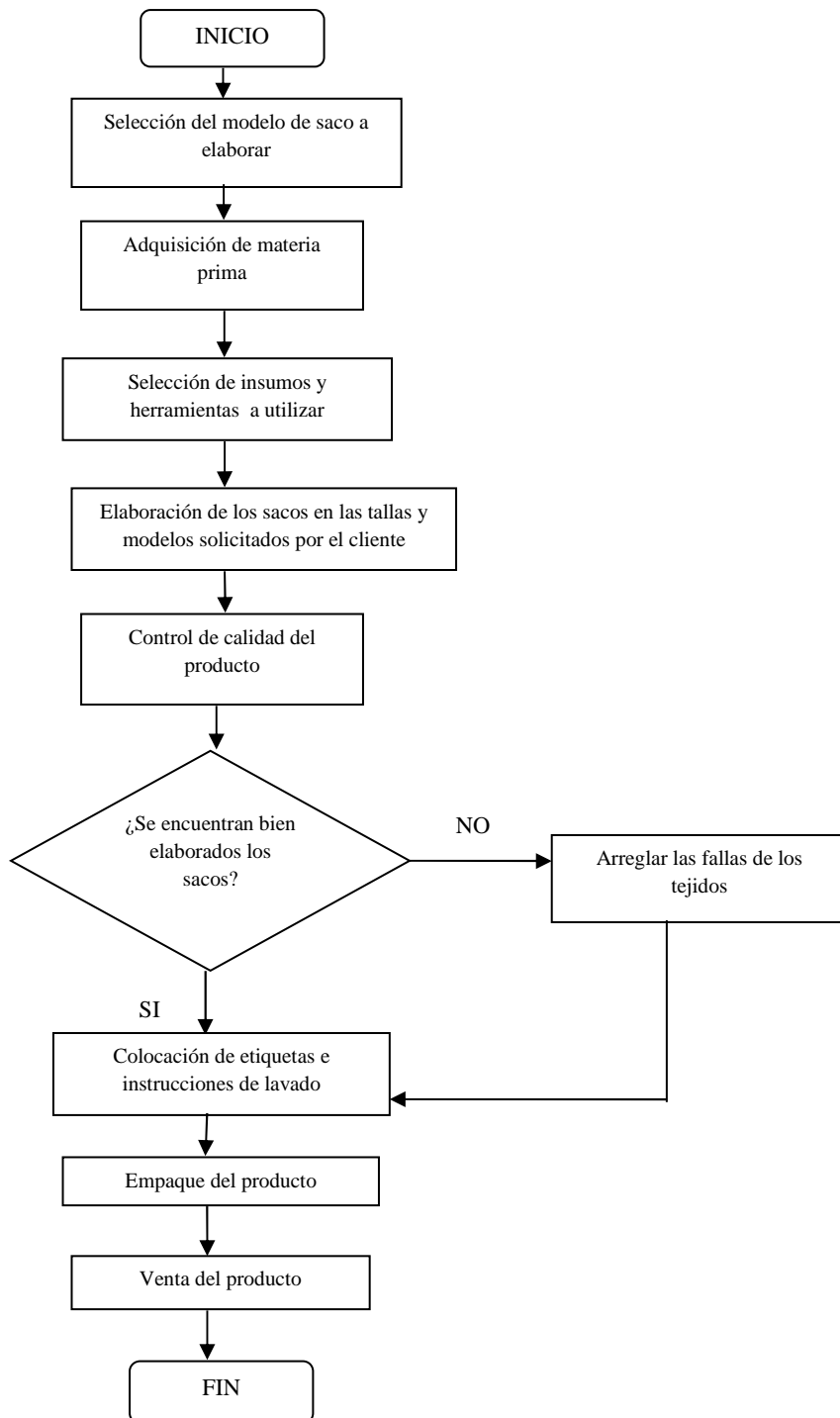
### **3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO**

#### **3.3.1 El Proceso de Producción**

El proceso de producción es un sistema de acciones dinámicamente interrelacionadas orientado a la transformación de ciertos productos en productos terminados, con el objetivo primario de incrementar su valor.

##### **3.3.1.1 Diagrama de Flujo**

El diagrama de flujo para el proceso de elaboración de los sacos de lana de borrego es el siguiente:

**Ilustración 4: Diagrama de Flujo del Proceso de Producción**

### 3.4 REQUERIMIENTO DE RECURSOS

#### 3.4.1 Recursos físicos

Los recursos físicos básicos que se requieren para la puesta en marcha del proyecto son los siguientes:

- **Establecimiento:** Lugar donde se realizará el proceso de producción y se venderá la mercadería
- **Muebles de oficina:** mesas, sillas, estantes, escritorio
- **Equipo de oficina:** teléfono, sumadoras
- **Equipo de computación:** computador, impresora
- **Vehículo:** camioneta para transportar la mercadería

#### 3.4.2 Requerimientos de Personal

Al tratarse de una asociación, el personal inicial por el que estará integrado el proyecto es un total de 30 mujeres, conocedoras del arte del tejido. Pero además se deberá contar con una persona que se encargará de la administración, un contador, y un chofer que se encargará del transporte de la mercadería hacia los clientes.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Tejedoras	30
Administrador	1
Contador	1
Chofer	1

#### 3.4.3 Requerimientos de Materiales y Servicios

Se requieren de los siguientes materiales y servicios para el funcionamiento del proyecto:

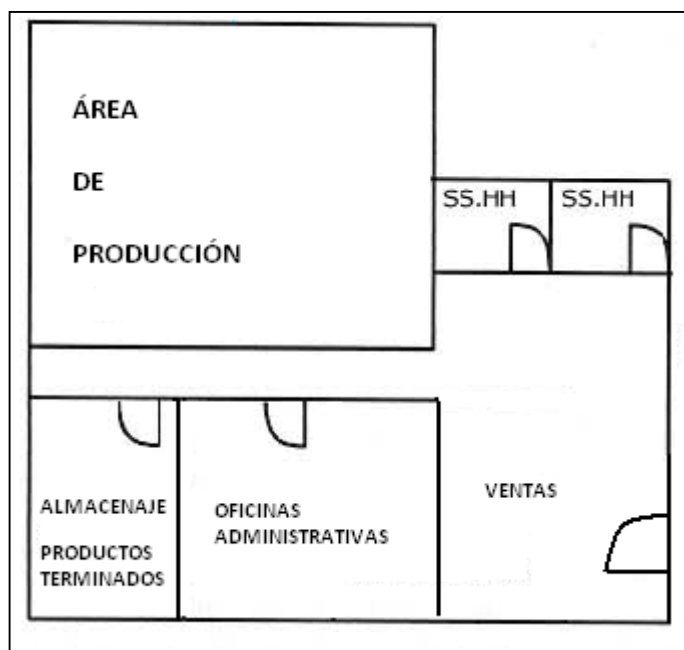
- **Insumos:** lana de borrego, agujones, agujetas, cintas métricas, botones, cierres, etiquetas.

