

---

---

# CERTIFICACIÓN

Por medio de la presente, certificamos que el **Sra. Magaly Fernanda Padilla Chicaiza**, ha cumplido con la elaboración de su tesis titulada **“IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ARTESANIAS EN GENERAL UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA CANTÓN MEJÍA”**

**Ing. Geovanny Salazar**  
**Director**

**Ing. Danny Zambrano**  
**Codirector**

# Agradecimiento

Gracias Dios Una vez Mas..!

Magaly Padilla.

DiplomataH

## DEDICATORIA.

*El presente estudio se lo dedico a mi Esposo Christian Rivera por estar conmigo en los momentos más difíciles y brindarme sus palabras de apoyo*

*A la Dra. Teresa Chicaiza mi Madre por darme el ejemplo y el aliento para terminar mi carrera profesional.*

*Al Ing. Geovanny Salazar e Ing. Danny Zambrano, por su valiosa guía y paciencia incondicional, por sus acertadas correcciones, explicaciones y recomendaciones sin las cuales no habría sido posible culminar con el presente estudio*

*Magaly Padilla*

---

---

# ***RESUMEN***

## **IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ARTESANIAS EN GENERAL UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA CANTÓN MEJÍA**

El estudio planteado fue diseñado con el fin de Implementar una empresa productora y comercializador de artesanías en el Cantón Mejía

Este estudio abarca en el Capítulo I, lo referente al Estudio de Mercado, el mismo que contiene: su estructura, características del producto, etapas del estudio de mercado, investigación de mercado, análisis de la oferta, demanda y demanda insatisfecha, comercialización, análisis de precios y los canales de distribución.

El Capítulo II, abarca lo relacionado al Estudio Técnico, en donde se analizan aspectos como: tamaño del proyecto, su localización, ingeniería y aspectos ambientales .

El Capítulo III, analiza a La Empresa y su Organización, trata del tipo de empresa, de la base filosófica de la misma y finalmente su estructura organizacional.

El Capítulo IV, trata sobre el Estudio Financiero, en donde consta: presupuesto de inversión y operación, estados financieros pro forma y la evaluación financiera utilizando los criterios de evaluación y sensibilidad. Los cual nos permite ver la rentabilidad de la empresa

Finalmente el Capítulo V, el mismo que contiene conclusiones y recomendaciones.

---

---

## INDICE

Certificación	I
Agradecimiento	II
Dedicatoria	III
Introducción	IV

### **CAPÍTULO I.- ESTUDIO DE MERCADO**

1.1.- Objetivos del Estudio de Mercado	1
1.2.- Estructura del Mercado	1
1.2.1.- Análisis Histórico	2
1.2.2.- Análisis de la situación actual del mercado	3
1.2.3.- Análisis de las tendencias del mercado	4
1.3.- Caracterización del Producto o Servicio	5
1.3.1.- Características del Producto o Servicio	5
1.3.2.- Clasificación por su Uso –Efecto	6
1.3.3.- Productos o Servicios complementarios y/o sustitutos	7
1.4.- Investigación de Mercado	10
1.4.1.- Segmentación del Mercado	10
1.4.2.- Definición del Universo	10
1.4.3.- Selección de la Muestra	12
1.4.4.- Diseño de los Instrumentos de Investigación	14
1.4.5.- Investigación de Campo	14
1.4.5.1.- Procesamiento de la Información	14
1.4.5.2.- Análisis de los Resultados	15
1.5.- Análisis de la Demanda	16
1.5.1.- Clasificación de la Demanda	16
1.5.2.- Factores que Afectan a la Demanda	16
1.5.3.- Comportamiento Histórico de la Demanda	17
1.5.3.- Demanda Actual del Producto o Servicio	18
1.5.4.- Proyección de la Demanda	19
1.6.- Análisis de la Oferta	21
1.6.1.- Clasificación de la Oferta	21

---

---

1.6.2.- Factores que Afectan a la Oferta	22
1.6.3.- Comportamiento Histórico de la Oferta	22
1.6.4.- Oferta Actual	23
1.6.5.- Proyección de la Oferta	23
1.7.- Determinación de la Demanda Insatisfecha	25
1.8.- Análisis del Precio en el Mercado del Producto o Servicio	26
1.8.1.- Factores que Influyen en el Comportamiento de los Precios	27
1.8.2.- Comportamiento Histórico y Tendencias	28
1.9.- Mercadeo y Comercialización	32
1.9.1.- Estrategias de Producto o Servicio	32
1.9.2.- Estrategias de Precios	33
1.9.3.- Estrategias de Plaza	33
1.9.4.- Estrategia de Promoción	34

## **CAPÍTULO II.- ESTUDIO TÉCNICO**

2.1.- Tamaño del Proyecto	35
2.1.1.- Factores Determinantes del Proyecto	35
2.1.1.1.- Condicionantes del Mercado	35
2.1.1.2.- Disponibilidad de Recursos Financieros	36
2.1.1.3.- Disponibilidad de Mano de Obra	37
2.1.1.4.- Disponibilidad de Insumos y Materias Primas	37
2.1.1.5.- Disponibilidad de Tecnología	38
2.1.1.6.- Economías de Escala	38
2.2.- Localización del Proyecto	39
2.2.1.- Macro Localización	39
2.2.1.1.- Justificación	40
2.2.1.2.- Mapa de Macro Localización	40
2.2.2.- Micro Localización	41
2.2.2.1.- Criterios de Selección de Alternativas	41
2.2.2.2.- Matriz de Micro Localización	42
2.2.3.3.- Plano de la Micro Localización	44
2.3.- Ingeniería del Proyecto	44

2.3.1.- Proceso de Producción o Prestación del Servicio	45
2.3.2.- Diagrama de Flujo Procesamiento	46
Proceso de Almacenamiento Materias Primas	47
2.3.3.- Programa de Producción o Prestación del Servicio	48
2.3.3.1.-Clasificación de insumos, materiales, materias primas mano de obra y servicios	49
2.3.3.2.- Determinación de cantidades	49
2.3.3.3.- Condiciones de abastecimiento	51
2.3.4.- Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo (plano)	52
2.3.5.- Requerimiento de Infraestructura	53
2.3.6.- Requerimiento de Maquinaria y Equipo	53
2.3.7.- Requerimiento de Insumos, Materiales, Materias Primas, Servicios.	54
2.3.8.- Requerimiento de Mano de Obra	55
2.3.9.- Calendario de Ejecución del Proyecto	57
2.4.- Aspectos Ambientales	57
2.4.1.- Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales	57
2.4.2.- Medidas de Prevención y Mitigación	57
2.4.3.- Normatividad Sanitaria, técnica, comercial y Ambiental, etc.	58

### **CAPÍTULO III.- LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN**

3.1.- Base Legal	60
3.1.1.- Nombre o Razón Social	60
3.1.2.- Titularidad de Propiedad de la Empresa	61
3.1.3.- Tipo de Empresa (sector, actividad)	63
3.2.- Mapa Estratégico	63
3.3.- Organización Administrativa	66
3.3.1.- Estructura Orgánica	67
3.3.2.- Descripción de Funciones	68

### **CAPITULO IV.- ESTUDIO FINANCIERO**

4.1.- Presupuestos	71
4.1.1.- Presupuestos de Inversión	71
4.1.1.1.- Activos Fijos	71

---

---

4.1.1.2.- Activos Intangibles	74
4.1.1.3.- Capital de Trabajo	75
4.1.2.- Cronograma de Inversiones	76
4.1.3.- Presupuestos de Operación	76
4.1.3.1.- Presupuestos de Ingresos	77
4.1.3.2.- Presupuestos de Egresos	77
4.1.3.3.- Estructura de Financiamiento	79
4.1.4.- Punto de Equilibrio	80
4.2.- Estados Financieros Pro forma	84
4.2.1.- Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)	84
4.2.2.- Flujos Netos de Fondos	85
4.2.2.1.- Del Proyecto sin Financiamiento	86
4.2.2.2.- Del Proyecto con Financiamiento	87
4.3.- Evaluación Financiera	88
4.3.1.- Determinación de la Tasa de Descuento	88
4.3.2.- Criterios de Evaluación	89
4.3.2.1.- Valor Actual Neto	89
4.3.2.2.- Tasa Interna de Retorno	91
4.3.2.3.- Periodo de Recuperación de la Inversión	92
4.3.2.4.- Relación Beneficio/Costo	93
4.3.2.5.- Análisis de Sensibilidad	94

## **CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1.- Conclusiones	110
5.2.- Recomendaciones	110

## INDICE DE TABLAS

### **Productos Complementarios/sustitutos**

Tabla 1.1 Artesanías en cuero	7
Tabla 1.2 Artesanías en barro	8
Tabla 1.3 Artesanías en madera	8
Tabla 1.4 Artesanía en Hilados	9

### **Definición del Universo**

Tabla 1.5 Población del Cantón Mejía	10
Tabla 1.6 Proyección del Población del Cantón Mejía	11
Tabla 1.7 Almacenes artesanales en Baños y Otavalo	11

### **Análisis de los Resultados**

Tabla 1.8 Análisis de los Resultados pregunta N. 2	15
Tabla 1.9 Comportamiento Histórico de la demanda	17
Tabla 1.10 Proyección del demanda regresiones	19
Tabla 1.11 Proyección de la demanda	20
Tabla 1.12 Comportamiento histórico de la oferta	22
Tabla 1.13 Proyección de la oferta regresiones	24
Tabla 1.14 Proyección de la oferta	24
Tabla 1.15 Proyección de la demanda insatisfecha	26

### **Comportamiento histórico de los precios**

Tabla 1.16 Artesanías en cuero	28
Tabla 1.17 Artesanías en barro	28
Tabla 1.18 Artesanías en madera	29
Tabla 1.19 Artesanías en hilados	29

### **Tendencias en precios**

Tabla 1.20 Artesanías en cuero	30
Tabla 1.21 Artesanías en barro	30

Tabla 1.22 Artesanías en madera	31
Tabla 2.1. Mercado a captar	36
Tabla 2.2 Fuentes de Financiamiento	37
Tabla 2.3 Matriz de Micro-localización	43
<b>Programa de producción y prestación del servicio</b>	
Tabla 2.4 Artesanías en cuero	48
Tabla 2.5 Venta artesanías para el almacén	48
Tabla 2.6 Determinación de cantidades Materia prima, material indirecto, mano de obra	50
Tabla 2.7 Determinación de cantidades administración y ventas	50
Tabla 2.8 Requerimiento de infraestructura	53
Tabla 2.9 Requerimiento de máquina y equipo	53
Tabla 2.10 Requerimiento de insumos: materiales, material indirecto, mano	54
Tabla 2.11 Requerimiento de servicios Básicos	54
Tabla 2.12 Requerimiento de servicios contables y seguridad	55
Tabla 2.13 Insumos, suministros de limpieza y oficina	55
Tabla 2.14 Requerimiento de Mano de Obra	55
Tabla 2.15 Estimación de Inversión inicial	56
Tabla 2.16 Calendario de ejecución del proyecto	57
Tabla 3.1 Mapa Estratégico	63
Tabla 4.1 Activos Fijos	72
Tabla 4.2 Depreciación activos fijos	73
Tabla 4.3 Gastos preoperativos	74
Tabla 4.4 Amortización de gastos preoperativos	75
Tabla 4.5 Capital de trabajo	75
Tabla 4.6 Cronograma de inversión	76
Tabla 4.7 Presupuestos de ingreso anual	77
Tabla 4.8 Costos y gastos	78

Tabla 4.9 Estructura de financiamiento	79
Tabla 4.10 Punto de equilibrio	81
Tabla 4.11 Estado de resultados del proyecto	84
Tabla 4.12 Estado de resultados del inversionista	85
Tabla 4.13 Flujo del proyecto sin financiamiento	86
Tabla 4.14 Flujo del proyecto con financiamiento	87
Tabla 4.15 Cálculo del VAN del proyecto	90
Tabla 4.16 Cálculo del VAN del inversionista	90
Tabla 4.17 Cálculo de la TIR del proyecto	92
Tabla 4.18 Cálculo de la TIR del inversionista	92
Tabla 4.19 Período de recuperación del proyecto	93
Tabla 4.20 Periodo de Recuperación del Inversionista	93
Tabla 4.21. Escenario pesimista tabla resumen	94
Tabla 4.22 Escenario Base tabla resumen	95
Tabla 4.23 Escenario optimista tabla resumen	95
Tabla 4.24 Análisis de Escenarios con Peso de Ponderación	96

### **INDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1.1 Análisis de Resultados Pregunta No. 2	15
Gráfico 1.2 Demanda Histórica	17
Gráfico 1.3 Proyección de la demanda	20
Gráfico 1.4 Oferta histórica	23
Gráfico 1.5 Proyección de la oferta	25
Gráfico 2.1 Diagrama de flujo proceso de producción	46
Gráfico 2.2 Diagrama de flujo proceso de almacenamiento	47
Gráfico 2.3 Plano	52
Gráfico 3.1 Organigrama Estructura Orgánica	67
Gráfico 4.1 Punto de Equilibrio de Carteras	81
Gráfico 4.2 Punto de Equilibrio de Billeteras	82
Gráfico 4.3 Punto de Equilibrio de Chompas	82
Gráfico 4.4 Punto de Equilibrio de Mochilas	83
Gráfico 4.5 Punto de Equilibrio de Correas	83

---

---

## **INTRODUCCIÓN**

Actualmente en los consumidores existe la tendencia a demandar mejor calidad en los productos, buscar nuevas alternativas, para poder satisfacer las necesidades del cliente.

Por lo expuesto anteriormente, nace la necesidad de elaborar un producto que permita brindar al comprador la opción de adquirir una artesanía con materiales de calidad, diseños innovadores, contribuyendo a satisfacer las necesidades y expectativa colectivas que muestra el mercado.

Además; permitirá incrementar el nivel económico de las familias que se dedican a la elaboración de los diferentes tipos de artesanías.

---

---

## BIBLIOGRAFÍA

- AAKER David y DAY George, Investigación de Mercados, Editorial Limusa Willey, cuarta edición.
- ALCAZAR Rafael, El Emprendedor de Éxito, Editorial Mc Graw Hill, segunda edición
- BACA Gabriel, Evaluación de proyectos, Editorial McGraw Hill, tercera Edición.
- BURBANO Jorge y GÓMEZ Alberto, Presupuestos-Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos- Editorial Mc Graw Hill, segunda edición
- BRAVO Mercedes, Contabilidad General, Editorial NUEVO DÍA, tercera edición
- COSTALES Bolívar, Diseño y Elaboración de Proyectos, Editorial Lascano, tercera edición.
- LAURRET Cristian y MOCHÓN Francisco, Economía, Editorial Mc Graw Hill, segunda edición.
- ORTEGA, Wilson, Evaluación Financiera de Proyectos
- ORTIZ Alberto, Gerencia Financiera y Diagnóstico Estratégico, Editorial Mc Graw Hill Interamericana, segunda edición.
- SAPÁG. CHAIN Nassir y SAPÁG. CHAIN Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, cuarta edición
- WESTON Fred y BRIGHAM Eugene, Fundamentos de Administración Financiera, Editorial Mc Graw Hill Interamericana, doceava edición.

- 
- ZALAMEA Eduardo, Certificado Internacional de Formulación/Evaluación y Gestión de Proyecto, Banco Interamericano de Desarrollo
  - Philip Kotler Fundamentos de mercadotecnia
  - [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec).
  - [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
  - [www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec)
  - [www.monografías.com](http://www.monografías.com).
  - [www.eswipedia.com](http://www.eswipedia.com)

## CAPÍTULO I

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 1.1. Objetivos del Estudio de Mercado

- Determinar la demanda insatisfecha de artesanía en el Ecuador
- Determinar la oferta de artesanías en el Ecuador considerando datos históricos y actuales
- Diseñar adecuados canales de distribución
- Identificar el segmento de mercado

#### 1.2. Estructura del Mercado

“Los conceptos de intercambio y relaciones conducen al de un mercado, el cual es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular, susceptible de satisfacer por medio de intercambio y relaciones. Por consiguiente, el volumen de un mercado depende del

---

---

número de personas que exhiben la necesidad, que tienen recursos para hacer un intercambio y que están dispuestos a ofrecer esos recursos a cambio de lo que quieren”<sup>1</sup>

Al analizar el mercado de artesanías en el Ecuador se puede apreciar muchos compradores y muchos vendedores de artesanía, los mismos que son indiferentes respecto a quién compra o vende; conoce las condiciones del mercado; es decir, los vendedores conocen lo que los compradores están dispuestos a pagar por sus productos, mientras que los demandantes saben a qué precios los oferentes desean vender. Por lo que el estudio planteado se encuentra dentro de un Mercado de Competencia Perfecta

### **1.2.1. Análisis Histórico**

El Ecuador ha tenido desde hace milenios una rica producción artesanal, los pueblos alcanzaron a dominar una serie de técnicas para la producción de instrumentos de trabajo de bienes utilitarios, decorativos y ceremoniales, estos pueblos desarrollaron grandes habilidades, especialmente en el arte del tejido, la cerámica, talabarterías y la orfebrería

El análisis histórico de las artesanías hace años atrás ya ocupaba un lugar importante en las ciudades de nuestro País como son Quito, Cuenca y Guayaquil

“En 1771 se estableció en la ciudad de Quito una fábrica de loza que produjo piezas tan finas como para que se las hiciera llegar a manos del rey. La producción de la fábrica se extendió a azulejos, vajillas, apliques en cuero, floreros, candelabros y hermosísimas figurillas. La destreza caracterizó siempre a las artesanías y esa habilidad se complació en las miniaturas: de hueso, de marfil, de cera, accesorios en cuero, barro, la cual tuvo gran demanda en el mercado por ser un producto novedoso y minucioso, el cual fue llamativo para las personas que lo adquirirían”<sup>2</sup>

En 1996, Durante la Presidencia de Sixto Durán Ballén, se dio apoyo a la producción artesanal, en ese entonces los vendedores artesanales, provenían de varias regiones del

---

<sup>1</sup> KOTLER Philip / ARMSTRONG Gary, Fundamentos de Mercadotecnia, Pág. 13

<sup>2</sup>[www.vivecuador.com/mercadosartesanales](http://www.vivecuador.com/mercadosartesanales)

---

País, vendían sus productos en la calle principalmente en la Avenida Amazonas al norte de Quito, ya que era un lugar transitado por Turistas Nacionales y Extranjeros. En ese año se construyó el mercado Artesanal entregando locales comerciales para los vendedores, lo cual permitió concentrar información de una buena parte de la cultura del Ecuador, entre esa gama amplia de esos atractivos constan las artesanías.