- **Suministros de oficina:** resmas de papel, esferos, lápices, grapadoras, perforadoras, etc.
- **Servicios básicos:** energía eléctrica, agua potable, servicio telefónico, internet.

### 3.5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Para poder desarrollar las actividades de producción de los sacos de lana de borrego se deberá arrendar un local, el mismo que contará con la siguiente distribución:

#### Ilustración 5: Distribución de la planta



## **CAPITULO IV**

### **4. LA ASOCIACIÓN Y SU ORGANIZACIÓN**

#### **4.1 LA ASOCIACIÓN**

De acuerdo a la Ley de Economía Popular y Solidaria, a la cual se rige el presente proyecto, las organizaciones que forman parte de la economía popular y solidaria están integradas por aquellas conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares.

Las personas y organizaciones amparadas por la Ley de Economía Popular y Solidaria, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

- a) La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- c) El comercio justo y consumo ético y responsable;
- d) La equidad de género;
- e) El respeto a la identidad cultural;
- f) La autogestión;
- g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas;
- y,
- h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

##### **4.1.1 Nombre o Razón Social**

La Asociación se denominará: **“Asociación Tejer Vida”**

### **4.1.2 Constitución de la Asociación**

Para la constitución de la asociación, se toma en cuenta lo establecido en el Art. 18 de la Ley de Economía Popular y Solidaria, el mismo que establece que las organizaciones del sector asociativo son el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la Ley.

En el Art. 19 se establece la forma de gobierno y administración de las asociaciones, las mismas que constarán en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.

La integración y funcionamiento de los órganos directivos y de control de las organizaciones del sector asociativo, se normará en el Reglamento de la presente Ley, considerando las características y naturaleza propias de este sector.

## **4.2 BASE FILOSÓFICA DE LA ASOCIACIÓN**

La asociación está basada en el fomento de la solidaridad y apoyo entre sus integrantes, quienes a través de su trabajo buscan mejorar sus condiciones de vida y contribuir al desarrollo productivo de la sociedad.

### **4.2.1 Misión**

Asociación Tejer Vida es una asociación dedicada a la elaboración de sacos de lana de borrego, de la más alta calidad, basada en principios de solidaridad y

enfocada en el desarrollo productivo de las mujeres jefas de hogar de la parroquia de Julio Andrade.

#### **4.2.2 Visión**

Para el 2018 constituirse como la primera asociación de economía popular y solidaria líder en la elaboración y comercialización de sacos de lana de borrego en la parroquia de Julio Andrade, con miras a ampliar nuestra cobertura a nivel nacional.

#### **4.2.3 Estrategia de Asociación**

Las estrategias empleadas por la asociación son las siguientes:

- Capacitación constante al personal sobre mejoramiento del proceso de elaboración de los sacos de lana de borrego.
- Aprovechar los beneficios establecidos en la Ley de Economía Popular y Solidaria para el fomento de las actividades de la asociación.
- Establecer una ventaja diferencial en la presentación del producto terminado, la misma que nos permita estar un paso delante de la competencia.
- Hacer uso de las líneas de crédito establecidas por el gobierno a través del Banco Nacional de Fomento y de esta manera mejorar el proceso de producción y comercialización del producto.
- Publicitar las actividades que realiza la asociación en medios de comunicación locales.

#### **4.2.4 Objetivos Estratégicos**

- Lograr un posicionamiento gradual dentro del mercado nacional.



- Ser reconocidos por nuestros clientes como la primera opción al momento de comprar un saco de lana de borrego.
- Desarrollar y capacitar al personal, para que la producción de sacos sea cada vez de mejor calidad.
- Establecer de manera continua los más altos estándares de satisfacción del cliente.
- Potenciar la solidaridad como base para el desarrollo de la asociación y sus integrantes.

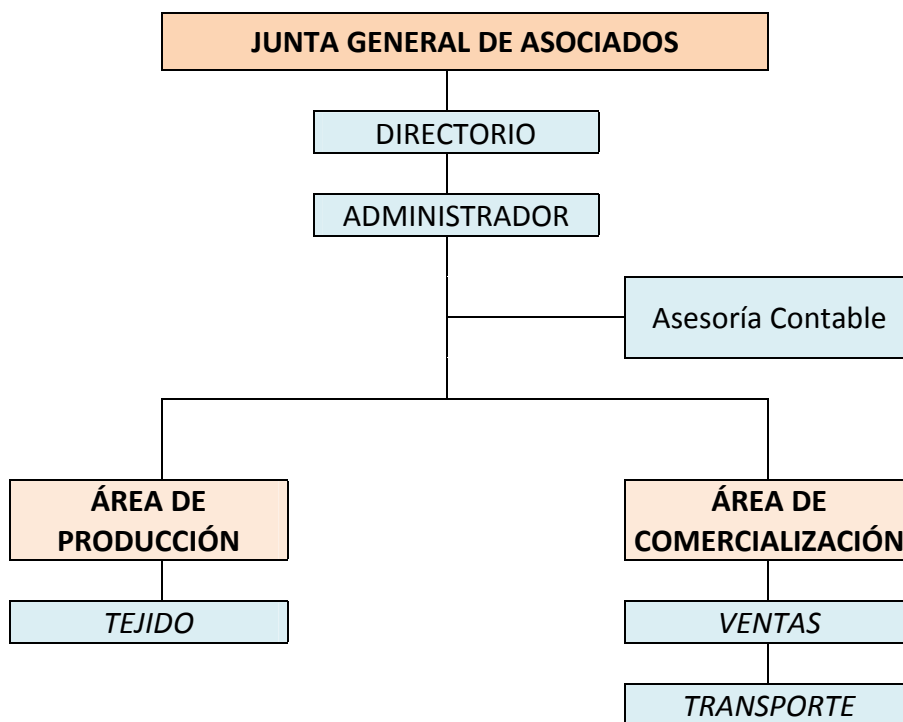
#### 4.2.5 Principios y Valores

- **Solidaridad:** Entre los integrantes de la asociación y como base fundamental en el desarrollo de las actividades de la organización.
- **Orientación hacia el cliente:** Alta calidad en los productos elaborados para la satisfacción total del cliente.
- **Compromiso:** Entre los integrantes y hacia los clientes.
- **Cooperación:** En las actividades diarias de la asociación.
- **Desempeño:** Lograr los mejores resultados en la producción, a través del trabajo en común.

### 4.3 LA ORGANIZACIÓN

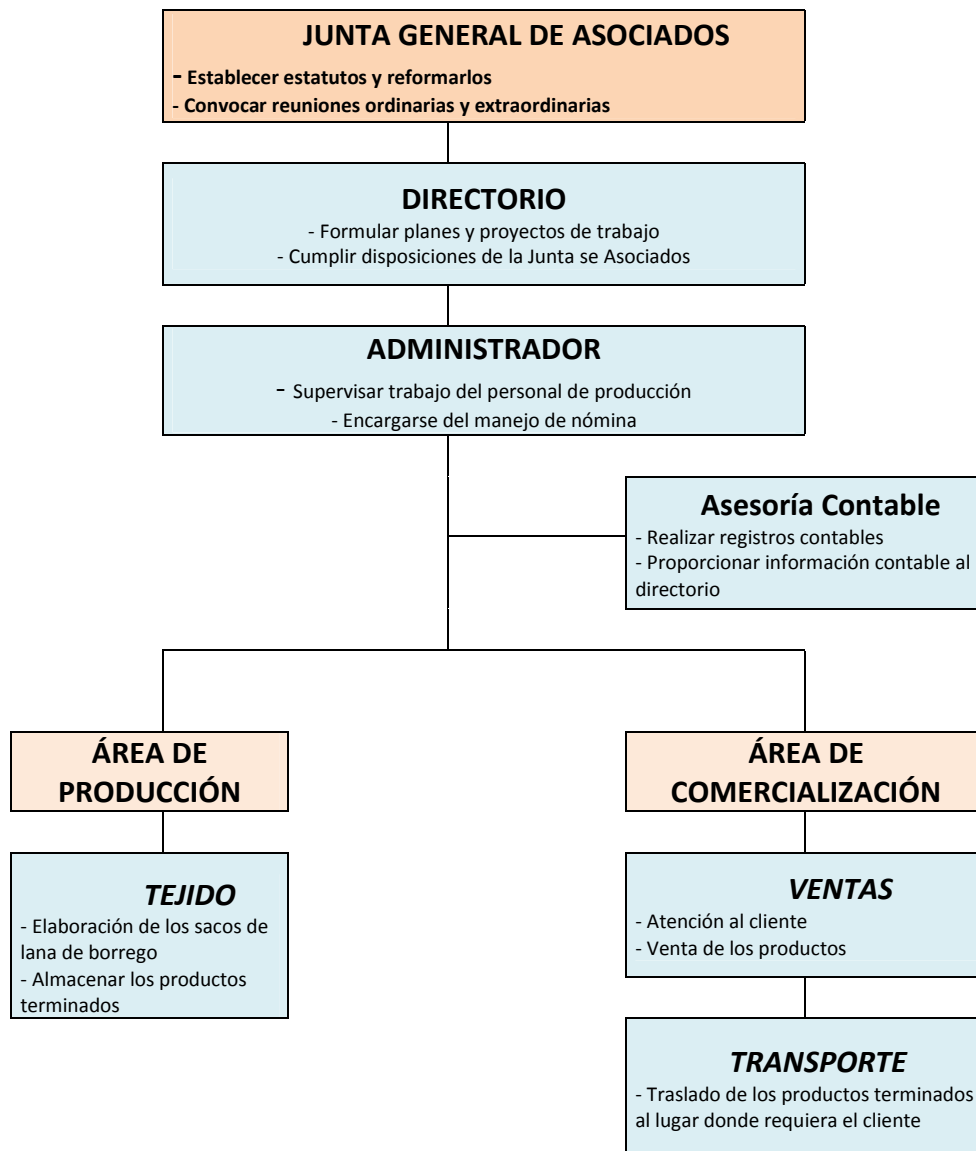
En este punto, se establece la forma cómo la asociación dispondrá su estructura organizacional y las funciones asignadas a cada miembro de la misma.

### 4.3.1 Organigrama Estructural



**Ilustración 6: Organigrama estructural**

### 4.3.2 Organigrama Funcional



**Ilustración 7: Organigrama Funcional**

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1 GENERALIDADES

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. Es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión, el cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.

#### 5.2 INVERSIÓN TOTAL

La inversión total del presente proyecto está conformada por: activos fijos, activos diferidos, suministros, capital de trabajo.

**Tabla 30: Inversión total**

DESCRIPCIÓN	VALOR
ACTIVOS FIJOS	10.377,00
ACTIVOS DIFERIDOS	880,00
CAPITAL DE TRABAJO	8.113,00
<b>TOTAL</b>	<b>19.370,00</b>

### 5.2.1 Activos Fijos

Según la Norma Internacional de Contabilidad, NIC 16, la propiedad, planta y equipos son los activos tangibles que posee una empresa para su uso en la producción o suministro de bienes y servicios, para arrendarlos a terceros o para propósitos administrativos, y se esperan usar durante más de un período económico.