Otra ciudad importante para las artesanías es Cuenca, desde años atrás los trabajos artesanales fueron elaborados en fina cerámica y elegantes objetos de oro, han enriquecido históricamente la íntima relación azuaya entre sentir y crear sin embargo Cuenca, compila artesanías urbanas y del entorno rural traducidos en alfarería (cerámica fina y rústica, decorada con pinceles), atuendos bordados con hilos multicolores, tejidos en hilo, trabajos en hierro forjado y particularmente los sombreros que podrían definirse como verdaderas obras de arte.

Las artesanías en Guayaquil desde tiempos anteriores ya sobresalían productos en artículos de cuero, sombreros de paja toquilla, cerámica, joyas, madera, piedra, tagua. El ingenio y la habilidad del artesano guayaquileño era conocida y atraída por compradores. En el centro de la ciudad está ubicado el Mercado Artesanal el cual se ha asentado con el paso de los años llegando a ser el lugar más conocido en Guayaquil para la demanda de artesanías.

El estudio de las artesanía en el cantón Mejía desde años atrás es conocido por su materia prima, producto de la ganadería, la cual permitió crear talleres de curtiembres (proceso crudo del cuero) y talabarterías (producción en cuero) teniendo una demanda en el mercado para la producción de artesanías en cuero los cuales son utilizados por los ganaderos como son: monturas, cabestros, sombreros, guantes, chalecos, botas, entre otros productos. Se puede destacar que en este mercado mas sobresalía este producto, en referencia a otros productos artesanales no sobresalían.

### **1.2.2. Análisis de la Situación Vigente en el Mercado**

En la actualidad, el mercado nacional se ha inundado de un sin número de talleres artesanales como: Casa del Indio Andino, Tribu, Artesanías Hiliana, Artesanías

---

---

folklore, Artesanías productos Andinos, Artesanías Galena Latina, Artesanías Sinchi Sacha, Artesanías Cosas, Artesanías el Aborigen, Artesanías Ecuafolklore, Artesanías sonidos de los Andes. Estos talleres se están dedicando a la producción de las mismas, ofreciendo al consumidor productos con materiales de calidad y precios bajos.

Actualmente “Imbabura es conocida principalmente por sus mercados artesanales, el más importante es el de Otavalo, donde cada sábado se congregan decenas de comunidades en la Plaza de los Ponchos, para exponer su trabajo textil. Su técnica para la elaboración de vestidos, cobijas y tapices, viene desde la época de la Colonia. Igualmente, se encuentra otro tipo de trabajos como arte de la talabartería, cerámica, accesorios para el cuerpo, joyas, bolsos, son productos que sobresalen en este lugar”<sup>3</sup>

En Baños es otro punto importante donde el análisis vigente del mercado en artesanías es conocido debido a la afluencia de turistas nacionales y extranjeros lo que permite la compra y venta de este tipo de productos. Los trabajos artesanales es una de las riquezas del sector.

El análisis actual de las artesanías en el cantón Mejía ha ido creciendo, lo que ha provocado un incremento de la demanda no solo en personas que les gusta este producto sino que también en estudiantes y turistas.

### **1.2.2. Análisis de las tendencias del mercado**

Según fuentes del Banco Central del Ecuador el artesano Ecuatoriano no ha desaparecido ni con la industrialización ni con la crisis económica, pero tampoco se ha mantenido estático. Así se puede distinguir por lo menos cuatro tendencias del mercado, desarrollo y transformación en el interior del sector artesanal: la extinción (o disolución), la conservación, la diferenciación interna; y, el surgimiento de nuevas ramas artesanales.

La extinción de ciertas actividades artesanales, ocurre cuando desaparece la demanda por ciertos productos (cambio de necesidades, costumbres, gustos, modas, etc.) por parte de

---

<sup>3</sup> [www.vivecuador.com](http://www.vivecuador.com)

---

---

los consumidores o cuando la industria fabril empieza a producir artículos iguales a precios más bajos.

La conservación del artesano se da en aquellas ramas de actividad donde no existe competencia directa con la industria que vende productos sustitutivos a precios más bajos. Esto ocurre sobre todo con aquellas actividades artesanales que se caracterizan por sus aspectos artísticos y en las ramas en que la producción industrial no ha penetrado, sea por problemas técnicos o por la estrechez del mercado.

La diferenciación interna del artesano se da en las ramas donde existe la posibilidad de innovaciones técnicas de reorganización social y de una paulatina acumulación de capital. En estas ramas surgen algunos pequeños empresarios, muchas veces desde el seno del mismo artesano, empresarios que transforman sus talleres en pequeñas industrias y recurren cada vez más a la mano de obra asalariada. Mientras ellos

Introducen nuevas máquinas, materias primas y procesos productivos, aumentando la productividad de sus empresas.

El surgimiento de nuevos tipos de artesanos o el surgimiento de artesanías tradicionales se da tanto por la creciente especialización y división social del trabajo como por la misma expansión industrial. Así las transformaciones en el mercado han creado nuevos espacios. Para artesanos que trabajan en base a las técnicas tradicionales o que han introducido nuevos procesos de producción.

### **1.3. Caracterización del producto**

#### **1.3.1. Características del Producto**

Por tradición cultural, Ecuador es un país donde se elabora una gran variedad de artesanías con materiales muy diversos. La artesanía ecuatoriana se destaca por sus coloridos diseños y creativas formas, que reflejan la riqueza de nuestras cuatro regiones naturales. Paisajes, personas, animales, creencias y mitos son plasmados con gran habilidad por los artesanos.

---

---

Las artesanías son una mezcla de diferentes materiales que generan satisfacción. Estos productos tienen componentes base, como lo son el cuero (zuela, gamuzón, napa), Barro (cerámica), madera (tagua, balsa, chonta), hilados (lana virgen) <sup>4</sup>

Los materiales incluyen tintes vegetales y agregados preservantes como (selladores, lacas, grasa naturales). La diferencia entre unas y otras está principalmente en el grado de concentración de sus componentes.

Estos productos son originales, diseñados y adecuados de tal manera que se adaptan a los requerimientos de la demanda. Se producen una gran variedad de productos de las más variadas formas.

### **1.3.2. Clasificación por su Uso – Efecto**

#### **Uso del Producto**

##### **Artesanías en Cuero**

Las artesanías en cuero son utilizadas en calzado tanto para las damas, caballeros y niños, por su duración y elegancia; mochillas, carteras, maletines y billeteras usan estudiantes y ejecutivos debido a su impermeabilidad y resistencia.

También dentro de la ganadería las artesanías en cuero desarrolla un papel primordial por sus múltiples variedades como; cabestros, monturas, correas, así como también es parte del atuendo del vaquero (sajones, guantes, chaleco, sombrero, entre otros)

##### **Artesanías en Barro**

Las artesanías en barro hace referencia a objetos con funcionalidad decorativa y utilitaria como: vasijas, vajillas, figuras, jarrones entre otros.

---

<sup>4</sup> Lana no procesada

---

---

## Artesanías en Madera

Las artesanías en madera son usadas como parte de una decoración dentro del hogar y oficinas como: muebles, cuadros, etc. Las mujeres lo usan como parte de un accesorio como por ejemplo un collar hecho de madera de tagua, rosarios, pulseras, entre otros.

## Artesanías en Hilados

Las artesanías en hilados es utilizada para la vestimenta especialmente de las zonas andinas, por su cualidad de mantener abrigada la temperatura corporal de la persona, también es utilizado como parte de la decoración como por ejemplo cuadros, tapetes, manteles, servilletas, entre otros productos.

## Efecto del producto

Aprovechar los recursos de la tierra para dar vida a las artesanías, ayuda al conocimiento y familiarización de la materia prima que se encuentra en su entorno natural con que se elaboran, valora el trabajo de las personas que desempeñan esta actividad. Inmerso en la estructura productiva del país el sector de las artesanías aporta al crecimiento económico a través de una actividad que conjuga de manera particular la tradición y cultura de nuestro pueblo con la generación de empleo y riqueza.

### 1.3.3. Productos Complementarios/sustitutos

Bienes Complementarios: “Son aquellos que deben utilizarse conjuntamente para satisfacer alguna necesidad, por tanto, si aumenta la cantidad consumida de uno de ellos, necesariamente aumenta la cantidad consumida de otro y viceversa”<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> SAPÁG. CHAIN Nassir y SAPÁG. CHAIN Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 43

Los productos complementarios de las artesanías son:

### Artesanías en Cuero

El complemento de las artesanías en cuero dependería del uso que le den entre estos productos podemos destacar los siguientes:

**Tabla N. 1.1**

<b>PRODUCTO</b>	<b>COMPLEMENTO</b>
Chompa de cuero	Pantalón jeans
Cartera	Monedero
Billetera	Documentos, monedas

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

### Artesanías en Barro

El complemento de las artesanías en barro dependería del uso que le den entre estos productos podemos destacar los siguientes:

**Tabla N.1.2**

<b>PRODUCTO</b>	<b>COMPLEMENTO</b>
Jarrones	Flores
Pondo	Bebidas
Candelabros	Velas
Vajillas	Mesa

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

## Artesanías en Madera

El complemento de las artesanías en madera dependería del uso que le den entre estos productos podemos destacar los siguientes:

**Tabla N. 1.3**

<b>PRODUCTO</b>	<b>COMPLEMENTO</b>
Muebles	Departamento
Collar de tagua	Blusa
Trompo	Piola

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

## Artesanías Hilados

La fabricación de tejidos y prendas de vestir es una de las líneas de producción artesanal mas antiguas, que mantienen hasta hoy una gran importancia entre estos productos podemos destacar los siguientes:

**Tabla N. 1.4**

<b>PRODUCTO</b>	<b>COMPLEMENTO</b>
Saco	Camiseta
Tapete	Mesa
Cojín	Mueble
Bolso	Vestimenta

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

---

---

## Productos Sustitutos

Bienes Sustitutos: “Son bienes o servicios diferentes que llevan a cabo las mismas funciones o similares, que el producto focal (sustituto funcional). Debido a que está disponible como una alternativa o sustituto capaces de satisfacer necesidades similares.”<sup>6</sup>

Los productos sustitutos de las artesanías es la penetración de los productos industriales, la aparición de productos con otro contenido cultural diferente, pero con aceptación creciente como son los denominados productos de diseño

La aparición de productos mixtos, es decir, que combinan producciones industriales, es la reutilización de las técnicas artesanas, únicamente en aquellas partes del producto que aporten valor añadido, también encontramos productos sustitutos provenientes del sudeste asiático.

## 1.4. Investigación de Mercados

### 1.4.1 Segmentación del Mercado

Este estudio se compone de dos segmentos del mercado que son la producción y la comercialización.

Para la producción se propone abrir un taller artesanal en el cantón Mejía en el cual estará dirigido a los consumidores finales los cuales estarán comprendidos entre los 12 años en adelante.

El segmento de comercialización se lo hará en Baños y Otavalo ya que son clientes que pueden adquirir el producto para comercializarlo.

### 1.4.2.- Definición del Universo

Para la definición del universo, corresponde a la población del Cantón Mejía, la misma que al año 2001 fue de 62.888

---

<sup>6</sup> SAPÁG. CHAIN Nassir y SAPÁG. CHAIN Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 43

**Tabla N. 1.5****POBLACIÓN CANTÓN MEJÍA**

<b>Cantón</b>	<b>Población</b>
Mejía	62.888

Fuente: INEC [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

Elaborado por: Magaly Padilla

Con un crecimiento del “2,7%”<sup>7</sup> anual, tendremos la población del Cantón Mejía proyectada al 2005.

**Tabla N. 1.6****PROYECCION DE LA POBLACION DEL CANTON MEJIA**

<b>AÑOS</b>	<b>HABITANTES</b>
2002	64.586
2003	66.329
2004	68.121
2005	69.960
2006	71.849

Fuente: [www.INEC.com.ec](http://www.INEC.com.ec)

Elaborado por: Magali Padilla

De la población proyectada del año 2006, se resta el 28%<sup>8</sup> que corresponde a la población menor a 11 años, dando un universo de 51.731 personas, difundidas como el universo, para el desarrollo de este estudio

---

<sup>7</sup> [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

La definición del Universo de los comerciantes corresponden a Otavalo que es de 85 almacenes y Baños 55 almacenes estos datos fueron dados por el MICIP (Ministerio de comercio exterior, industrialización, pesca y competitividad), sitios artesanales por región, Talleres y Almacenes año 2006, dando un universo de 140 comerciantes

Tabla N. 1.7

**ALMACENES ARTESANALES EN BAÑOS Y OTAVALO**

Cantón	Número de almacenes
Otavalo	85
Baños	55

Fuente: MICIP sitios artesanales por región, talleres y almacenes  
Elaborado por: Magaly Padilla

**Prueba Piloto**

“Es un empadronamiento previo que se hace a un determinado número de informantes, con el objeto de sacar conclusiones con respecto a la bondad del formulario empleado y al procedimiento de recolección de que va a seguir en la encuesta general.

La ventaja de esta encuesta piloto es que da una idea clara antes del encuestamiento general y se descubren errores y problemas que, de otra manera, podrían pasar inadvertidos. Además, nos permiten determinar si la encuesta general es viable”<sup>9</sup>

El aspecto más importante es determinar el tamaño de la muestra. Para ello se realiza una prueba piloto de 10 encuestas, las mismas que permitirán obtener el dato preliminar de  $p$  y  $q$ . Este dato será aquel que se obtenga de la pregunta más importante del cuestionario: *¿De ofertarse artesanías que se ajusten a las características por usted especificada, estaría dispuesto a comprar un producto de un nuevo taller?*

Finalmente, la encuesta piloto arrojó los datos estimados de  $p$  y  $q$  que permitirán establecer el tamaño de la muestra a realizar. Los resultados fueron los siguientes:

<sup>8</sup> www.inec.gov.ec, censos 2001

<sup>9</sup> ARISTOBULO Vásconez, Editorial del Ministerio de Educación Pública – 1984, Pág. 23

Cantón Mejía	Baños	Otavalo
P= 9= 90%	P= 9= 90%	P= 9 = 90%
Q=1=10%	Q = 1 = 10%	Q = 1 = 10%

Siendo: P= Éxito  
Q= Fracaso

### 1.4.3.- Tamaño de la Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, y considerando la población comprendida entre 12 años en adelante del Cantón Mejía (50.731), y los comerciantes de Baños y Otavalo (140) se aplicará la fórmula que es utilizada cuando el Universo es menor de 100.000 elementos.

La investigación de la muestra se la realizará utilizando un método estadístico para muestras finitas, para la cual es necesaria la elaboración inicial de una prueba piloto, por medio de la cual se determina la probabilidad de ocurrencia (p), se puede manejar un nivel de confianza mínimo (z = 0.95) y un error (e= 0.05) con el propósito de encontrar un número confiable de encuestas, razón de obtener una información real, representativa y precisa

Como menciona el autor Aristóbulo Vásquez a continuación se muestra la fórmula utilizada para el cálculo de la muestra finita:

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

En donde: n = tamaño de la muestra

$Z^2$  = nivel de confianza deseado, que será del 95%, en donde el valor que representa es de 1.96 en la tabla de la curva normal.

p = proporción estimada de éxito

q = proporción estimada de fracaso

$e^2$  = representa el error de estimación, el cual se considera del 5%.

N = población total

Remplazando la formula se obtiene

$$n = \frac{51.371 \times (1.96)^2 \times 0.90 \times 0.10}{((51.371 - 1) \times (0.05)^2) + ((0.05)^2 \times 0.90 \times 0.10)}$$

n=138 encuestas a realizar Población Cantón Mejía

$$n = \frac{55 \times (1.96)^2 \times 0.90 \times 0.10}{((55 - 1) \times (0.05)^2) + ((0.05)^2 \times 0.90 \times 0.10)}$$

n=39 encuestas a realizar para los comerciantes de Baños

$$n = \frac{85 \times (1.96)^2 \times 0.90 \times 0.10}{((85 - 1) \times (0.05)^2) + ((0.05)^2 \times 0.90 \times 0.10)}$$

n=52 encuestas a realizar para los comerciantes de Otavalo

#### 1.4.4.- DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

Para el diseño de instrumentos de investigación se realizará una encuesta, la cual nos ayudará a determinar demanda, los gustos y preferencias. (Anexo 1)

#### 1.4.5. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

##### 1.4.5.1. Procesamiento de la Información

El levantamiento de la información se realizó tomando datos tanto de fuentes primarias como de fuentes secundarias. Entendiendo como fuente secundaria la información que ya existe en alguna parte como: revistas, folletos, publicaciones en diarios, Internet, entre otras. Mientras que de las fuentes primarias consiste en la información recopilada para el propósito específico inmediato se recogió la información, a través de encuestas, entrevistas, observaciones de campo.