La inversión en activos fijos se detalla a continuación:

**Tabla 31: Inversión en Activos Fijos**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
Computador	2	600,00	1.200,00
Impresora	1	280,00	280,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Escritorios	2	160,00	320,00
Sillas	40	4,80	192,00
Mesas	5	45,00	225,00
Vitrinas	2	210,00	420,00
Archivador	1	120,00	120,00
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			0,00
Teléfono	2	45,00	90,00
Sumadoras	2	15,00	30,00
<b>VEHÍCULO</b>			
Camioneta medio uso	1	7.500,00	7.500,00
<b>TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS</b>			<b>10.377,00</b>

### 5.2.2 Activos Diferidos

Las inversiones en activos diferidos son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortizar. (MENESES, pág. 123)

El total de inversión en activos diferidos es la siguiente:

**Tabla 32: Inversión en Activos Diferidos**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio de mercado	150,00
Estudios técnicos	180,00
Trámites legales	350,00
Gastos pre operativos	200,00
<b>TOTAL</b>	<b>880,00</b>

### 5.2.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo es el conjunto de recursos necesarios para la puesta en marcha de la asociación, es decir, debe contar con este capital para empezar su funcionamiento.

**Tabla 33: Inversión en Capital de Trabajo**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Materia Prima	2.868,00
Mano de Obra Directa	3.000,00
Costos Generales de Fabricación	400,00
Sueldos Administrativos	1.280,00
Suministros de Oficina	30,00
Servicios Básicos	80,00
Suministros de Limpieza	25,00
Arriendo local	400,00
Mantenimiento vehículo	20,00
Publicidad	10,00
<b>TOTAL</b>	<b>8.113,00</b>

### 5.3 FINANCIAMIENTO

El financiamiento consiste en la obtención de los recursos económicos en las condiciones más favorables y ventajosas para llevar a cabo el proyecto.

El financiamiento del presente proyecto está conformado por el aporte de las asociadas (30 asociadas con un aporte de \$100,00 dólares c/u) y por un crédito que será solicitado en el Banco Nacional de Fomento.

**Tabla 34: Financiamiento**

FUENTE	INVERSIÓN	% PARTICIPACIÓN
RECURSOS PROPIOS	3.000,00	15%
PRÉSTAMO BANCARIO	16.370,00	85%
<b>TOTAL</b>	<b>19.370,00</b>	<b>100%</b>

#### 5.3.1 Tabla de Amortización Deuda Bancaria

El siguiente es el detalle del crédito que se solicitará en el BNF y su respectiva tabla de amortización:

**Monto:** 16.370,00

**Plazo:** 5 años

**Tasa de Interés:** 10%

**Pagos:** Semestrales

**Tabla 35: Amortización Préstamo Bancario**

Cuota	Saldo Inicial	Interés	Cuota de Amortización	Capital Amortizado	Valor a Pagar
1	16,370.00	818.50	1,637.00	1,637.00	2,455.50
2	14,733.00	736.65	1,637.00	3,274.00	2,373.65
3	13,096.00	654.80	1,637.00	4,911.00	2,291.80
4	11,459.00	572.95	1,637.00	6,548.00	2,209.95
5	9,822.00	491.10	1,637.00	8,185.00	2,128.10
6	8,185.00	409.25	1,637.00	9,822.00	2,046.25
7	6,548.00	327.40	1,637.00	11,459.00	1,964.40
8	4,911.00	245.55	1,637.00	13,096.00	1,882.55
9	3,274.00	163.70	1,637.00	14,733.00	1,800.70
10	1,637.00	81.85	1,637.00	16,370.00	1,718.85

**Fuente:** (www.bnf.fin.ec)

## 5.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS

### 5.4.1 Fijación del Precio

Para la fijación del precio se toma en cuenta los costos de las materias primas, mano de obra, costos generales de fabricación y gastos adicionales en que se incurre para la elaboración de los sacos. El cálculo es el siguiente:

**Tabla 36: Fijación precio de venta**

DESCRIPCIÓN	VALOR
TOTAL COSTOS	3883,60
SACOS ELABORADOS POR MES	450
COSTO UNITARIO	8,63
UTILIDAD 20%	1,38
<b>PRECIO DE VENTA POR SACO</b>	<b>10,00</b>



### 5.4.2 Presupuesto de Ventas

El presupuesto de ventas se lo realiza tomando en cuenta la producción anual de sacos de lana de borrego, que es de 5400, y multiplicado por el precio de venta. Se establece un incremento en el precio de venta a partir del segundo año del 5%.

**Tabla 37: Presupuesto de Ventas**

AÑOS	PRODUCCIÓN ANUAL SACOS	VALOR POR PERSONA	TOTAL
AÑO 1	5400	10	<b>54.000,00</b>
AÑO 2	5400	10,5	<b>56.700,00</b>
AÑO 3	5400	11,03	<b>59.562,00</b>
AÑO 4	5400	11,58	<b>62.532,00</b>
AÑO 5	5400	12,16	<b>65.664,00</b>

### 5.5 PRESUPUESTO DE GASTOS

Para elaborar el presupuesto de gastos, se toma en cuenta lo siguiente:

**Tabla 38: Gastos del Proyecto**

DESCRIPCIÓN GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		
Materia Prima	1.329,00	15.948,00
Mano de Obra Directa	800,00	9.600,00
Costos Generales de Fabricación	200,00	2.400,00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldos Administrativos	680,00	8.160,00
Suministros de Oficina	30,00	360,00
Suministros de Limpieza	25,00	300,00
Arriendo local	250,00	3.000,00
Servicios Básicos	70,00	840,00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
Sueldos Ventas	340,00	4.080,00
Mantenimiento vehículo	20,00	240,00
Publicidad	10,00	120,00
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		
Gasto Interés	129,60	1.555,15
<b>TOTAL</b>	<b>3.883,60</b>	<b>46.603,15</b>

**Tabla 39: Depreciación Activos Fijos**

ACTIVO FIJOS	% DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL
Muebles y Enseres	10%	10 AÑOS
Equipo de Oficina	10%	10 AÑOS
Equipos de Computación	33,33%	3 AÑOS
Vehículo	20%	5 AÑOS

**Tabla 40: Valores Depreciación Activos Fijos**

DESCRIPCIÓN	VALOR COMPRA	DEPRECIACIÓN ANUAL									
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Muebles y Enseres	1.277,00	127,70	127,70	127,70	127,70	127,70	127,70	127,70	127,70	127,70	127,70
Equipo de Oficina	120,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Equipos de Computación	1.480,00	493,33	493,33	493,34							
Vehículo	7.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00					
<b>TOTALES</b>	<b>10.377,00</b>	<b>2.133,03</b>	<b>2.133,03</b>	<b>2.133,04</b>	<b>1.639,70</b>	<b>1.639,70</b>	<b>139,70</b>	<b>139,70</b>	<b>139,70</b>	<b>139,70</b>	<b>139,70</b>

**Tabla 41: Amortización Activos Diferidos**

DESCRIPCIÓN	MONTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Constitución	880,00	176,00	176,00	176,00	176,00	176,00

### 5.5.1 Presupuesto de Gastos del Proyecto

Se establece un incremento del 3% en los costos de producción, del 2% en los gastos administrativos y del 1% en los gastos de ventas. El valor del interés se toma de la tabla de amortización del préstamo bancario.

**Tabla 42: Presupuesto de Gastos**

DESCRIPCIÓN GASTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
Materia Prima	15.948,00	16.426,44	16.919,23	17.426,81	17.949,61
Mano de Obra Directa	9.600,00	9.888,00	10.184,64	10.490,18	10.804,88
Costos Generales de Fabricación	2.400,00	2.472,00	2.546,16	2.622,54	2.701,22
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos Administrativos	8.160,00	8.323,20	8.489,66	8.659,46	8.832,65
Suministros de Oficina	360,00	367,20	374,54	382,03	389,68
Suministros de Limpieza	300,00	306,00	312,12	318,36	324,73
Arriendo local	3.000,00	3.060,00	3.121,20	3.183,62	3.247,30
Servicios Básicos	840,00	856,80	873,94	891,41	909,24
Depreciaciones	2.133,03	2.133,03	2.133,04	1.639,70	1.639,70
Amortizaciones	176,00	176,00	176,00	176,00	176,00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
Sueldos Ventas	4.080,00	4.120,80	4.162,01	4.203,63	4.245,66
Mantenimiento vehículo	240,00	242,40	244,82	247,27	249,74
Publicidad	120,00	121,20	122,41	123,64	124,87
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Gasto Interés	1.555,15	1.227,75	900,35	572,95	245,55
<b>TOTALES</b>	<b>48.912,18</b>	<b>49.720,82</b>	<b>50.560,13</b>	<b>50.937,61</b>	<b>51.840,84</b>

## 5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es aquel nivel de actividad en el que la empresa no gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero. Por debajo de ese nivel de actividad la empresa tendrá pérdidas. Si el nivel de actividad fuera superior, la empresa obtendrá beneficios.

La fórmula para el cálculo del punto de equilibrio es la siguiente:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

### 5.6.1 Clasificación de Costos y Gastos

Para el cálculo del punto de equilibrio del proyecto, es necesario realizar una clasificación de los costos y gastos en fijos y variables.

**Tabla 43: Clasificación de Costos y Gastos**

DESCRIPCIÓN GASTO	TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			
Materia Prima	15.948,00		15.948,00
Mano de Obra Directa	9.600,00		9.600,00
Costos Generales de Fabricación	2.400,00		2.400,00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
Sueldos Administrativos	8.160,00	8.160,00	
Suministros de Oficina	360,00		360,00
Suministros de Limpieza	300,00		300,00
Arriendo local	3.000,00	3.000,00	
Servicios Básicos	840,00	840,00	
Depreciaciones	2.133,03	2.133,03	
Amortizaciones	176,00	176,00	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>			
Sueldos Ventas	4.080,00	4.080,00	
Mantenimiento vehículo	240,00		240,00
Publicidad	120,00		120,00
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>			
Gasto Interés	1.555,15	1.555,15	
<b>TOTALES</b>	<b>48.912,18</b>	<b>19.944,18</b>	<b>28.968,00</b>

### 5.6.2 Cálculo del Punto de Equilibrio

Luego de realizada la clasificación de los costos y gastos en fijos y variables, se procede con el cálculo del punto de equilibrio, aplicando la fórmula respectiva:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

Reemplazando:

$$PE = \frac{19944,18}{1 - \frac{28.968,00}{54.000,00}}$$

$$PE = 43024,36$$

## 5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Los estados financieros proforma son estados que contienen, en todo o en parte, uno o varios supuestos o hipótesis con el fin de mostrar cuál sería la situación financiera o los resultados de las operaciones si éstos acontecieran, es un estado estimado que acompaña frecuentemente a un presupuesto.

### 5.7.1 Estado de Resultados

El estado de resultados, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un período determinado.

(<http://es.wikipedia.org>)

Tabla 44: Estado de Resultados

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	54.000,00	56.700,00	59.562,00	62.532,00	65.664,00
<b>(-) COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
Materia prima	15.948,00	16.426,44	16.919,23	17.426,81	17.949,61
Mano de Obra Directa	9.600,00	9.888,00	10.184,64	10.490,18	10.804,88
Costos Generales de Fabricación	2.400,00	2.472,00	2.546,16	2.622,54	2.701,22
<b>TOTAL COSTO PRODUCCIÓN</b>	<b>27.948,00</b>	<b>28.786,44</b>	<b>29.650,03</b>	<b>30.539,53</b>	<b>31.455,72</b>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>26.052,00</b>	<b>27.913,56</b>	<b>29.911,97</b>	<b>31.992,47</b>	<b>34.208,28</b>
<b>(-) GASTOS</b>					
Sueldos Administrativos	8.160,00	8.323,20	8.489,66	8.659,46	8.832,65
Suministros de Oficina	360,00	367,20	374,54	382,03	389,68
Suministros de Limpieza	300,00	306,00	312,12	318,36	324,73
Arriendo local	3.000,00	3.060,00	3.121,20	3.183,62	3.247,30
Servicios Básicos	840,00	856,80	873,94	891,41	909,24
Depreciaciones	2.133,03	2.133,03	2.133,04	1.639,70	1.639,70
Amortizaciones	176,00	176,00	176,00	176,00	176,00
Sueldos Ventas	4.080,00	4.120,80	4.162,01	4.203,63	4.245,66
Mantenimiento vehículo	240,00	242,40	244,82	247,27	249,74
Publicidad	120,00	121,20	122,41	123,64	124,87
Gasto Interés	1.555,15	1.227,75	900,35	572,95	245,55
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>20.964,18</b>	<b>20.934,38</b>	<b>20.910,10</b>	<b>20.398,08</b>	<b>20.385,12</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES</b>	<b>5.087,82</b>	<b>6.979,18</b>	<b>9.001,87</b>	<b>11.594,39</b>	<b>13.823,16</b>
(-) 15% Participación de trabajadores	763,17	1.046,88	1.350,28	1.739,16	2.073,47
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>4.324,65</b>	<b>5.932,30</b>	<b>7.651,59</b>	<b>9.855,23</b>	<b>11.749,68</b>
(-) Impuesto a la renta 22%	951,42	1.305,11	1.683,35	2.168,15	2.584,93
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>3.373,22</b>	<b>4.627,20</b>	<b>5.968,24</b>	<b>7.687,08</b>	<b>9.164,75</b>