Para el procesamiento de cada cuestionario lleva a cabo el siguiente procedimiento. Para este estudio planteado se lo realizó con el programa de computación Excel, en el que se registraron los datos de la encuesta se tabuló la información obtenida, se sacó los porcentajes de cada pregunta y se llevó a cabo la graficación de los resultados para su correspondiente interpretación.

##### 1.4.5.2. Análisis de los resultados

En este estudio se consideró el análisis de los datos de la encuesta realizada obteniendo los siguientes resultados: con un 57% están las artesanías en cuero siendo esta la de mayor puntaje, seguido por las artesanías en hilados con un porcentaje de 24%, con un porcentaje del 17% están las artesanías en barro, y con un 3% las artesanías en madera

**Tabla N. 1.8**

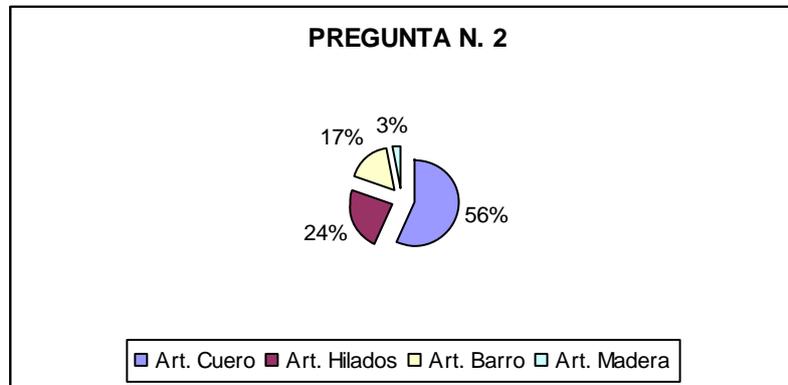
Artesanías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Art. Cuero	78	57	57
Art. Hilados	33	24	80

Art. Barro	23	17	97
Art. Madera	4	3	100
Total	138	100	

Fuente: Pregunta N. 2

Elaborado por: Magaly Padilla

**Gráfico N. 1.1**



Fuente: Pregunta N. 2

Elaborado por: Magaly Padilla

## 1.5.- Análisis de la Demanda

### 1.5.1. Clasificación de la Demanda

Como menciona el autor Philip Kotler la demanda es la formulación expresa de un deseo, que está condicionada por los recursos disponibles del individuo

Para este estudio la clasificación de la demanda se tiene dos grupos

- Dentro del consumidor final se pudo analizar que la demanda que más sobresale son las artesanías en cuero
- Y de los comerciantes la demanda que más sobresale son las artesanías en hilados y las artesanías en cuero

### 1.5.2. Factores que afectan a la demanda

- Los niveles de ingresos son un factor que afecta a la compra de las artesanías ya que es un producto que no está dentro de los gastos de las personas. A menor nivel de ingreso la demanda baja, porque ésta se inclina hacia bienes de

consumo básico e indispensable; mientras que si el nivel de ingresos es mayor, la demanda también crecerá en proporción a este incremento.

- En cuanto a la moda, gusto y preferencia se puede indicar que a la mayoría de las personas encuestadas, les gusta las artesanías tanto en cuero, barro, hilados y madera
- El clima es un factor que afecta la demanda ya que las artesanías son también compradas en lugares turísticos, si existe este tipo de problemas la gente no visitaría estos sitios, la demanda de artesanías tiende a bajar
- El precio juega un papel muy influyente en la determinación del nivel de demanda de las artesanías, el nivel del precio determina el número de compradores

### 1.5.3. Comportamiento histórico de la Demanda

Es importante señalar, que el incremento de las artesanías a través del tiempo los productos artesanales han ocupado un sitio importante en la historia de la humanidad fundamentalmente por las artes manuales han constituido el medio idóneo para transmitir de generación en generación su cultura, religión y costumbres

En la siguiente tabla, se señala como la demanda de las artesanías, se incrementó cada año:

**Tabla N. 1.9**

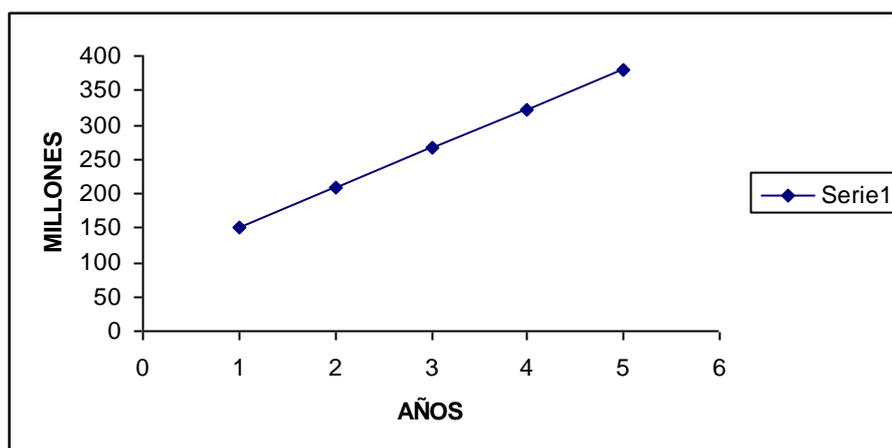
<b>Años</b>	<b>Millones de \$</b>
2000	152
2001	209
2002	266
2003	323

2004	380
------	-----

Fuente: MICIP

Elaborado por: Magaly Padilla

**Gráfico N. 1.2**  
**GRAFICO DEMANDA HISTÓRICA**



Fuente: INEC

Elaborado por: Magaly Padilla

En el gráfico de la demanda histórica se puede analizar para el año 2000 se encuentra con un valor de 152 millones, para el año 2001 tiene un incremento 209 millones, para el año 2002 con un incremento de 266 millones, para el año 2003 aumenta a 323 millones y para el año 2004 cuenta con una demanda de 380 millones, de esta manera las artesanías cada año ha ido aumentando su demanda.

### 1.5.3 Demanda Actual del Producto

De las encuestas realizadas se determinó que los productos que tienen mayor demanda son las artesanías en cuero dentro de este grupo lo que mas sobresalen son las carteras, seguido por las billeteras, correas, chompas y mochilas el color de mayor preferencia es el negro, en cuanto a los diseños prefieren a la moda y de un tamaño mediano

En cuanto a las artesanías en hilados los productos que más sobresalen son los sacos, seguido de los ponchos, guantes, bufandas y gorras, el color de mayor preferencia es el color negro, los diseños de mayor preferencia son a la moda y en tamaño grande

En artesanías de barro las características de mayor preferencia son los diseños dentro de este grupo los productos que mas sobresalen son los jarrones, seguido de figuras, vajillas, utensilios y floreros, el color de mayor preferencia es el color natural, los diseños que mas prefieren son en precolombinos y los tamaños en mediano

Dentro de las artesanías en madera las características de mayor preferencia son los diseños, dentro de este grupo de artesanías lo que mas sobresalen son los cuadros, seguido de los muebles, bisutería, marcos y figuras, el color de mayor preferencia es el color natural, los diseños de mayor preferencia son los modernos y en tamaño mediano

Dentro de los comerciantes el producto de mayor comercialización sobresalen las artesanías en hilados dentro de este grupo de artesanías las características de mayor preferencia son los diseños, los productos que sobresalen son los ponchos, seguido de sacos, guantes, bufandas y gorras, el color de mayor preferencia es el color negro, los diseños prefieren a la moda y en tamaño grande. Otro producto de que también sobresale son las artesanías en cuero dentro de este grupo de artesanías las características de mayor preferencia son los diseños los productos que sobresalen son las carteras, seguido de billeteras, mochilas, chompas y correas, el color de mayor preferencia es el color negro, los diseños prefieren a la moda y en tamaño grande

#### 1.5.4.- Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda, se toma en cuenta 5 años anteriores para el estudio, se realizaron pruebas de proyección para poder estimarla se tomo en base a seis diferentes métodos: regresión lineal, regresión logarítmica, regresión polinómica, regresión potencial, regresión exponencial y media móvil, los resultados se puede señalar en la siguiente tabla:

**Tabla N. 1.10**

Métodos	Valor de R <sup>2</sup>
Regresión Lineal	1

Regresión Logarítmica	0.9473
Regresión Polinómica	1
Regresión Potencial	0.9903
Regresión Exponencial	0.982

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

De todos los métodos utilizados, el que resultó con una mejor proyección en base a una regresión polinómica, arrojó un valor de  $R^2 = 1$ . Por tanto, basados en la presente ecuación, se obtuvieron los datos presentados en la tabla adjunta:

**Tabla N. 1.11**

$$y = 57x + 95$$

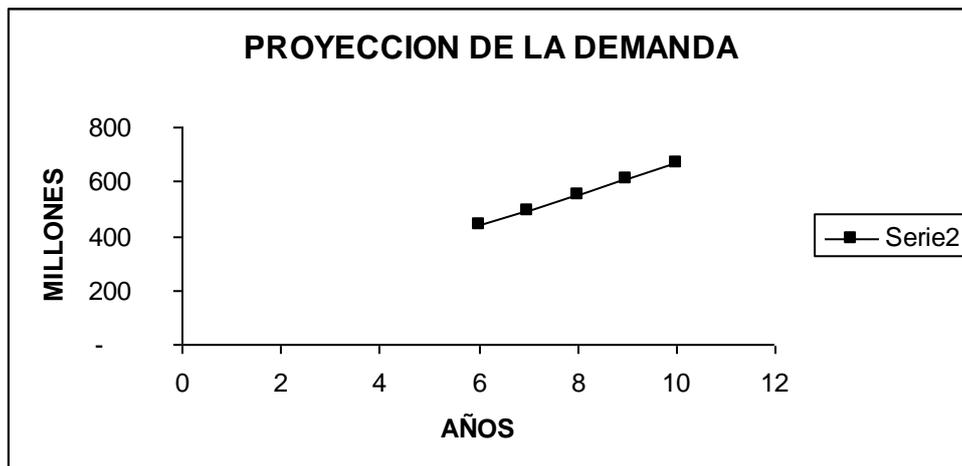
**Proyección de la demanda**

<b>Año</b>	<b>Millones dólares</b>	<b>Regresión Polinómica</b>
2000	152	
2001	209	
2002	266	
2003	323	
2004	380	
2005		437
2006		494
2007		551

2008		608
2009		665

Fuente: INEC  
 Elaborado por: Magaly Padilla

**Gráfico N. 1.3**



Fuente: INEC  
 Elaborado por: Magaly Padilla

El análisis de la proyección de la demanda tiene un incremento para el año 2005 con 437 millones, para el año 2006 con 494 millones, para el año 2007 con 551 millones, para el año 2008 cuenta con un incremento de 608 millones, y para el año 2009 la demanda incrementará en 665 millones

## 1.6. Análisis de la Oferta

### 1.6.1. Clasificación de la oferta

Como menciona el autor Philip Kotler la oferta se refiere a Cantidad de bienes y servicios que los vendedores están dispuestos a proporcionar al mercado, a un determinado precio y en un momento dado

La oferta puede clasificarse dentro de los siguientes enunciados:

- **Oferta Competitiva o Mercado Libre:** los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia sobre todo debido a la gran cantidad de productores del mismo producto. Por tanto, la participación del mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrece al consumidor.
- **Oferta Oligopólica:** el mercado se encuentra dominado por unos cuantos productores y por consiguiente se llegaría a determinar la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada gran cantidad de materia prima para su industria.
- **Oferta Monopólica:** es aquella en la que existe un solo productor del bien o servicio, por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad.

Para el mercado de las artesanías, se puede concluir que el producto tiene un tipo de oferta competitiva, ya que existe gran cantidad de productores y compradores y por ésta misma razón, el mercado es de libre competencia el cual impone precios de comercialización así como políticas de venta y calidad para lograr una mejor posición en el mercado se debe ofrecer un producto diferente a la que ofrecen los demás oferentes.

### **1.7.2. Factores que afectan a la oferta**

- a incursión de nuevos competidores dentro del sector de las artesanías en el mercado local, no tiene efecto en la demanda del producto debido a que el crecimiento poblacional es constante.
- La capacidad de inversión fija al tratarse de talleres artesanales en desarrollo y debido que el inversor tiene un amplio mercado que demanda del producto, este se encuentra en la capacidad de invertir en maquinaria y equipos de alta tecnología, que le permitan obtener mayor producción en menor tiempo, para lograr satisfacer las necesidades del mercado que cada vez es más exigente.
- La escasez de materiales para la elaboración de los productos disminuyendo de esta manera la producción de este tipo de artesanías

- El incremento de los precios en las materias primas para su respectiva elaboración

### 1.6.3.- Comportamiento histórico de la Oferta

Cada año la oferta de artesanías, en el mercado local ha aumentado debido a la necesidad de cubrir la gran acogida que ha tenido el producto en el mercado, esto se lo puede observar en la siguiente tabla:

**Tabla N. 1.12**

Años	Millones \$
1	155
2	177
3	199
4	221
5	243

Fuente: : INEC

Elaborado por: Magaly Padilla

**Gráfico N. 1.4**



Fuente: : INEC

Elaborado por: Magaly Padilla

El análisis histórico de la oferta para el año 2000 cuenta con un valor de 155 millones, para el año 2001 con un valor de 177 millones, para el año 2002 con 199 millones, para el año 2003 con un incremento de 221 millones y para el año 2004 con un valor de 243 millones, como lo demuestra en la gráfica de la oferta histórica cada año va aumentando.

#### 1.6.4.- Oferta actual

De la investigación de campo realizada, se pudo determinar que la oferta de artesanías en el año 2004 fue de: 243 millones que constituye la demanda actual del producto.

#### 1.6.5.- Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta, se toma en cuenta 5 años anteriores para el estudio, se realizaron pruebas de proyección para poder estimarla se tomo en base a seis diferentes métodos: regresión lineal, regresión logarítmica, regresión polinómica, regresión potencial, regresión exponencial y media móvil. , los resultados se pueden señalar en la siguiente tabla:

**Tabla N. 1.13**

Métodos	Valor de $R^2$
Regresión Lineal	0.9953
Regresión Logarítmica	0.9411
Regresión Polinómica	0.9953
Regresión Potencial	0.9852
Regresión Exponencial	0.9745

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Magaly Padilla

De todos los métodos utilizados, el que resultó fue la proyección en base a una regresión polinómica, arrojó un valor en el  $R^2 = 0.9953$  Por tanto, basados en la presente ecuación, se obtuvieron los datos presentados en la tabla adjunta:

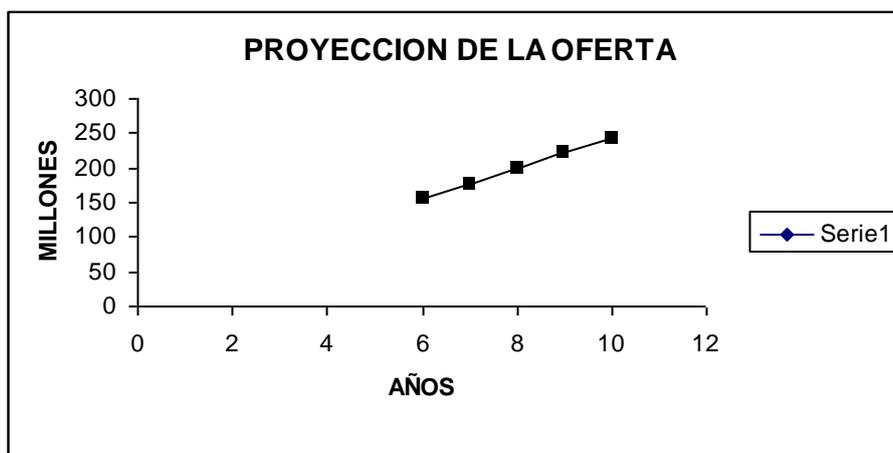
**Tabla N. 1.14**

$$y = -0.0714x^2 + 22129x + 24$$

Año	Millones de \$	Regresión Polinómica
2000	47	
2001	65	
2002	93	
2003	110	
2004	113	
2005		155
2006		177
2007		199
2008		221
2009		243

Fuente: INEC  
 Elaborador por: Magaly Padilla

**Gráfico N. 1.5**



Fuente: INEC  
 Elaborado Por: Magaly Padilla

Como demuestra la gráfica de la proyección de la oferta cada año se va incrementando para el año 2005 con un valor de 155 millones, para el año 2006 con un valor de 177 millones, para el año 2007 con un valor de 199 millones, para el año 2008 con 221 millones y para el año 2009 con un incremento de 243 millones

### 1.7.- Determinación de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha está determinada por la diferencia entre la demanda y la oferta, a través de un análisis comparativo entre las dos variables. La demanda insatisfecha puede verse desde dos puntos de vista:

- demanda insatisfecha de alcance actual: Es la que se obtiene preliminarmente con los datos obtenidos en el análisis realizado.
- demanda de tendencia futura: Es la estimación de la oferta y la demanda, que se calcula para los años en los cuales el estudio se ejecutará.

Para la proyección de la demanda insatisfecha es igual a la diferencia entre la Demanda y la oferta

**Tabla N. 1.15**

#### **PROYECCION DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

<b>Año</b>	<b>Proyección de la demanda Millones de \$</b>	<b>Proyección de la oferta Millones de \$</b>	<b>Demanda insatisfecha en Millones de \$</b>
2005	437	155	282
2006	494	177	317

2007	551	199	352
2008	608	221	387
2009	665	243	422

Fuente: INEC

Elaborado por: Magaly Padilla

### 1.8. Análisis de los precios en el Mercado del Producto o Servicio

Para la determinación de márgenes de precio, se empleará el método del costo más margen el cual simplifica la determinación del precio. Facilita el cálculo de cualquier rebaja o ajuste en el precio y permite llevar los precios similares entre los competidores cuando todos ellos lo aplican.

El procedimiento a seguir será el siguiente:

$$PV = CTU / (1 - M/100)$$

Siendo: PV = Precio de Venta

CTU = Costo Total Unitario

(M) = Margen sobre el precio de venta

Este procedimiento, seguido especialmente en el comercio minorista, se basa en calcular el coste unitario de producción y sumar un porcentaje de beneficios. El coste unitario puede ser el coste total de producción y entonces el margen va dirigido a obtener beneficios, o bien se toma, caso de las actividades de distribución, el coste variable de producción o adquisición y el margen cubre los costes fijos, gastos de administración, comerciales, financieros y el beneficio.

#### 1.8.1. Factores que influyen en el comportamiento de los precios

Los factores que influyen en el proceso de determinación del precio son cuatro factores estos son:

- Demanda del producto un paso importante al determinar un precio es conocer su demanda, es decir, el volumen de productos que podrían adquirir los clientes, permite conocer las reacciones que tendrían los clientes sobre los precios, de tal forma que permita a la empresa fijar un precio competitivo
- Participación en el mercado es un factor central ha tomarse en cuenta para la determinación del precio, se puede aplicar políticas de precios más agresivos (menor precio, descuentos más grandes) que una que decide mantener su participación actual
- Reacciones de la competencia siempre se debe tener en cuenta al momento de determinar un precio, la competencia siempre está en permanente búsqueda de los mercados que proporcionen buenas utilidades
- Otros componentes de la mezcla del mercado en la fijación del precio influye también las características del producto, los canales de distribución, los métodos proporcionales del producto, dependiendo del tipo de publicidad y los costos en que incurre la empresa

Dentro de los factores que influyen en el comportamiento de los precios en las artesanías es la participación en el mercado se puede aplicar políticas de precios ya que decide mantener su participación actual.

### **Comportamiento histórico y tendencias**

El precio ha sido un factor muy importante en la determinación de los ingresos como en la de su beneficio, ya que da valor a los bienes y servicios que satisfacen una necesidad, el valor de los productos dependiendo de los beneficios que se otorgan al cliente con cada uno de ellos, es el valor expresado en términos monetarios como un medio de intercambio. La fijación de precios es uno de los medios mas importantes para determinar su éxito Dentro de los productos artesanales en años anteriores los precios han sido accesibles para su adquisición beneficiando de esta manera la vendedor y comprador. En el siguiente cuadro podemos ver como los precios han variado por año

Comportamiento Histórico de los precios

**Tabla N. 1.16**

### Artesanías en cuero

AÑO	chompas	carteras	correas	billeteras	mochilas
2001	\$ 60	\$ 5	\$ 5	\$ 3	\$ 8
2002	\$ 65	\$ 6	\$ 6	\$ 4	\$ 10
2003	\$ 70	\$ 7	\$ 7	\$ 5	\$ 12
2004	\$ 75	\$ 8	\$ 8	\$ 5	\$ 14
2005	\$ 80	\$ 9	\$ 9	\$ 6	\$ 16
2006	\$ 85	\$10	\$ 10	\$ 6	\$ 18

Fuente: Observación Directa  
Elaborado por: Magaly Padilla

**Tabla 1.17**

### Artesanías en Barro

AÑO	jarrones	figuras	Piezas vajillas	utensillos	floreros
2001	\$ 2	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1
2002	\$ 2	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 2
2003	\$ 3	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1	\$ 2
2004	\$ 4	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 2	\$ 2.50
2005	\$ 5	\$ 1.80	\$ 1.50	\$ 2	\$ 2.50
2006	\$ 7	\$ 2	\$2	\$ 3	\$ 3

Fuente: Observación Directa  
Elaborado por: Magaly Padilla

**Tabla N. 1.18**

### Artesanías en Madera

AÑO	bisutería	figuras	cuadros	muebles	marcos
2001	\$ 8	\$ 1	\$ 8	\$ 80	\$ 1
2002	\$ 9	\$ 1	\$ 10	\$ 85	\$ 1
2003	\$ 10	\$ 2	\$ 15	\$ 90	\$ 2
2004	\$ 11	\$ 3	\$ 20	\$ 95	\$ 2
2005	\$ 12	\$ 3	\$ 23	\$ 100	\$ 2.50
2006	\$ 13	\$ 4	\$ 26	\$ 105	\$ 3

Fuente: Observación Directa  
Elaborado por: Magaly Padilla

**Tabla N. 1.19**  
**Artesanías en Hilados**

<b>AÑO</b>	<b>ponchos</b>	<b>sacos</b>	<b>guantes</b>	<b>bufandas</b>	<b>gorras</b>
2001	\$ 5	\$ 4	\$ 1	\$ 1	\$ 0.80
2002	\$ 6	\$ 5	\$ 1	\$ 1	\$ 0.90
2003	\$ 7	\$ 6	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1
2004	\$ 10	\$ 7	\$ 1.80	\$ 1.60	\$ 1
2005	\$ 12	\$ 8	\$ 2	\$ 1.80	\$ 1.50
2006	\$ 15	\$ 10	\$ 2	\$ 2	\$ 2

Fuente: Observación Directa  
Elaborado por: Magaly Padilla

## TENDENCIAS EN PRECIOS

**Tabla N. 1.20**  
**ARTESANIAS EN CUERO**

<b>AÑO</b>	<b>chompas</b>	<b>carteras</b>	<b>correas</b>	<b>billeteras</b>	<b>mochilas</b>
2007	\$ 90	\$ 10	\$ 10	\$ 6	\$ 20
2008	\$ 95	\$ 12	\$ 13	\$ 8	\$ 22
2009	\$ 100	\$ 12	\$ 14	\$ 10	\$ 24

2010	\$ 105	\$ 14	\$ 15	\$ 12	\$ 26
2011	\$ 110	\$ 15	\$ 16	\$ 13	\$ 28
2012	\$ 115	\$ 15	\$ 17	\$ 14	\$ 30

Fuente: Observación Directa  
Elaborado por: Magaly Padilla

**Tabla N. 1.21**

**ARTESANIAS EN BARRO**

AÑO	jarrones	figuras	Piezas de Vajillas	utensillos	floreros
2007	\$ 8	\$ 3.50	\$ 2.50	\$ 3.50	\$ 4
2008	\$ 10	\$ 4	\$ 3	\$ 4	\$ 5
2009	\$ 12	\$ 4	\$ 3	\$ 4	\$ 6
2010	\$ 13	\$ 5	\$ 3.50	\$ 4.50	\$ 7
2011	\$ 15	\$ 5	\$ 4	\$ 5	\$ 8
2012	\$ 16	\$ 6	\$ 4	\$ 5	\$ 9

Fuente: Observación Directa  
Elaborado por: Magaly Padilla

**Tabla N. 1.22**

**ARTESANIAS EN MADERA**

AÑO	bisutería	figuras	cuadros	muebles	marcos
2007	\$ 18	\$ 4.50	\$ 30	\$ 110	\$ 3.50
2008	\$ 19	\$ 5	\$ 32	\$ 115	\$ 4
2009	\$ 20	\$ 6	\$ 34	\$ 120	\$ 4.50
2010	\$ 22	\$ 7	\$ 36	\$ 125	\$ 5
2011	\$ 23	\$ 8	\$ 38	\$ 130	\$ 5.50

2012	\$ 24	\$ 9	\$ 40	\$ 135	\$ 6
------	-------	------	-------	--------	------

Fuente: Observación Directa  
Elaborado por: Magaly Padilla

**Tabla N. 1.23**  
**ARTESANIAS EN HILADOS**

AÑO	ponchos	sacos	guantes	bufandas	gorras
2007	\$ 18	\$ 15	\$ 3	\$ 3	\$ 3
2008	\$ 20	\$ 16	\$ 3.50	\$ 4	\$ 4
2009	\$ 21	\$ 18	\$ 4	\$ 5	\$ 5
2010	\$ 22	\$ 20	\$ 4.50	\$ 6	\$ 6
2011	\$ 23	\$ 22	\$ 5	\$ 7	\$ 7
2012	\$ 24	\$ 24	\$ 5.0	\$ 8	\$ 8

Fuente: Observación Directa  
Elaborado por: Magaly Padilla

## 1.9. Mercadeo y Comercialización

El mercadeo es una herramienta importante para el desarrollo de las actividades de la sociedad, desde la misma acción de la empresa orientada a comercializar sus productos mediante el mercadeo se puede lograr satisfacer las necesidades y deseos de las personas, incrementar las ganancias de las empresas o actividades interesadas en realizar un intercambio.

La comercialización es un conjunto que están dirigidas a promocionar y distribuir los productos a los clientes, satisfacer las necesidades de los clientes, definir los canales de distribución más adecuados para colocar los productos en manos de los clientes.

---

---

Para la venta de las artesanías se debe encontrar el canal más idóneo para ubicar el producto al alcance de los clientes, en el menor tiempo posible y bajo condiciones ventajosas para el empresario y el cliente, y poder alcanzar un nivel óptimo de ventas, para la entrega de los productos de artesanías se lo hará en forma personalizada.

### **1.9.1 Estrategias de Producto**

Una vez que se ha identificado el producto y se ha definido el mercado, es necesario especificar la estrategia que se seguirá en dicho mercado. Se trata principalmente de definir, con la máxima precisión posible, la característica de posicionamiento que tendrá el producto y los objetivos que se pretenden alcanzar.

Las decisiones en cuanto a comprar las artesanías, están muy influenciadas, en este caso, por la calidad del producto que cumpla con las necesidades del cliente

Las estrategias de producto a utilizarse será:

- La estrategia a utilizarse para la producción de las artesanías , es la utilización de una buena calidad de materiales lo cual permitirá alcanzar una ventaja competitiva
- Vender el producto con la respectiva etiqueta en donde se señalen los materiales y sus tamaños respectivas, logrando con esto mantener las normas de calidad en el producto
- La utilización de colores y diseños los cuales estén a la Moda o por temporadas para la elaboración del producto.

### **1.9.2 Estrategia de Precios**

La estrategia de precios es muy importante ya que es uno de los aspectos que influyen en la decisión de compra del consumidor final y por lo tanto esto determina los ingresos futuros del negocio.

Para el estudio se utilizará una estrategia de precio para la penetración en el mercado, la misma que hará énfasis en el volumen de venta. Una vez que se haya logrado penetrar el mercado, se aplicaran la siguiente estrategia de precios:

- Adoptar una estructura de precios intermedios y competitivos frente a la competencia. Además; se establecerá una política de variación de precios de

XLVI

---

---

acuerdo a los cambios producidos en el mercado y el comportamiento de la oferta y la demanda, generando una flexibilidad en la comercialización del producto.

- Descuentos de un porcentaje de precio de venta al contado

### **1.9.3.- Estrategias de Plaza**

Este aspecto se refiere a las actividades necesarias para poner el producto a disposición del mercado meta.

Se debe entender como canal de distribución al grupo de personas y empresas que participan en el flujo de la propiedad del producto, según estas se desplazan desde el producto hasta el consumidor final o usuario de negocios.

Siempre en un canal de distribución interactúan: el producto, el consumidor final del producto, y el intermediario (mayorista o detallista) entendiéndose como intermediario a una empresa que proporciona servicios que se relacionan directamente con la compra o venta de un producto desde el productor hacia el consumidor final.

- La estrategia de plaza a utilizar será en forma individual constituye la forma más frecuente de comercialización para las artesanías
- se puede contratar una empresa especializada en comercialización de bienes y servicios para que mediante este llegue el producto al cliente

### **1.9.4.- Estrategias de Promoción**

Es el elemento de la mezcla de mercadotecnia de una organización que sirve para informar al mercado y persuadirlo respecto a sus productos un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como son: publicidad, la promoción de ventas, las marcas e indirectamente las etiquetas y el empaque.

Las estrategias de promoción a emplearse en el estudio serán:

- 
- Promoción en precio, ésta consistirá en una reducción temporal del precio del producto, por motivo de lanzamiento.
  - Promoción de ventas que tiene por objetivo fortalecer y coordinar las ventas personales con las estrategias publicitarias en este método se incluyen actividades como la distribución de muestras del producto, colocación de exhibidores en las tiendas, etc.
  - En cuanto a la publicidad, se lo hará a través de volantes y anuncios a través de radio, se diseñara una página Web, en la que se detalle minuciosamente las características, beneficios y costos de las artesanías.

## **CAPITULO II**

### **ESTUDIO TECNICO**

#### **2. Tamaño del Proyecto**

El tamaño del proyecto esta definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación normal.

La importancia del dimensionamiento, es el contexto de estudio de factibilidad, radica en que sus resultados se constituyen una parte fundamental para la determinación de las especificaciones técnicas sobre los activos fijos que habrán de adquirirse. Tales especificaciones serán requeridas, para determinar aspectos económicos y financieros sobre los montos de inversión que representarán a cada uno de los activos, que serán empleados en el cálculo de los costos y gastos que derivan del uso y que se emplearán posteriormente, en la evaluación de la rentabilidad del proyecto.

## 2.1. Definición del Producto o Servicio

Los productos artesanales ofrecen buena calidad, características innovadoras, para lo cual la empresa debe dedicar su energía a lograr mejoramientos continuos del producto y servicio.

### 2.1.1.- FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO

#### 2.1.1.1. CONDICIONANTES DEL MERCADO

El mercado del presente estudio está compuesto por todos aquellos hogares que, habitan en el cantón Mejía, que aceptaron y tiene la posibilidad económica de adquirir las artesanías. Para establecer el tamaño del mercado que se va a captar, se tomará en cuenta la demanda insatisfecha que se obtuvo en el estudio de mercado

**Tabla N. 2.1**

<b>Año</b>	<b>Demanda insatisfecha en millones de \$</b>	<b>Porcentaje a captar</b>	<b>Mercado a captar en \$</b>
2007	352	0.015428	54.305,91
2008	387	0.015155	58.650,39
2009	422	0.0152	64.142,42
2010	457	0.014969	68.409,81

2011	492	0.015017	73.882,59
------	-----	----------	-----------

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Magaly Padilla

### 2.1.1.2. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

La disponibilidad de recursos financieros es quizá la variable más importante dentro de la determinación del estudio. Debido a que la mayor parte de las inversiones se las debe efectuar antes de la puesta en marcha. Es necesario contar con el financiamiento necesario para cubrir los requerimientos de activos fijos, activos intangibles, recurso humano y capital de trabajo, dicha inversión tiene que justificar a futuro un retorno que cubra la inversión realizada y adicionalmente genere utilidad.

En el caso del estudio, las fuentes de financiamiento es a través de:

- ↳ Capitales suscritos por los accionistas de la empresa
- ↳ Otra fuente de financiamiento es el Banco del Fomento, organismo que financia proyectos de factibilidad, otorgando créditos para aquellos proyectos que son considerados rentables luego de un exhaustivo estudio.

**Tabla N. 2.2**

<b>Fuente</b>	<b>Monto</b>	<b>Porcentaje</b>
PROPIAS	5.530,67	41.70%
EXTERNOS	7.732,35	58.30%
<b>Total Financiamiento</b>	<b>13.263,02</b>	<b>100%</b>

---

---

Los montos propios para el financiamiento del proyecto será aportado por tres accionistas, para el monto restante nos financiará el Banco Nacional de Fomento a un interés anual del 12%

### **2.1.1.3. DISPONIBILIDAD DE LA MANO DE OBRA**

La disponibilidad de mano de obra es un factor importante que se debe tomar en cuenta para poder estimar el tamaño óptimo del estudio en ejecución.

El estudio planteado no tendrá impedimentos de ejecución en cuanto a la disponibilidad de la mano de obra debido a las disponibilidades dentro del mercado laboral del país, sobre todo en la zona donde la empresa estará ubicada

### **2.1.1.4. DISPONIBILIDAD DE INSUMOS Y MATERIAS PRIMAS**

Los insumos y materias primas que se utilizará para la elaboración del producto, se lo adquiere en el mercado nacional, a precios competitivos y sin ningún tipo de inconveniente en lo relacionado al tiempo de entrega y disponibilidades de dichas materias

### **2.1.1.5. DISPONIBILIDAD TECNOLÓGICA**

Para poner en marcha la empresa se utilizará:

- Máquinas de coser de tubo
- Destalladora



- Remendona
- Perforadora
- Estampadora,
- Remachadora

Es importante señalar que los fabricantes y distribuidores de este tipo de maquinaria se encuentran en el país y cuentan con una amplia gama de repuestos, servicio de mantenimiento y capacitación en lo referente a la instalación y manejo de la maquinaria.

Al hablar del equipo de cómputo y comunicación con el que contará la empresa, se lo puede adquirir fácilmente en la ciudad al igual que los repuestos y servicio de mantenimiento.