### **5.7.2 Estado de Flujo de Efectivo**

El objetivo del flujo de efectivo es básicamente determinar la capacidad de la empresa para generar efectivo, con el cual pueda cumplir con sus obligaciones y con sus proyectos de inversión y expansión. Adicionalmente, el flujo de efectivo permite hacer un estudio o análisis de cada una de las partidas con incidencia en la generación de efectivo, datos que pueden ser de gran utilidad para el diseño de políticas y estrategias encaminadas a realizar una utilización de los recursos de la empresa de forma más eficiente. (<http://www.gerencie.com>)

**Tabla 45: Estado de Flujo de Efectivo**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		54.000,00	56.700,00	59.562,00	62.532,00	65.664,00
(-) Costo de Producción		-27.948,00	-28.786,44	-29.650,03	-30.539,53	-31.455,72
(-) Gastos Administrativos		-14.969,03	-15.222,23	-15.480,50	-15.250,59	-15.519,29
(-) Gastos de Ventas		-4.440,00	-4.484,40	-4.529,24	-4.574,54	-4.620,28
(-) Gastos Financieros		-1.555,15	-1.227,75	-900,35	-572,95	-245,55
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>5.087,82</b>	<b>6.979,18</b>	<b>9.001,87</b>	<b>11.594,39</b>	<b>13.823,16</b>
(-) 15% Participación de trabajadores		763,17	1.046,88	1.350,28	1.739,16	2.073,47
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>		<b>4.324,65</b>	<b>5.932,30</b>	<b>7.651,59</b>	<b>9.855,23</b>	<b>11.749,69</b>
(-) Impuesto a la renta 22%		951,42	1.305,11	1.683,35	2.168,15	2.584,93
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>3.373,22</b>	<b>4.627,20</b>	<b>5.968,24</b>	<b>7.687,08</b>	<b>9.164,76</b>
Venta de activos		0	0	0	0	0
Depreciación Activos fijos		2.133,03	2.133,03	2.133,04	1.639,70	1.639,70
Amortización		176	176	176	176	176
Inversión inicial	-11.257,00					
Inversión nueva		0	0	0	0	0
Inv. Capital de trabajo	-8.113,00					
Préstamo bancario	16.370,00					
Amortización deuda		-4.829,15	-4.501,75	-4.174,35	-3.846,95	-3.519,55
<b>FLUJO EFECTIVO PROYECTO</b>	<b>-3.000,00</b>	<b>853,10</b>	<b>2.434,48</b>	<b>4.102,93</b>	<b>5.655,83</b>	<b>7.460,91</b>

## 5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

Antes que mostrar el resultado contable de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión. (<http://www.gestiopolis.com>)

### 5.8.1 Costo Promedio Ponderado de Capital

El costo promedio ponderado de capital de una empresa es lo que le cuesta en promedio a la compañía cada dólar que está utilizando. Desde el punto de vista financiero, este rubro es la tasa de retorno mínima exigida a los proyectos de inversión de tal forma que permita mantener el valor de la empresa.

Para el cálculo del costo promedio de capital se debe tomar en cuenta el porcentaje de interés del préstamo bancario (10%) y el porcentaje de la tasa de interés pasiva (5.07%) establecida por el Banco Central del Ecuador. Su fórmula es la siguiente:

$$K_p = (K_e * W_e) + (K_d * W_d)$$

Donde:

$K_p$  = Costo promedio ponderado de capital

$K_e$  = Costo de recursos propios

$W_e$  = Participación recursos propios

$K_d$  = Costo de la deuda

$W_d$  = Participación recursos financiados

Reemplazando:

$$K_p = (5,07\% * 15\%) + (10\% * 85\%)$$

$$K_p = 0,007605 + 0,085$$

$$K_p = 9,26\%$$

**Tabla 46: Costo Promedio Ponderado de Capital**

FUENTE	INVERSIÓN	% PARTICIPACIÓN	COSTO DE CAPITAL	PONDERACIÓN
CAPITAL PROPIO	3.000,00	15%	5,07%	0,007605
PRÉSTAMO BANCARIO	16.370,00	85%	10%	0,085
<b>TOTAL</b>	<b>19.370,00</b>	<b>100%</b>		<b>0,092605</b>
<b>COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL</b>				<b>9,26%</b>

### 5.8.2 Tasa Mínima Aceptable de Rentabilidad (TMAR)

La TMAR o tasa mínima aceptable de rentabilidad, es la tasa que representa una medida de rentabilidad, la mínima que se le exigirá al proyecto de tal manera que permita cubrir:

- La totalidad de la inversión inicial
- Los egresos de operación
- Los intereses que deberán pagarse por aquella parte de la inversión financiada con capital ajeno a los inversionistas del proyecto
- Los impuestos
- La rentabilidad que el inversionista exige a su propio capital invertido

La TMAR se calcula tomando en cuenta la tasa de Costo Promedio Ponderado de Capital, más el porcentaje de inflación (3.98%) y más el porcentaje de riesgo país (5.7%), datos establecidos por el Banco Central del Ecuador.