#### **2.1.1.6. ECONOMIAS DE ESCALA**

“Las economías de escala se refieren al poder que tiene una [empresa](#) cuando alcanza un nivel óptimo de producción para ir produciendo más a menor coste, es decir, a medida que la producción en una empresa crece sus costes por unidad producida se reducen. Cuanto más produce, menos le cuesta producir cada unidad”<sup>10</sup>.

En el presente estudio, para lograr economías de escala, es importante trabajar en lo siguiente:

- Producir grandes volúmenes a fin de lograr mayor división de la mano de obra y la especialización, logrando de esta manera que los empleados se califiquen en la realización de una tarea en particular.
- Compra de materia prima en grandes volúmenes a los proveedores directos, para conseguir una disminución en el precio

## **2.2. LOCALIZACION DEL PROYECTO**

El estudio de localización del proyecto tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el taller y el almacén; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyendo a minimizar los costos de inversión, así como los costos y

---

<sup>10</sup> [www.es.wikipedia.org](http://www.es.wikipedia.org)

---

---

gastos durante el período productivo del proyecto. El estudio comprende la definición de criterios y requisitos para ubicar el proyecto, la enumeración de las posibles alternativas de ubicación y la selección de la opción más ventajosa posible para las características específicas del mismo.

### **2.2.1. MACRO-LOCALIZACIÓN**

La macro localización está determinada por la concentración de comercio y recursos en la zona geográfica, complementada con otros factores de orden fiscal y crédito que beneficie el proyecto.

De esta forma la macro localización a través del análisis de factores o criterios de selección como por ejemplo: vías que comunican con lo centros turísticos de Machachi, disponibilidad y costo de mano de obra, cercanía a fuentes de abastecimiento, factores ambientales, cercanía del mercado, permitirá determinar una zona geográfica óptima para la ubicación del taller artesanal y el almacén

Para un taller de producción y comercialización de artesanías, los factores de estudio que inciden con más frecuencia son:, la disponibilidad de mano de obra, fuentes de abastecimiento de insumos, el mercado de consumo y abastecimiento de servicios básicos como suministro de agua potable, disponibilidad de energía eléctrica, teléfono, entre otros.

#### **2.2.1.1. JUSTIFICACION**

La elaboración de artesanías se conjuga con la creatividad del hombre y la naturaleza ya que la materia prima es transformada para que llegue al consumidor en una presentación

de fácil adquisición, considerando que este producto es comprado en su mayor parte por turistas Nacionales y Extranjeros

Las artesanías contribuyen al sector artesanal ya que en varias familias realizan esta actividad como una forma de vivir

### 2.2.1.2. MAPA DE MACRO-LOCALIZACIÓN

En base a los datos indicados con anterioridad tenemos que la empresa de producción y comercialización de artesanías se encontrará ubicada en la provincia de Pichincha cantón Mejía



### 2.2.2. MICRO-LOCALIZACIÓN

“La micro localización busca seleccionar el emplazamiento óptimo del proyecto, básicamente se describe las características de los terrenos, infraestructura, medio

---

---

ambiente, leyes y reglamentos imperantes en el emplazamiento, dirección del emplazamiento.”<sup>11</sup>

Adicionalmente se deberá tener en cuenta los costos de la inversión en terrenos, impuestos, gastos judiciales y notariales; así como condiciones locales, auxilio policial y bomberos, recolección de basura y residuos, servicios de construcción, montaje y mantenimiento. Una vez definida la zona o población de localización se determina el sitio más conveniente para la ubicación definitiva del proyecto.

### **2.2.2.1. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS**

- **VÍAS DE ACCESO CON LOS LUGARES TURÍSTICOS EN LA CIUDAD**

Este es un factor influyente en la selección de la localización del Taller de producción y comercialización de artesanías, por contar con vías de acceso a los lugares turísticos los cuales permite instalar el taller y el almacén artesanal.

- **ALTA CIRCULACIÓN DE PEATONES**

El área de ubicación del taller debe contar con gente que transita ya que en el mismo taller tendrá un espacio adecuado y diseñado para el almacén artesanal.

- **DISPONIBILIDAD DEL LOCAL**

---

<sup>11</sup> Eco. MENESES Edilberto, Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 147

---

---

Este factor relevante que hay que considerar, para el estudio planteado se necesitará de un local amplio, que satisfaga las necesidades actuales y las expectativas futuras de crecimiento.

- **DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS**

El área de ubicación del proyecto de producción y comercialización de artesanías, debe contar con todos los servicios básicos y no tener problemas de racionamientos, a excepción de aquellos que pueden originarse en el servicio de energía eléctrica, en caso de emergencia.

En el sector de localización del proyecto tiene acceso a alcantarillado, energía eléctrica, servicio telefónico, agua potable, factores que ayudan a la viabilidad del proyecto.

- **POSIBILIDAD DE ELIMINACIÓN DE DESECHOS**

Los desechos del taller no son tóxicos, en lo concerniente a desperdicios se los recolectará en fundas negras serán enviados en el carro recolector del Municipio de Machachi

Este tipo de desperdicios no son dañinos para la población por lo que no se podrán ver inquietados por enfermedades o infecciones que se puedan producir.

#### **2.2.2.2. Matriz de micro-localización**

Para determinar el principal factor de ventaja de nuestra localización se realizará una matriz la cual considera varios factores de importancia para la localización de un proyecto la cual la hemos comparando con los diferentes sectores que posee la ciudad de Machachi.

Estos factores son 5 en total considerados como los más relevantes por la ubicación del proyecto, cada uno tendrá una ponderación del 20% y para la calificación se tomará en

LVI

cuenta una escala del 1 al 10 donde 1 representará lo menos adecuado y 10 lo más adecuado de la ubicación.

Alternativa 1 Jorge Molina y García Moreno

Alternativa 2 Av. Colón

Alternativa 3 Av. Amazonas

**Tabla N. 2.3**

MATRIZ DE PONDERACIÓN							
FACTOR	PESO ASIGNADO	ALTERNATIVA 1		ALTERNATIVA 2		ALTERNATIVA 3	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Vías de comunicación con los lugares turísticos	20%	9	1.8	7	1.4	7	1.4
Alta circulación de peatones	20%	8	1.6	7	1.4	8	1.6
Disponibilidad eliminación desechos	20%	9	1.8	8	1.6	8	1.6
Disponibilidad de local	20%	10	2	6	1.2	7	1.4
Disponibilidad de servicios básicos	20%	10	2	10	2	9	1.8
<b>TOTAL 100%</b>	<b>100%</b>		<b>9.2</b>		<b>7.6</b>		<b>6.4</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Magaly Padilla

De acuerdo a la matriz de localización, el lugar óptimo para arrendar el taller y el almacén artesanal, es en la García Moreno y Jorge Molina por sus vías de comunicación con los lugares turísticos, alta circulación de peatones, disponibilidad de eliminación de desechos, disponibilidad de servicios básicos, que dentro de la ponderación, es el que más ventajas presenta en comparación con las otras alternativas.

### 2.2.3.3. Plano de micro-localización

---

---

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla anterior, podemos decir que la mejor alternativa es la número 1, que se encuentra localizada en la Ciudad de Machachi, Barrio La Paz, calle García Moreno y Jorge Molina s/n, puesto que alcanzó la más alta puntuación, lo que quiere decir que tiene ventajas favorables para implantar el taller de producción y comercialización de artesanías. Ya que cuenta con una muy buena ubicación. (Anexo 2)

### **2.3. Ingeniería del proyecto**

Probar la viabilidad técnica del proyecto, aportando información que permita su evaluación técnica, económica, proporcionando los fundamentos sobre los cuales se diseñará y ejecutará el proyecto.

El desarrollo de este estudio se inicia haciendo uso de los antecedentes informativos relacionados con el producto en este caso la producción de artesanías en cuero y la compra de artesanías en barro, madera e Hilados, aprovechando de esta manera el almacén artesanal con relación a la información del mercado: los volúmenes de producción pronosticados, la localización de los consumidores y los servicios adicionales requeridos por el demandante y la disponibilidad financiera para el proyecto, estos podrán variar en función de las necesidades del cliente.

Con todos estos antecedentes se procederá a localizar información relativa a las tecnologías disponibles en el mercado y que pueden utilizarse en el proceso de producción del producto objeto de estudio.

El objetivo principal del estudio de la ingeniería del proyecto es el de la distribución de la empresa aprovechando el espacio disponible en forma adecuada, lo cual también permite optimizar la operación de la misma para poder mejorar los tiempos y movimientos del personal y la maquinaria.

#### **2.3.1. Proceso de producción o prestación del servicio**

---

---

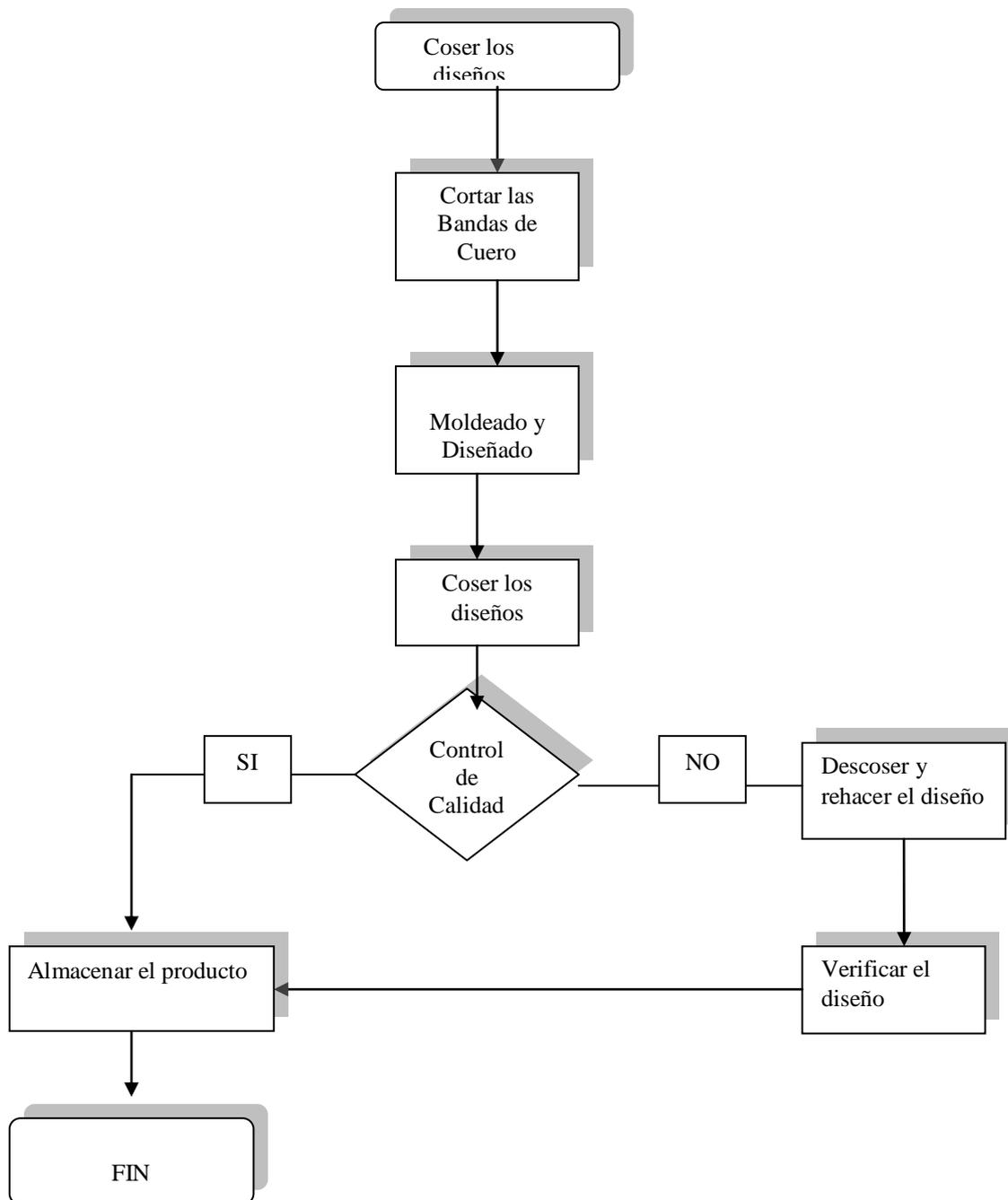
OPERACION → LOGISTA EXTERIOR → VENTAS

- Operaciones actividades de transformación de las entradas a través de los procesos productivos obteniendo productos o servicios finales.
  - Recepción de la materia prima, en este caso el cuero
  - Proceder a cortar las bandas de cuero
  - Moldear el producto según el diseño
  - Se procede a Coser el modelo
  - Etiquetar
  - Almacenar
  
- Logística exterior conjunto de actividades relacionadas con el almacenamiento y distribución de productos terminados a clientes finales.
  
- Ventas actividades que permiten la utilización de medios orientados a la venta del producto.

### 2.3.2 Diagrama de flujo

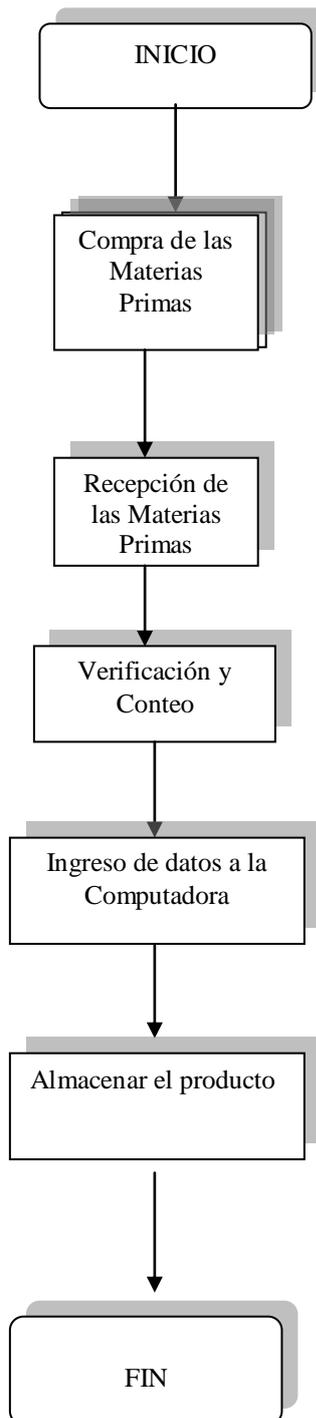
## Proceso de producción de las artesanías en cuero

Gráfico N. 2.1



## Proceso de Almacenamiento de las Materias Primas

**Gráfico N. 2.2**



**2.3.3. Programa de producción y prestación del servicio**

Tabla N. 2.4

## ARTESANIAS EN CUERO

ARTICULOS	CANTIDAD ANUAL
carteras	1.259.00
billeteras	600.00
chompas	498.00
mochilas	264.00
correas	525.00
<b>TOTAL</b>	<b>3.146.00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Magaly Padilla

Tabla N. 2.5

## VENTAS DE ARTESANÍAS PARA EL ALMACEN

ARTICULOS	CANTIDAD ANUAL
<b>artesanías barro</b>	
jarrones	120.00
Partes vajillas	210.00
utensillos	150.00
figuras	100.00
floreros	100.00
<b>artesanías madera</b>	
marcos	70.00
cuadros	90.00
bisutería	150.00
figuras	120.00
<b>artesanías hilados</b>	
ponchos	120.00
sacos	120.00
bufandas	180.00
guantes	180.00
gorras	220.00
<b>TOTAL</b>	<b>1.930.00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Magaly Padilla

---

---

### 2.3.3.1. Clasificación de insumos, materiales, materias primas, mano de obra y servicios

La clasificación de los insumos, materias primas, mano de obra y servicio se lo realizó envase a la producción de la empresa para que pueda funcionar sin inconveniente al momento de desarrollar el estudio.

#### Insumos de Limpieza

- Escobas
- Trapeadores
- Desinfectantes
- Fundas de basura

#### Insumos de oficina

- Perforadoras
- Grapadoras
- Clips
- Carpetas

#### Materias Primas

- Cuero
- Cierre
- Carrete de Hilos
- Broches
- Forros
- Ebillas

#### Servicios

- Agua
- Energía eléctrica
- Teléfono

### 2.3.3.2. Determinación de cantidades

La determinación de cantidades se lo realizo envase a la producción que se desarrollara en este estudio determinado las cantidades unitarias y anuales, para lo cual nos determinará los costos, de materias primas, mano de obra, maquinaria, insumos que se requerirán: en la siguiente tabla podemos apreciar las cantidades necesarias.

**Tabla N. 2.6**

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<b>MATERIA PRIMA</b>				
cuero	2519	pies	0.7	1763.3
<b>TOTAL</b>				<b>1763.3</b>
<b>MATERIAL INDIRECTO</b>				
Cierre	5536	metros	0.1	554
Carrete Hilo	1.115.96	metros	1.2565	1.402
Broche	586	unidades	0.0022	1
Forro	23.71	metros	1.2565	30
Hebilla	2052	unidades	0.0022	5
Energía eléctrica	1.512.35	hora	1.2565	1.900
<b>TOTAL</b>				<b>3.892</b>
<b>MANO DE OBRA</b>				
Mano de Obra Remendona	251.43	hora	1.2565	316
Mano de Obra Estampadora	287.34	hora	1.2565	361
Mano de Obra Remachadora	201.14	hora	1.2565	253
Mano de Obra Máquina de Coser	804.56	hora	1.2565	1011
<b>TOTAL</b>				<b>1.941</b>
<b>TOTAL</b>				<b>7.595.59</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Magaly Padilla

Tabla N. 2.7

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<b>ADMINISTRACIÓN</b>				
Muebles de Oficina	1	juegos	300.00	300.00
Equipos de Oficina	1	juegos	500.00	500.00
Equipos de Computación	1	unidad	800.00	800.00
<b>TOTAL</b>				<b>1.600.00</b>
<b>VENTAS</b>				
Muebles y Enseres				207.00
Vitrina Mostrador	1	unidad	70.00	70.00
Vitrina Estantes	1	unidad	50.00	50.00
silla	4	unidad	8.00	32.00
escritorio	1	unidad	25.00	25.00
gavetas de 4 cajones	1	unidad	30.00	30.00
<b>TOTAL</b>				<b>207.00</b>

<b>PRODUCCIÓN</b>				
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>39.00</b>
Sillas	2	unidades	20.00	22.00
Mesas	2	unidades	15.00	17.00
<b>MAQUINARIA</b>				<b>4200.00</b>
Destelladora	1	unidad	700.00	700.00
Remendona	1	unidad	3.000.00	3.000.00
Perforadora	1	unidad	150.00	150.00
Estampadora	1	unidad	100.00	100.00
Remachadora	1	unidad	100.00	100.00
Máquina de Coser	1	unidad	150.00	150.00
<b>TOTAL PRODUCCIÓN</b>				<b>4.239.00</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

### 2.3.3.3. Condiciones de Abastecimiento

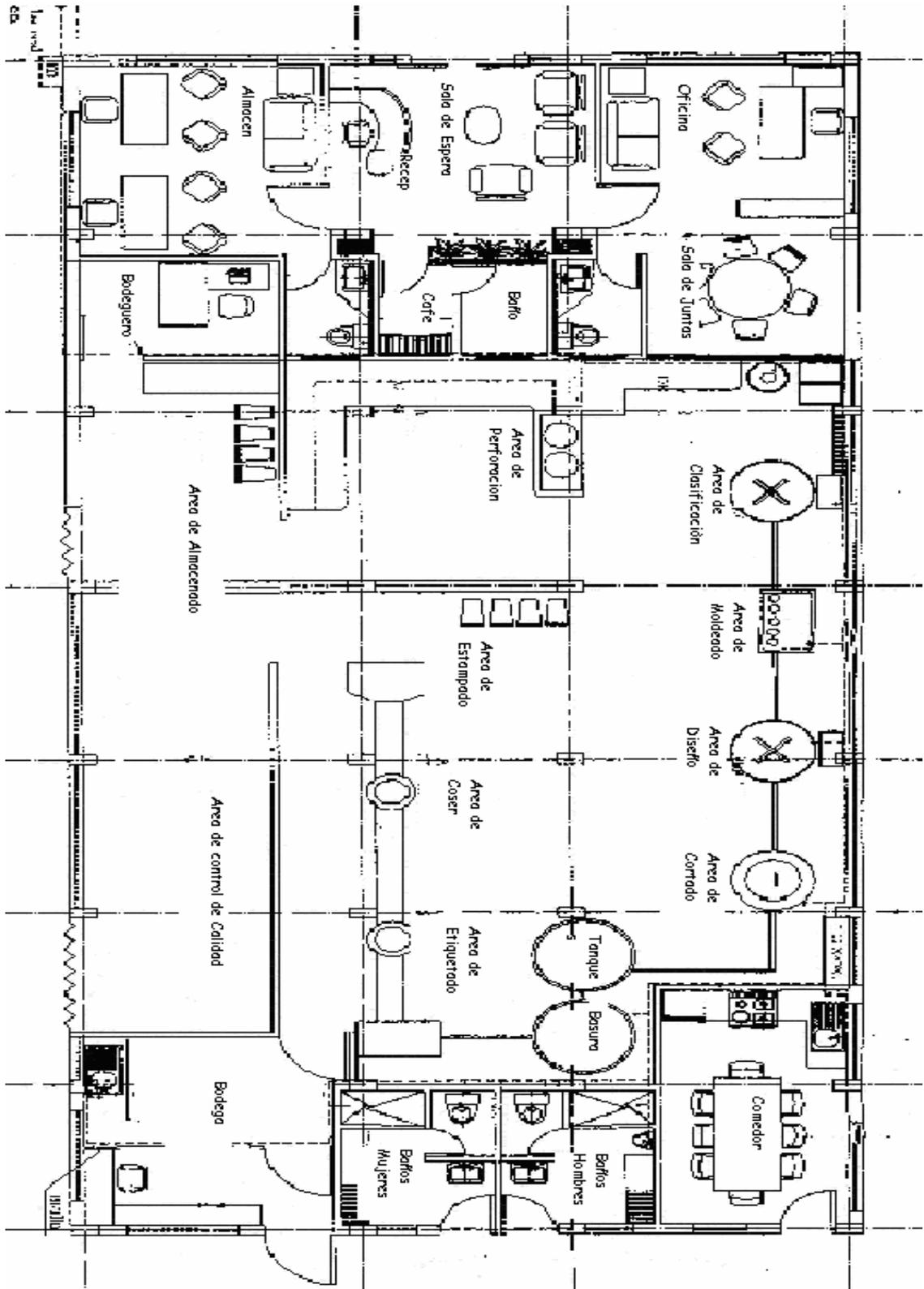
Para la adquisición de las materias primas dentro del mercado existe una demanda en cuanto al cuero para dichas adquisiciones se lo podrá hacer en los siguientes almacenes

- Almacén Búfalo
- Comercial Alulema Salazar
- Comercial F&F

Estos almacenes cubren con las necesidades de producción y elaboración de las artesanías en cuero, en cuanto al tiempo de entrega no se encuentran mayores problemas para adquirirlo ya que existe abastecimiento, la manera de pago se lo puede hacer a crédito o de contado, la entrega de dichas materias primas lo harán de maneras personal, evitándonos de esta manera el costo de transporte

### 2.3.4. Distribución en planta de la maquinaria y equipo (plano)

Gráfico N. 2.3



### 3.5. Requerimiento de infraestructura

Para el arrendamiento del taller artesanal y el almacén se necesitará un espacio de 250 m<sup>2</sup> y el costo será de \$200,00 mensuales

**Tabla N. 2.8**

Concepto	Cantidad	Unidad	Precio Unitario Mensual	Precio Total Anual
Taller	90	m <sup>2</sup>	100	1.200
Almacén	85	m <sup>2</sup>	60	720
Administrativo	75	m <sup>2</sup>	40	480
<b>Total Arrendamiento</b>	<b>250</b>	<b>m<sup>2</sup></b>	<b>200</b>	<b>2.400</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

### 2.3.6. Requerimiento de Maquinaria y Equipo

**Tabla N. 2.9**

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<b>ADMINISTRACIÓN</b>				
Equipos de Oficina	1	juegos	500.00	500.00
Equipos de Computación	1	unidad	800.00	800.00
<b>TOTAL</b>				<b>1.300.00</b>
<b>PRODUCCIÓN MAQUINARIA</b>				
Destalladora	1	unidad	700.00	700.00
Remendona	1	unidad	3.000.00	3.000.00
Perforadora	1	unidad	150.00	150.00
Estampadora	1	unidad	100.00	100.00
Remachadora	1	unidad	100.00	100.00
Máquina de Coser	1	unidad	150.00	150.00
<b>TOTAL PRODUCCIÓN</b>				<b>4.200.00</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

### 2.3.7. Requerimientos de Insumos, Materiales, Materias Primas, Servicios

Tabla N. 2.10

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<b>MATERIA PRIMA</b>				
cuero	2.519	pies	0.7	1.763.30
<b>TOTAL</b>				<b>1.763.30</b>
<b>MATERIAL INDIRECTO</b>				
Cierre	5.536	metros	0.1	553.60
Carrete Hilo	1.115.96	metros	1.2565	1.402.20
Broche	586	unidades	0.0022	1.28
Forro	23.71	metros	1.2565	29.80
Hebilla	2.052	unidades	0.0022	4.51
<b>TOTAL</b>				<b>1.991,40</b>
<b>MANO DE OBRA</b>				
Mano de Obra Remendona	251.43	hora	1.2565	315.92
Mano de Obra Estampadora	287.34	hora	1.2565	361.05
Mano de Obra Remachadora	201.14	hora	1.2565	252.73
Mano de Obra Máquina de Coser	804.56	hora	1.2565	1.010.93
<b>TOTAL</b>				<b>1.940.62</b>
<b>TOTAL</b>				<b>5.695,32</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Magaly Padilla

Tabla N. 2.11

**SERVICIOS BASICOS**

Concepto	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Agua	12	Mensual	10	120
Energía Eléctrica	12	Mensual	17	204
Teléfono	12	Mensual	25	300
<b>Total</b>			<b>52</b>	<b>624</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Magaly Padilla

Tabla N. 2.12

### SERVICIOS

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Servicios Contables	12	Mensual	150	1.800
Servicios de seguridad	12	Mensual	37.65	451.80
<b>Total</b>	12	Mensual	<b>25</b>	<b>2.251,80</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

**Tabla N. 2.13**

### INSUMOS

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Suministros de Limpieza	12	Meses	14.00	168.00
Suministros de Oficina	12	Meses	14.00	168.00

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

### 2.3.8. Requerimiento de Mano de Obra

**Tabla N. 2.14**

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>				
<b>ADMINISTRATIVO</b>				
Gerente general	1	persona	4620.8	4.620.80
Secretaria recepcionista	1	persona	2.692.12	2.692.12
<b>TOTAL</b>				<b>7.312.92</b>
<b>VENTAS</b>				
Vendedor	1	persona	2.692.12	<b>2.692.12</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>				
<b>PRODUCCION</b>				
Artesano	1	persona	2.692.12	2.692.12
Artesano	1	persona	2.692.12	2.692.12
<b>TOTAL</b>				<b>5.384.24</b>
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>				<b>15.389.28</b>

Fuente: El Asesor Contable (Sueldos 2006)  
Elaborado por: Magaly Padilla

### Estimación de inversión

**Tabla N. 2.15**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL INVERSIÓN</b>
Activos Fijos	6.046.00
Administración	1.600.00
Ventas	207.00
Producción	4.239.00
Preoperativos	3.129.50
Capital de Trabajo	4.087.53
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>13.263.03</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Magaly Padilla

### 2.3.9. Calendario de ejecución del proyecto

**Tabla N. 2.16**

o	Nombre de Tarea	Días	Fecha Inicio	Fecha Final	Abril	Mayo
1	Constitución de la empresa	30	09/04/2007	09/05/2007	[Barra horizontal que cubre todo el mes de abril y el primer día de mayo]	
2	Trámite para obtener el crédito	15	09/04/2007	23/04/2007	[Barra horizontal que cubre los primeros 15 días de abril]	
3	Compra de maquinaria y equipo	7	24/04/2007	30/04/2007	[Barra horizontal que cubre los últimos 7 días de abril]	
4	Compra de muebles de oficina	4	30/04/2007	03/05/2007	[Barra horizontal que cubre los últimos 4 días de abril]	
5	Instalación de maquinaria y mobiliario	5	04/05/2007	08/05/2007	[Barra horizontal que cubre los primeros 5 días de mayo]	
6	Reclutamiento de Personal	3	09/05/2007	11/05/2007	[Barra horizontal que cubre los primeros 3 días de mayo]	
7	Contratación de Personal	3	14/05/2007	16/05/2007	[Barra horizontal que cubre los días 14, 15 y 16 de mayo]	
8	Capacitación del Personal	3	17/05/2007	19/05/2007	[Barra horizontal que cubre los días 17, 18 y 19 de mayo]	
9	Selección y Contratación de Proveedores	3	21/05/2007	23/05/2007	[Barra horizontal que cubre los días 21, 22 y 23 de mayo]	
10	Compra de Insumos	4	25/05/2007	28/05/2007	[Barra horizontal que cubre los días 25, 26, 27 y 28 de mayo]	
11	Puesta en marcha	1	30/05/2007	30/05/2007	[Barra horizontal que cubre el día 30 de mayo]	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Magaly Padilla

## 2.4. Aspectos Ambientales

### 2.4.1. Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales

- Emisión de Ruido
- Eliminación de residuos para lo cual se tendrán contenedores para su respectiva eliminación de desechos que se producirán

### 2.4.2. Medidas de Prevención y Mitigación

- Para la eliminación de residuos que se generarán, se tomará a cabo las siguientes medidas:
  - Utilización de las tiras de cuero para la elaboración de pulseras o llaveros
  - Tener contenedores para todos los residuos de cuero que ya no se utilizarán
  - Mantener limpios los desagües y alcantarillas, para evitar taponamientos de los mismos.

### **2.4.3. Normatividad Técnica, comercial y Ambiental**

Para su correcto funcionamiento son necesarios los siguientes puntos

- Aprobación del Municipio de Machachi
- Permiso de los bomberos para evitar problemas futuros
- Permiso por parte del Hospital de Machachi

### **LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO**

#### **Incentivos:**

- El Estado prestará a los artesanos eficiente ayuda económica. Art. 17
- El Seguro Social para el artesano Art. 18, 19 y 20
- Los maestros artesanos que hubieren establecido talleres hasta el 5 de noviembre de 1953, en que se promulgó la Ley de Defensa del Artesano en el Registro Oficial, no estarán sujetos al requisito de titulación y gozarán de todos los derechos y beneficios establecidos en esta Ley.  
Disposición General

#### **Exigencias técnicas e instrumentos de control de calidad del proceso productivo contenido en el instrumento jurídico.**

- Para el eficiente control de sus recursos, la Junta Nacional de Defensa del Artesano contará con una unidad de auditoría interna. Art. 12

#### **Implementación, modificación y traslado de la empresa.**

- La Junta Nacional de Defensa del Artesano se crea según lo que establece Art. 4
- Tribunal de Disciplina Nacional se crea según lo que establece Art. 13
- El patrimonio de la Junta Nacional de Defensa del Artesano estará constituido por lo establecido en el Art. 9

- Los maestros debidamente titulados y los artesanos autónomos podrán ejercer el artesanado, abrir y mantener sus talleres, una vez que se hayan registrado en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, la que les conferirá el Carnet Profesional Artesanal, al momento mismo de su registro. Art. 15
- Los fondos del Seguro del Artesano deberán ser los establecidos por el Art. 21 y 22

**Estándares y limitaciones fijadas a la actividad industrial:**

- La Junta Nacional de Defensa del Artesano elaborará un Plan Nacional de Desarrollo Artesanal, que formará parte del Plan Nacional de Desarrollo y será de ejecución obligatoria Art. 8
- Los recursos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano se destinarán a la ejecución de planes y programas destinados al desarrollo integral y capacitación de la clase artesanal. Art. 11
- El Tribunal de Disciplina Nacional es la instancia superior de apelación, encargado de resolver, en única y definitiva instancia, las controversias entre artesanos suscitadas por la aplicación de esta Ley o por las resoluciones de la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Art. 13
- Los artesanos amparados por esta Ley no están sujetos a las obligaciones impuestas a los patronos en general por la actual legislación. Art. 16.

---

---

## CAPÍTULO III

### LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

#### 3.1. Base Legal

La base legal de una empresa esta constituida por el nombre o la razón social de la misma, formada por su respectivo logotipo o slogan, la titularidad y el tipo de empresa.

Para establecer la empresa productora y comercializadora de Artesanías, se la va a establecer como una unidad económica, mediante la utilización de recursos humanos, técnico y financiero cuyo propósito principalmente será la de ofrecer un producto de calidad e innovador, con la finalidad de obtener beneficios económicos.

##### 3.1.1. Nombre o Razón Social

“Un buen nombre motiva a las personas a comprar el producto o servicio, identifica o conduce a los clientes hacia la compañía que lo utiliza. Los nombres comerciales que han adquirido gran valor a lo largo de los años generan grandes utilidades cuando se otorga la licencia a otros fabricantes y cuando la compañía es vendida.”<sup>12</sup>

El nombre social de la empresa es la marca, la distinción, el reflejo de la empresa ante sus clientes, por tal razón este deberá tener, descripción, originalidad, atractivo, debe ser claro y simple para que se pueda entender a simple vista y agradable.

La empresa se creará bajo la razón social: “ARTESANÍAS DEL CHAGRA”. Una empresa ecuatoriana regida por la legislación de este país, domiciliada en la Cantón Mejía, ciudad Machachi, República del Ecuador.

#### LOGOTIPO DE LA EMPRESA

---

<sup>12</sup> Guía legal para empresas      suplemento comercial      Quito, 10 de marzo del 2004



### 3.1.2. Titularidad de Propiedad de la Empresa

“La titularidad de propiedad de la empresa es el contrato de compañía en el que se especifica si la empresa estará compuesta por una o más personas que unen sus capitales para emprender este tipo de negocio y así realizar la participación de utilidades.”<sup>13</sup>

Una vez analizadas las características de los diferentes tipos de compañías de comercio, la empresa “ARTESANIAS DEL CHAGRA”, se constituirá como persona jurídica y será una Compañía Limitada, así que su nombre irá acompañado de la correspondiente abreviatura de la siguiente manera

**“ARTESANÍAS DEL CHAGRA CIA. LTDA”**

<sup>13</sup> GARCÍA flor, Guía para crear y desarrollar su propia empresa segunda edición Pág. 56

---

La Compañía de Responsabilidad Limitada realiza toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley. Se contrae entre 3 a quince socios

El número de socios mínimo para la suscripción es de 3, el capital es de \$1.000 dólares americanos, para abrir la cuenta de integración se debe depositar el 30% es decir \$300, el resto se lo puede hacer a dos años.