**Tabla 47: Tasa Mínima Aceptable de Rentabilidad**

DESCRIPCIÓN	VALOR
CPPC	9,26%
(+) INFLACIÓN	3,98%
(+) RIESGO PAÍS	5,70%
<b>TMAR</b>	<b>18,94%</b>

### 5.8.3 Valor Actual Neto (VAN)

Es la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de efectivo esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial. Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo, el proyecto es rentable. (<http://es.slideshare.net>)

El cálculo del VAN se realiza aplicando la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{FNF_1}{(1+i)^1} + \frac{FNF_2}{(1+i)^2} + \frac{FNF_3}{(1+i)^3} + \frac{FNF_4}{(1+i)^4} + \frac{FNF_5}{(1+i)^5} - II$$

Donde:

FNF = Flujos de efectivo del periodo

II = Inversión inicial.

i = TMAR

Reemplazando los datos en la fórmula tenemos:

$$VAN = \frac{853,10}{(1+0,1894)^1} + \frac{2434,48}{(1+0,1894)^2} + \frac{4102,93}{(1+0,1894)^3} + \frac{5655,83}{(1+0,1894)^4} + \frac{7460,91}{(1+0,1894)^5} - 3000,00$$

$$VAN = 717,25 + 1720,88 + 2438,43 + 2826,08 + 3134,38 - 3000,00$$

$$VAN = \mathbf{7837,02}$$

El VAN resultante es positivo, de ahí que el proyecto es ACEPTABLE

### 5.8.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje.

Su fórmula es la siguiente:

$$\mathbf{TIR} = Ti + (Ts - Ti) * (VAN\ Positivo / VAN\ Positivo - VAN\ Negativo)$$

Donde:

Ti = Tasa inferior, con la cual se obtiene un VAN positivo

Ts = Tasa superior, con la cual se obtiene un VAN negativo

**Tabla 48: Cálculo Ti y Ts**

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	VALOR ACTUAL AL 77%	VALOR ACTUAL AL 78%
1	853,10	481,98	479,27
2	2.434,48	777,07	768,36
3	4.102,93	739,90	727,50
4	5.655,83	576,24	563,40
5	7.460,91	429,46	406,00
	<b>SUMA</b>	<b>3.004,65</b>	<b>2.944,53</b>
	INV. INICIAL	3.000,00	3.000,00
	<b>VAN</b>	<b>4,65</b>	<b>-55,47</b>

Reemplazando:

$$\mathbf{TIR} = 77\% + (78\% - 77\%) * (4.65 / 4.65 - (-55.47))$$

$$\mathbf{TIR} = 77\% + (78\% - 77\%) * (4.65 / 4.65 - (-55.47))$$

$$\mathbf{TIR} = 77.08\%$$

Con estos resultados, se puede establecer que el proyecto es ACEPTABLE.

### 5.8.5 Relación Beneficio/Costo

El análisis beneficio/costo es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad. Su fórmula es la siguiente:

$$B / C = \frac{\sum FNF}{Inversión\ Inicial}$$

Donde:

FNF = Flujo neto de fondos

Reemplazando:

$$B/C = \frac{3004,65}{3000}$$

$$B/C = 1,02\%$$

El proyecto se **ACEPTA** ya que el índice que resultó del análisis es mayor a 1.

### 5.8.6 Período de Recuperación de la Inversión

Mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Su fórmula es la siguiente:

$$PRI = A + (B - C) / D$$

Donde:

A = Año en el cual el flujo acumulado no ha sobrepasado el flujo inicial invertido

B = Monto inicial invertido

C = Flujo acumulado que no sobrepasa en flujo inicial

D = Flujo no acumulado que hace el flujo acumulado sobrepase al flujo inicial invertido

Para esto se requiere de la siguiente información:

AÑOS	FLUJO EFECTIVO ANUAL	FLUJOS ACUMULADOS
1	853,1	853,10
2	2434,48	3287,58
3	4102,93	7390,51
4	5655,83	13046,34
5	7460,91	20507,25

Reemplazando:

$$PRI = A + (B - C) / D$$

$$PRI = 1 + (3000 - 853.10) / 2434,48$$

$$PRI = 1.88 \text{ AÑOS}$$

### 5.8.7 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad de un proyecto de inversión es una de las herramientas que nos proporciona la información básica para tomar una decisión acorde al grado de riesgo que se decida asumir en un proyecto.

Con los datos del proyecto se establece lo siguiente:

**Tabla 49: Análisis de sensibilidad**

INDICADOR	RESULTADOS	OBSERVACIONES
VAN	7.837,02	ACEPTABLE
TIR	77,08%	ACEPTABLE
B/C	1,02%	ACEPTABLE



## **CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1 CONCLUSIONES**

- El desarrollo del presente proyecto es de carácter asociativo y cuenta con los beneficios que el gobierno brinda a los actores de la economía popular y solidaria para que alcancen sus objetivos, basados en la solidaridad, cooperación y reciprocidad.
- Una de las principales fortalezas del proyecto es que para la elaboración de los tejidos se emplea materia prima natural y su elaboración en 100% a mano, lo cual incentiva la valoración de la mano de obra nacional.
- A través del estudio de mercado se pudo determinar las necesidades de la población por los tejidos de lana de borrego y sus preferencias en cuanto a la variedad de productos, de esta manera se cuenta con información importante para la puesta en marcha del proyecto.
- Se deben establecer estrategias en cuanto a la comercialización del producto y de esta forma acceder y posicionarse en el mercado de manera eficaz y oportuna.
- De acuerdo al estudio financiero, se pudo determinar que el proyecto es factible, y que además de generar recursos económicos, contribuye al desarrollo social de las mujeres que formarán parte de la asociación, ya que generarán recursos propios que irán en beneficio de sus respectivos hogares.

## 6.2 RECOMENDACIONES

- Aprovechar la acogida que tienen en el mercado los tejidos de lana de borrego, y elaborar estrategias que permitan incrementar las ventas y acceder a nuevos lugares donde distribuir los productos.
- Mantenerse al día con los gustos y preferencias de los clientes en cuanto a los tejidos de lana de borrego, para innovar continuamente y presentar nuevos modelos que sean del agrado de los clientes y satisfagan sus necesidades.
- Aprovechar las oportunidades que brinda el gobierno a las organizaciones de economía popular y solidaria, en cuanto a créditos, capacitaciones, asesorías, participaciones en eventos y ferias, etc.
- Cumplir a tiempo con los pedidos de productos por parte de los clientes, para así garantizar su satisfacción y la realización de nuevos pedidos.
- Desarrollar estrategias de comercialización que permitan acceder a nuevos mercados e incrementar las ventas. De esta manera se puede dar oportunidad a que más mujeres ingresen a la asociación y generen recursos importantes que vayan en beneficio de sus hogares.

## BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina Gabriel. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos informáticos*. México: Mcgraw-Hill Interamericana.
- Buenastareas.com/ensayos, w. (2011). *Identificación del producto o servicio*.
- CONSTITUCIÓN POLÍTICA. (2008). Quito.
- es.slideshare.net. (s.f.). *es.slideshare.net*. Recuperado el 4 de 11 de 2014, de es.slideshare.net
- Farber., B. P. (2002). *199 preguntas sobre marketing y publicidad*. Bogotá: Norma.
- Geoffrey., R. (2003). *Principios de Marketing*. Editores Sapin.
- http://es.slideshare.net. (s.f.). *http://es.slideshare.net*. Recuperado el 10 de 11 de 2014, de http://es.slideshare.net/chepuis1234/valor-actual-neto-14137884
- http://es.wikipedia.org. (s.f.). *http://es.wikipedia.org*. Recuperado el 10 de 11 de 2014, de http://es.wikipedia.org/wiki/Estado\_de\_resultados
- http://www.eco-finanzas.com. (s.f.). *http://www.eco-finanzas.com*. Recuperado el 4 de 11 de 2014, de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD\_INSTALADA.htm
- http://www.gerencie.com. (s.f.). *http://www.gerencie.com*. Recuperado el 10 de 11 de 2014, de http://www.gerencie.com/estado-de-flujos-de-efectivo.html
- http://www.gestiopolis.com. (s.f.). *http://www.gestiopolis.com*. Recuperado el 10 de 11 de 2014, de http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/evaluacion-financiera-de-proyectos-precios-corrientes-y-constantes.htm
- INSTITUTO DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA. (2009). Quito.
- LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA. (2011). Quito.
- Mankiw, G. (2006). *Principios de Economía*. México: Mc Graw Hill.
- Marcial, C. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: ECOE.
- MENESES, E. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Tercera Edición.
- Nacional, A. (2008). *CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR*. Quito: Registro Oficial.
- Orta, C. F. (2014). *Estructura de Mercado de Bienes y servicios*. Guadalajara.
- PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR. (2013-2017). Quito.
- PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR. (2013-2017). Quito.

Rubira, A. (2013). *La demanda potencial 1*. México: Macgraw hill.

SENPLADES. (2013).

www.bnf.fin.ec. (s.f.). *www.bnf.fin.ec*. Recuperado el 9 de 11 de 2014, de [https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=342&lang=es](https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=342&lang=es)

www.eco-finanzas.com. (s.f.). <http://www.eco-finanzas.com>. Recuperado el 4 de 11 de 2014, de [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA\\_EFECTIVA.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA_EFECTIVA.htm)

## ANEXO 1

### UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE INGENIERIA COMERCIAL

#### ENCUESTA PARA LA PRODUCCIÓN DE SACOS DE LANA DE BORREGO EN EL CANTÓN TULCÁN

**La presente encuesta tiene como objetivo recabar información para el proyecto de factibilidad de la creación de un centro de acopio y comercialización con carácter asociativo, popular y solidario para la producción artesanal de sacos de lana de borrego.**

**INSTRUCCIONES: Marque con una X en la respuesta seleccionada.**

**Pregunta No. 1** ¿Utiliza sacos de lana para protegerse del frío?

Si..... No.....

**Pregunta No.2** ¿Qué tipo de sacos de lana prefiere usted, tejidos a mano o en máquinas industriales?

Tejidos a mano..... Tejidos a máquina.....

**Pregunta No.3** ¿Utiliza usted los sacos de lana de borrego, y los sacos de orlón, al mismo tiempo o solamente los de lana de borrego?

Si.....No.....

**Pregunta No.4** ¿Qué otros tipos de prendas utiliza usted para protegerse del frío?

Sacos de lana de Orlón..... Chompas..... Ambos tipos.....

**Pregunta No.5** ¿Por qué razón prefiere los sacos de lana de borrego?

Mayor duración.....Más abrigados.....Mejor precio.....

**Pregunta No.6** ¿Qué tipo de prendas adquiere con mayor frecuencia?

Sacos.....Bufandas.....Gorras.....

**Pregunta No.7.-** ¿Cuáles son las características que toma en cuenta para adquirir un saco de lana de borrego?

Que sea durable.....Que sea bien tejido.....Que tenga buen diseño.....

**Pregunta No.8** ¿Con qué frecuencia adquiere usted un saco de lana de borrego?

3 MESES.....

6 MESES.....

9 MESES.....

CADA AÑO.....

MÁS DE 1 AÑO.....

**Pregunta No. 9** ¿Cuál es el factor más importante al momento de comprar un saco de lana de borrego?

DETALLES.....

PRECIO.....

DISEÑO.....

CALIDAD.....

COLOR.....

**Pregunta No. 10** ¿Cuántos sacos de lana de borrego adquiere usted por año?

UNO.....

DOS.....

TRES.....

CUATRO.....

MÁS DE CUATRO.....

**Pregunta No. 11** ¿Tiene usted clientes fijo para la compra de sus sacos de lana de borrego?

Si.....No.....

**Pregunta No.12** ¿Conoce usted alguna forma de adquirir los tejidos en lana de borrego en la ciudad de Tulcán?

MERCADO.....

FERIA.....

ALMACENES.....

AMBULANTE.....

A DOMICILIO.....

**Pregunta No.13.-** ¿Cuál es el precio que paga por un saco de lana de borrego?

15 DÓLARES.....

20 DÓLARES.....

25 DÓLARES.....

30 DÓLARES.....

MÁS DE 30 DÓLARES.....

**Pregunta No. 14** ¿Dónde adquiere usted los sacos de lana de borrego?

MERCADO.....

ALMACÉN.....

FERIAS.....

ASOCIACIÓN.....

A DOMICILIO.....

**Pregunta No. 15** ¿En qué medios ha escuchado o visto publicidad acerca de sacos de lana de borrego?

RADIO.....

TV.....

PRENSA.....

INTERNET.....

SITIOS DE COMPRA.....

NINGUNO.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.