Entre los trámites a seguir para la constitución de la compañía, se anotan los siguientes:

- Capital totalmente suscrito, y pagado por lo menos en su cuarta parte
- Haber depositado la cuarta parte del capital suscrito en una institución Bancaria
- Se podrán constituir o subsistir con uno o más accionistas
- La Superintendencia de Compañías comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública
- El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con las escrituras de la constitución
- La compañía puede constituirse en un solo acto por convenio entre los que otorguen ola escritura; o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones.

Requisitos para la inscripción en el RUC según el Manual Legal del Contador

- Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación de inscripción correspondiente, Ley de creación, o, Acuerdo Ministerial de creación
- Nombramientos de Representantes Legales, inscritos en el Registro Mercantil cuando así lo exija la ley
- Copia de la cédula y papeleta de votación del Representante Legal
- Documento que certifique la dirección en la que desarrolle la actividad económica.

### 3.1.3. Tipo de Empresa (Sector, Actividad)

La actividad y el sector en el que se ubica la empresa se resume en dos grupos importantes:

- Producción artesanías, esta actividad se ubica en el Sector de Manufactura en cuero
- La actividad se centra en la Comercialización de las artesanías en el Cantón Mejía, ciudad Machachi, Baños y Otavalo

### 3.2. Mapa Estratégico

Las “ARTESANÍAS DEL CHAGRA” es un proyecto en la elaboración de diferentes artículos de cuero y venta de artículos artesanales para la comercialización mayorista, brindando la seguridad necesaria y la solides que demandan los grandes centros de distribución mayorista de las principales ciudades del país, con la innovación constante, calidad y excelentes terminados a precios competitivos. “Artesanías del Chagra” generará empleo a familias y ofrecerá capacitación constante para garantizar la calidad de sus productos y la satisfacción de nuestros clientes.

**Tabla 3.1**

MISION	VISION
Brindar a nuestros clientes excelente calidad en la producción de artesanías en cuero y variedades artesanales, generando con esto beneficios a la comunidad	Ser una empresa líder, sólida y confiable en la producción y comercialización de artesanías, diferenciando la calidad de su producto

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

## ▪ ESTRATEGIA EMPRESARIAL

La estrategia empresarial en la que “ARTESANIAS DEL CHAGRA” se basará es una Estrategia de Diferenciación cuyo principal objetivo es lograr una ventaja competitiva, esto se logrará con la especialización del personal que esta relacionado directamente con la actividad, así como también el profesionalismos de las diferentes áreas que conforman la empresa y lo más importante que es el control estricto de materiales e insumos que intervienen en la producción, para de esta manera poder ofrecer un producto de calidad.

La estrategia Competitiva es la de ser líder, con nuevas estrategias, nuevos productos, y un valor agregado que lo haga más atractivo para los clientes.

Es importante también pensar en un crecimiento de la empresa, para lo cual se definirán estrategias de crecimiento y penetración, debido a que el producto tiene grandes expectativas de expansión y tratará de posicionarse en la mente de los consumidores mediante la participación de medios visuales como periódicos, revistas, Internet; todo esto con el fin de captar nuevos segmentos de mercado con nuevos productos en el futuro.

#### ▪ **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

- ✓ Brindar un producto de calidad e innovador, pensando en el beneficio de nuestros clientes.
  
- ✓ Capacitar y motivar al personal para aprovechar al máximo sus capacidades y lograr el compromiso de los mismos para con el cliente y la empresa.

#### ▪ **PRINCIPIOS Y VALORES**

Los principios corporativos son el conjunto de valores, creencias y normas, que regulan la vida de una organización. Ellos definen aspectos que son importantes para la empresa y deben ser compartidos por todos; por tanto, constituyen la norma de vida corporativa y el soporte de la cultura organizacional, que debe traducirse en:

- ✓ El desarrollo de la empresa dependerá siempre del compromiso de los elementos que la conforman, como el recurso humano y directivo.
- ✓ La innovación, creatividad y amabilidad serán los pilares sobre los que funcione la empresa en su totalidad.
- ✓ La gestión y operatividad de la empresa estará de acuerdo a la honestidad, disciplina y responsabilidad que se reflejará en cada una de las actividades.

### VALORES

- **HONESTIDAD**
- **RESPONSABILIDAD**
- **COMPROMISO**

### PRINCIPIOS

- ✓ **Mejoramiento continuo para lograr la excelencia.**

### **3.3. Organización Administrativa**

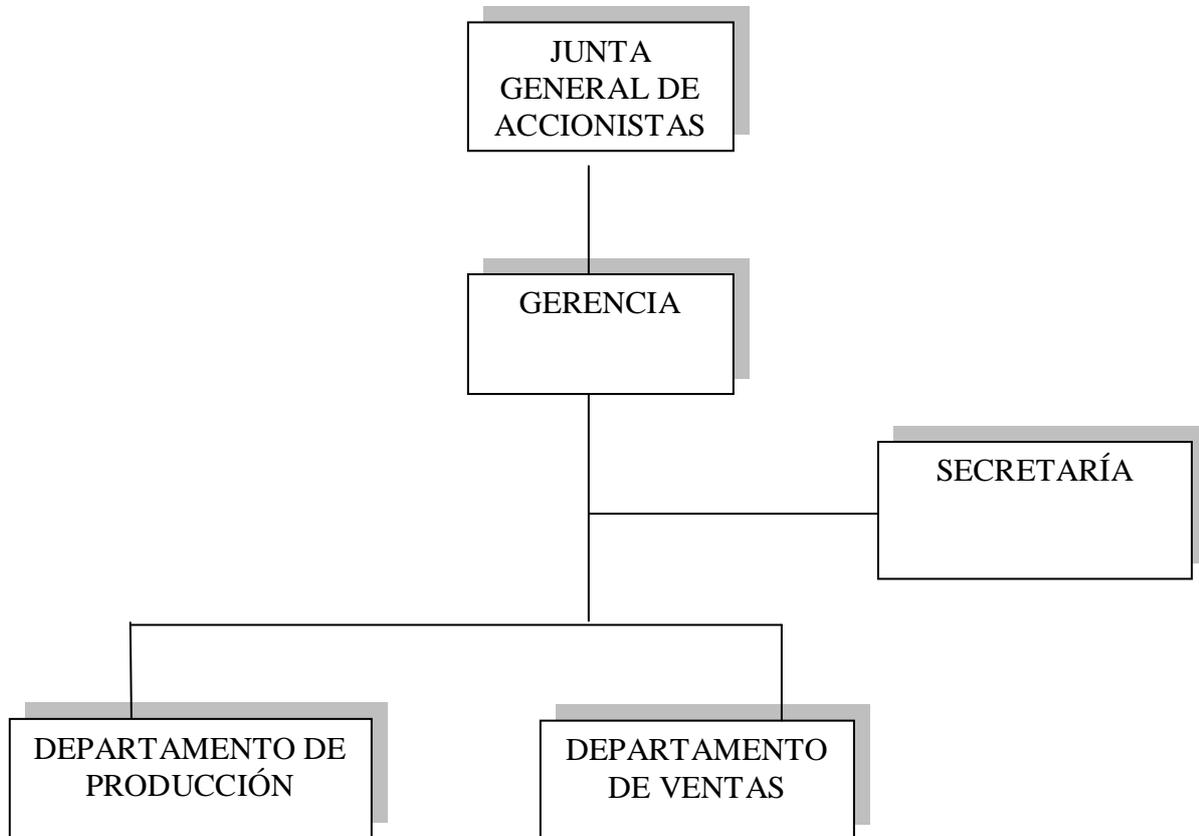
#### **3.3.1. Estructura Orgánica**

Cómo expone el autor Enrique Fincowsky la estructura orgánica es la descripción de las unidades administrativas de una organización en función de sus relaciones de jerarquía

Diseñar una estructura organizacional efectiva no es tarea fácil. Se encuentran muchos problemas al buscar que las estructuras se adecuen a las situaciones que incluyen tanto definir los tipos de puestos que se deben crear, como encontrarse a las personas adecuadas para cubrirlos.

## **ESTRUCTURA ORGANICA “ARTESANIAS DEL CHAGRA”**

Gráfico N. 3.1



3.3.2. Descripción de Funciones

---

---

## **JUNTA DE ACCIONISTAS**

### **Perfil**

Capacidad para toma de decisiones

### **Funciones**

Las funciones principales de la Junta de Accionistas de Artesanías del Chagra”, serán las siguientes:

- Aporte de capital para la constitución de la empresa
- Tomar decisiones basadas en los reportes que sean emitidos por el Gerente General
- Vigilar el cumplimiento de las metas

## **GERENTE GENERAL**

### **Perfil**

Ingeniero Comercial o carreras afines, experiencia 2 años en cargos similares.

### **Funciones**

El gerente general deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Planificar, dirigir y controlar todas las actividades de la empresa
- Controlar al personal
- Vigilar que se cumplan los objetivos y políticas
- Planificar, dirigir y controlar las ventas
- Representar a la empresa legal y jurídicamente

## **SECRETARIA**



---

---

## **Perfil**

Bachiller en Secretariado, experiencia 1 año

## **Funciones**

Las funciones que deberá cumplir la secretaria, serán:

- Atención al cliente
- Soporte administrativo en todas las áreas de la organización
- Elaborar informes, cartas de presentación y demás documentos
- Efectuar la facturación

## **VENDEDOR**

### **Perfil**

Estudios Superiores en Marketing, experiencia 1 año en cargos similares

### **Funciones**

Las funciones del vendedor serán:

- Visitar al cliente en sitio
- Llevar estadística de ventas
- Reportar semanalmente las ventas

## **OPERARIOS**

---

---

## Perfil

Bachilleres, con conocimiento en la elaboración de productos artesanales saber el manejo de maquinaria para cortar, moldear y etiquetar, coser; experiencia 1 año

## Funciones

Las funciones principales serán:

- Revisar y asegurar que los cortes, moldeado y [empaques](#) del producto final cumplan con lo especificado.
- Realizar el mantenimiento de los diferentes equipos de que se usan en la empresa
- Realizar el proceso de aseo y desinfección de acuerdo a la [programación](#) de tareas para cada puesto de trabajo.
- Tiene la responsabilidad de informar sobre las anomalías de la calidad del material de producción.
- Tiene la responsabilidad de dar conocimiento inmediato y adecuado al Jefe de Producción, sobre las novedades que se presenten en las líneas de producción en cuanto a calidad, orden, limpieza, seguridad y mantenimiento de los equipo

## CAPÍTULO IV ESTUDIO FINANCIERO

## 4.1. PRESUPUESTOS

“El presupuesto surge como herramienta moderna de planeamiento y control al reflejar el comportamiento de la competencia y de indicadores económicos, en virtud de sus relaciones con los diferentes aspectos administrativos, contables y financieros de la empresa.”<sup>14</sup>

### 4.1.1. Presupuesto de Inversión

El presupuesto de inversión, dentro de un proyecto, corresponde a una descripción detallada de los requerimientos de capital que van a ser necesarios para su ejecución. El deseo de llevar adelante un proyecto trae consigo asignar, para la ejecución, una cantidad de variados recursos, los mismos que se pueden agrupar en dos grandes rubros:

- a) Los requeridos para la instalación, construcción del proyecto o el montaje del mismo, llamados inversiones fijas y que más tarde se convertirán en Activo Fijo de la empresa
- b) Los recursos financieros que se necesitan para la etapa de funcionamiento del proyecto, llamado Capital de Trabajo o de Operación.

#### 4.1.1.1. Activos Fijos

Son toda clase de bienes u objetos materiales que tienen existencia física, que son adquiridos por las empresas o entidades exclusivamente para el uso o servicio permanente en sus actividades operativas, tales como terrenos, muebles, edificios, equipos, vehículos, etc. Estos activos están sujetos a depreciación (excepto terrenos)

Para el caso del presente estudio, la inversión de activos fijos se detalla a continuación:

**Tabla 4.1**

#### ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
----------	----------	--------	-----------------	--------------

<sup>14</sup> BURBANO Jorge, Presupuestos Enfoque de Gestión, Pág. 12

<b>ADMINISTRACIÓN</b>				
Muebles de Oficina	1	juegos	300.00	300.00
Equipos de Oficina	1	juegos	500.00	500.00
Equipos de Computación	1	unidad	800.00	800.00
<b>TOTAL</b>				<b>1.600.00</b>
<b>VENTAS</b>				
Muebles y Enseres				
Vitrina Mostrador	1	unidad	70.00	70.00
Vitrina Estantes	1	unidad	50.00	50.00
silla	4	unidad	8.00	32.00
escritorio	1	unidad	25.00	25.00
gavetas de 4 cajones	1	unidad	30.00	30.00
<b>TOTAL</b>				<b>207.00</b>
<b>PRODUCCIÓN</b>				
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>39.00</b>
Sillas	2	unidades	20.00	22.00
Mesas	2	unidades	15.00	17.00
<b>MAQUINARIA</b>				4200.00
Destelladora	1	unidad	700.00	700.00
Remendona	1	unidad	3.000.00	3.000.00
Perforadora	1	unidad	150.00	150.00
Estampadora	1	unidad	100.00	100.00
Remachadora	1	unidad	100.00	100.00
Máquina de Coser	1	unidad	150.00	150.00
<b>TOTAL PRODUCCIÓN</b>				<b>4.239.00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>				<b>6.046.00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Magaly Padilla

### Depreciación

“Los activos fijos (edificios, maquinaria, muebles, equipos, etc.). Pierden su valor por el uso o por la obsolescencia, para compensar esta pérdida contable se utilizan las

depreciaciones de conformidad con los porcentajes dispuestos en el Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno”<sup>15</sup>

- Inmuebles (excepto terrenos) y similares 5% anual
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual
- Equipos de cómputo y software 33% anual

**Tabla N. 4.2**

**DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

CONCEPTO	TOTAL A DEPRECIAR	AÑOS VIDA UTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ADMINISTRACIÓN</b>							
Equipos de Oficina	500	3	167	167	167	167	167
Equipos de Computación	800	3	267	267	267	267	267
Muebles de Oficina	300	10	30	30	30	30	30
<b>TOTAL</b>	<b>1600</b>		<b>463.33</b>	<b>463.33</b>	<b>463.33</b>	<b>463.33</b>	<b>463.33</b>

<b>VENTAS</b>							
Muebles y Enseres	207	10	20.70	20.70	20.70	20.70	20.70
<b>TOTAL</b>	<b>207</b>		<b>20.70</b>	<b>20.70</b>	<b>20.70</b>	<b>20.70</b>	<b>20.70</b>

<b>PRODUCCIÓN</b>							
Muebles y Enseres	39	10	3.90	3.90	3.90	3.90	3.90
Maquinaria	4200	10	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00
<b>TOTAL</b>	<b>4239</b>		<b>423.90</b>	<b>423.90</b>	<b>423.90</b>	<b>423.90</b>	<b>423.90</b>
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>	<b>6046</b>		<b>907.93</b>	<b>907.93</b>	<b>907.93</b>	<b>907.93</b>	<b>907.93</b>

Fuente: Ley de Régimen Tributario Interno

Elaborado por: Magaly Padilla

#### 4.1.1.2.- Activos Intangibles

Son considerados útiles por los derechos o privilegios especiales que tienen, no poseen existencia física o corpórea, tales como: patentes, derecho de llave, derechos de autor,

<sup>15</sup> BRAVO Mercedes, Contabilidad General, Pág. 204

marcas registradas, prestigio o crédito mercantil. Estos activos están sujetos a amortización

Para el estudio planteado, la inversión en activos intangibles o diferidos se señala en la siguiente tabla:

**Tabla N. 4.3**  
**GASTOS PREOPERATIVOS**

CONCEPTO	PRECIO TOTAL
Gastos de Constitución	1.000.00
Afiliación cámara de artesanos	200.00
Registro de la Marca	190.00
Costo del Proyecto	1.490.00
Patente municipal	50.00
Gastos de Adecuación Instalaciones	966.00
<b>TOTAL</b>	<b>3.896.00</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

### **Amortización**

Toda empresa para constituirse legalmente realiza una serie de egresos o gastos denominados de organización y constitución, los mismos que se amortizan en cinco años al 20% anual, de acuerdo a lo dispuesto en el Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno

En el estudio planteado la amortización de los gastos preoperativos se detallan a continuación en la siguiente tabla:

**Tabla N. 4.4**  
**AMORTIZACION DE GASTOS PREOPERATIVOS**

CONCEPTO	VALOR	% DE LEY	1	2	3	4	5
Gastos preoperativos	3.896.00	779.2	779.2	779.2	779.2	779.2	779.2

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

#### 4.1.1.3.- Capital de Trabajo

Está constituido por un conjunto de recursos, que una empresa debe tener, para atender sus necesidades de operación y corresponde al excedente del activo circulante sobre el pasivo circulante.

El capital de trabajo, llamado también capital de operación, está compuesto por todos aquellos recursos disponibles en una empresa e incluirá los gastos tales como compra de materia prima y materiales directos, pago de mano de obra, gastos de administración de ventas, hasta que haya un flujo normal de ingresos por ventas.

El capital de trabajo necesario para iniciar la operación dentro de la empresa, es el siguiente:

**Tabla N. 4.5**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

CONCEPTO	VALOR
Costos de Producción	10.137.64
Gastos Administrativos	9.945.71
Gastos de Ventas	4.441.82
TOTAL	24.525.17
12 Meses	2.043.76
Meses en Recuperar	2
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>4.087.53</b>

Fuente. Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

#### 4.1.2. Cronograma de Inversiones

El Cronograma se lo utiliza para poder establecer un control adecuado de la secuencia y desarrollo del programa de inversiones, en estos se fijan las diversas actividades con especificaciones de tiempo para cumplir de manera coordinada las diferentes acciones previas a la ejecución del proyecto.

**Tabla N. 4.6**  
**CRONOGRAMA DE INVERSIONES**

ACTIVOS FIJOS CONCEPTO	0	AÑOS				
		1	2	3	4	5
Muebles de Oficina	300					
Muebles y Enseres	246					
Equipos de Oficina	500			500		
Equipos de Computación	800			800		
Maquinaria	4200					
<b>TOTAL</b>	<b>6.046</b>			<b>1.300</b>	0	0
<b>PREOPERATIVOS</b>						
<b>TOTAL</b>	<b>3.129,50</b>					
<b>TOTAL INVERSIONES FIJAS</b>	<b>9.175.50</b>			1.300	0	0
Capital de Trabajo	4.087.63					
<b>TOTAL INVERSIONES FIJAS + CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>13.263,13</b>			<b>1.300</b>	0	0

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Magaly Padilla

### 4.1.3. Presupuesto de Operación

El presupuesto de operación se refiere a la estimación de ingresos y gastos generados por la empresa, producto de su operación en el mercado. Por medio de este se pueden establecer los niveles de efectivo y la liquidez que tendrá la organización y por tanto, la viabilidad de la empresa.

#### 4.1.3.1.- Presupuesto de Ingresos

Los ingresos de un proyecto dependerán de la estructura de su producción; se da por supuesto que los ingresos más importantes serán los de la venta de los bienes que generará el proyecto. También hay otros ingresos que deberán ser considerados para la evaluación correcta del proyecto; entre estos estarían los siguientes: ingreso por la venta de activos de reemplazo; venta de subproductos.

**Tabla N. 4.7**  
**PRESUPUESTO DE INGRESO ANUAL**

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas de producción	42.012.46	45.373.46	49.003.34	52.923.61	57.157.49
Ventas de varias artesanías	12.293.45	13.276.92	14.339.08	15.486.20	167.25.10
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>54.305.91</b>	<b>58.650.39</b>	<b>63.342,42</b>	<b>68.409.81</b>	<b>73.882.59</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

El presupuesto de ingreso anual se lo obtuvo multiplicando el número de unidades a producir en el año, por las ventas de varias artesanías y la venta de los equipos de computo al tercer año por el valor unitario.

#### **4.1.3.2. Presupuesto de Egresos**

En un proyecto, se pueden distinguir cuatro funciones básicas: producción, administración, ventas y financiamiento. Para llevar a cabo cada una de estas funciones, la empresa tiene que efectuar ciertos desembolsos por pago de salarios, arrendamientos, servicios públicos, compra de materiales, pago de intereses, etc. Estas erogaciones, reciben el nombre de costos de producción y gastos tanto de administración, ventas y financieros, según la función a la que pertenezcan. Por tanto se puede afirmar que fundamentalmente existen cuatro clases de costos: producción, administración, ventas y financiero

En el presupuesto de egresos del estudio en ejecución, se estimarán en las siguientes tablas:

**Tabla N. 4.8**

**COSTOS DE FABRICACIÓN**

<b>CONCEPTO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Materia Prima	1.763.30
Mano de Obra	1.940.62
Costos Variables	3.891.67
Costos Fijos	2.112.05
Adecuaciones e Instalaciones	130.00

<b>TOTAL</b>	<b>10.137,64</b>
--------------	------------------

**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

<b>CONCEPTO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Sueldos	7.312.92
Depreciación	463.33
Servicios Básicos	35.00
Servicio de contabilidad	1.800.00
Servicio de seguros	134.45
Suministros de Oficina	60.00
Suministros de Aseo	60.00
Adecuaciones e Instalaciones	80.00
<b>TOTAL</b>	<b>9.945.71</b>

**GASTOS DE VENTAS**

<b>CONCEPTO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Sueldos	2.692.12
Depreciación	20.70
Servicios Básicos	7.00
Arriendos	540.00
Suministros de Oficina	72.00
Suministros de Aseo	72.00
Publicidad	90.00
Comisión y Viáticos	678.00
Adecuaciones e Instalaciones	90.00
<b>TOTAL</b>	<b>4.441,82</b>

**GASTOS FINANCIEROS**

<b>CONCEPTO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Interés préstamo	931.75
<b>TOTAL</b>	<b>931.75</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Magaly Padilla

### 4.1.3.3 Estructura de Financiamiento

La estructura de financiamiento constituye un punto importante en todo proyecto ya que provee o asigna los recursos determinando si el proyecto es factible o no, teniendo una base para poder obtener los recursos económicos y materiales para su implementación.

En este estudio, el financiamiento se lo realizará con un crédito hipotecario; y, a través de aportes de capital propio por parte de accionistas de la empresa. El préstamo a realizarse es por un monto de \$7.732.35 pagaderos a 3 años, el mismo que cubrirá el 58.30% de la inversión inicial y el 41.70% que corresponde a 5.530,68 serán solventados por los aportes de cada uno de los accionistas. La estructura de financiamiento puede resumirse así.

**Tabla N. 4.9**

#### **ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO**

<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL INVERSIÓN</b>
Activos Fijos	6.046.00
Administración	1.600.00
Ventas	207.00
Producción	4.239.00
Preoperativos	3.129.50
Capital de Trabajo	4.087.53
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>13.263.03</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Magaly Padilla

### 4.1.4.- Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una técnica, que permite encontrar el punto, en el cual los ingresos son iguales a los gastos, es decir, aquel punto en que la empresa no pierde ni gana.

Para el cálculo del punto de equilibrio se aplican las siguientes ecuaciones:

“Punto de Equilibrio en Unidades:

$$PE = \frac{CFT}{P - CVu}$$

**Donde:**

CFT = Costo Fijo Total

P = Precio de Venta

CVu = Costo Variable Unitario

Punto de Equilibrio en Dólares

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left[ \frac{CVT}{IT} \right]}$$

**Donde:**

CFT = Costo Fijo Total

CVT = Costo Variable Total

IT = Ingreso Total<sup>16</sup>**Tabla 4.10**

ARTICULOS	UNIDADES PRODUCIDAS	VENTAS	%	COSTOS VARIABLES TOTALES	COSTOS FIJOS TOTALES	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO TOTAL	COSTOS VARIABLES UNITARIOS	PRECIO DE VENTA	PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	PUNTO DE EQUILIBRIO VALORES
<b>TOTAL</b>		<b>40.302.11</b>	<b>1.00</b>	<b>21.595.07</b>	<b>16320</b>	<b>37.914.65</b>					
Carteras	1.259.00	8.282.37	21%	4.026.76	3354	7.380.55	5.86	3.20	6.58	992.00	6.527.22
Billeteras	600.00	2.497.40	6%	1.066.25	1011	2.077.52	3.46	1.78	4.16	424.00	1.764.70
Chompas	498.00	24.192.72	60%	13.896.68	9796	23.693.06	47.58	27.90	48.58	474.00	23.018.68
Mochilas	264.00	2.322.15	6%	1.188.73	940	2.129.04	8.06	4.50	8.80	219.00	1.926.51
Correas	525.00	3.007.48	7%	1.416.65	1218	2.634.47	5.02	2.70	5.73	402.00	2.302.30

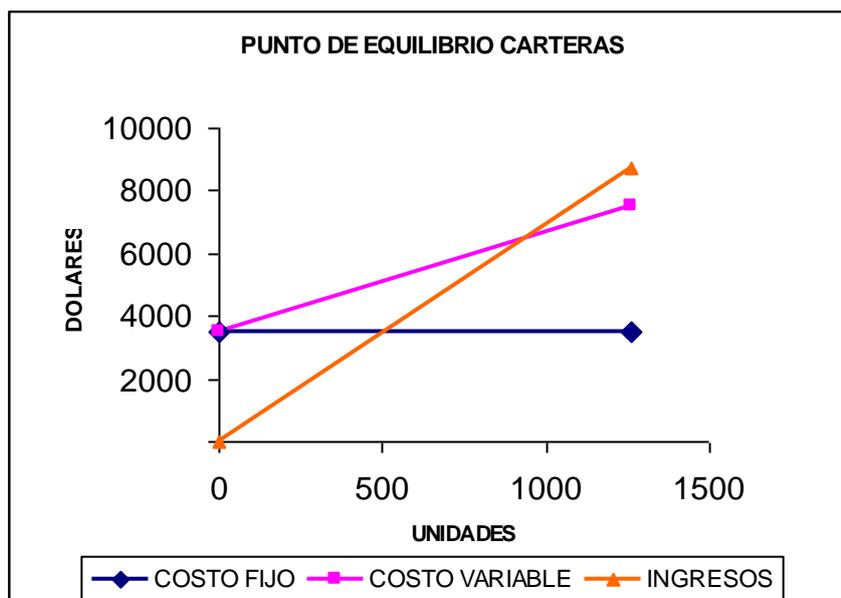
<sup>16</sup> JAMES C. Van Home, Administración Financiera, Pág.436

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Magaliy Padilla

### PUNTO DE EQUILIBRIO

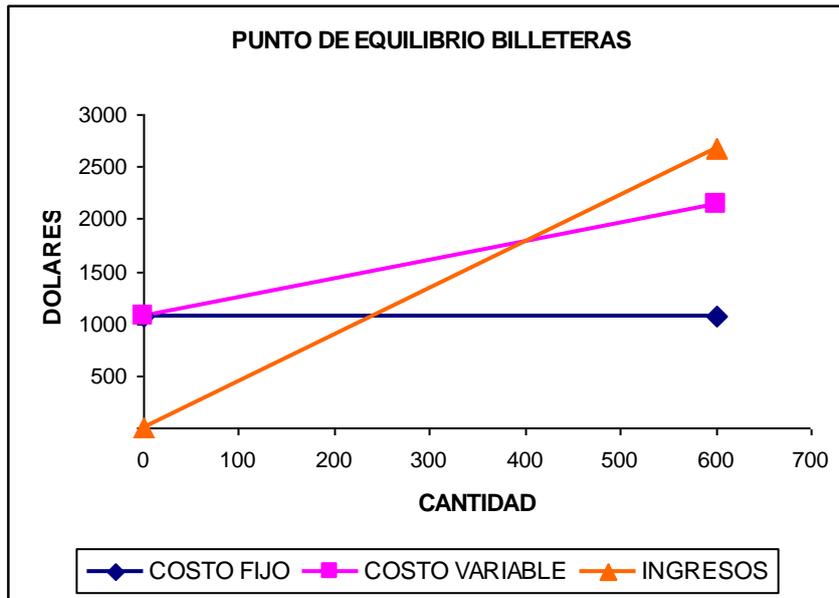
Gráfico N. 4.1



Fuente: Punto de Equilibrio

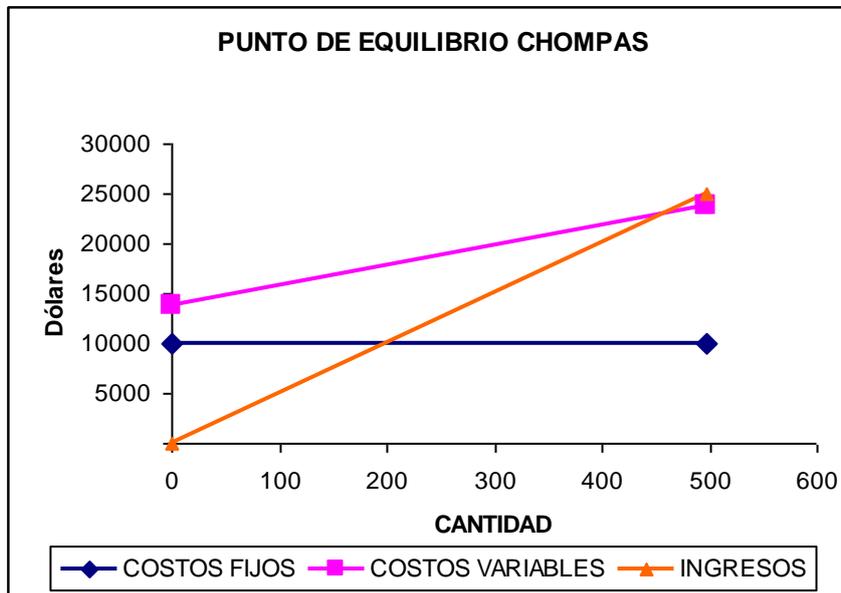
Elaborado por: Magaly Padilla

Gráfico N. 4.2



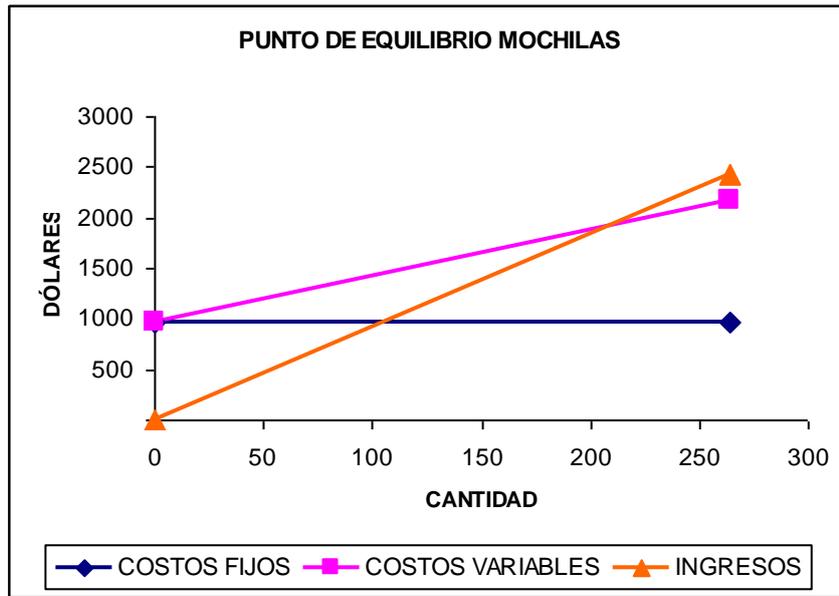
Fuente: Punto de Equilibrio  
 Elaborado por: Magaly Padilla

Gráfico N. 4.3



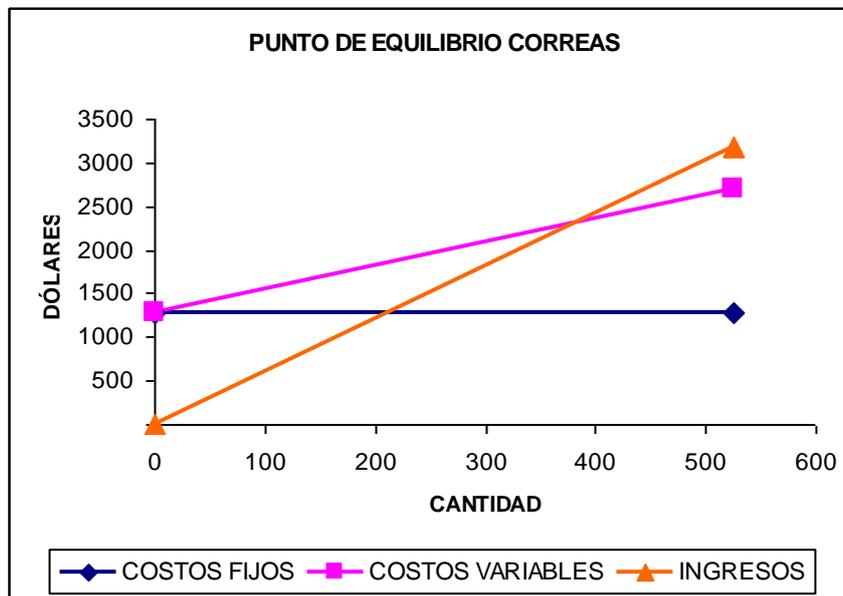
Fuente: Punto de Equilibrio  
 Elaborado por: Magaly Padilla

Gráfico N. 4.4



Fuente: Punto de Equilibrio  
 Elaborado por: Magaly Padilla

Gráfico N. 4.5



Fuente: Punto de Equilibrio  
 Elaborado por: Magaly Padilla

## 4.2. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

### 4.2.1. Estado de Resultados

“Resumen de los ingresos y gastos de una compañía a lo largo de determinado periodo, que concluye con los ingresos o pérdidas netos de dicho periodo”<sup>17</sup>

Tabla N. 4.11  
ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ventas netas	54.305.91	58.650.39	63.342.42	68.409.81	73.882.59
(-) Costo de ventas	31.031.95	33.514.51	36.195.67	39.091.32	42.218.63
<b>(=) Resultado Bruto en Ventas</b>	<b>23.273.96</b>	<b>25.135.88</b>	<b>27.146.75</b>	<b>29.318.49</b>	<b>31.663.97</b>
(-) Gastos de administración	9.945.71	9.945.71	9.945.71	9.945.71	9.945.71
(-) Gastos de ventas	4.441.82	4.441.82	4.441.82	4.441.82	4.441.82
(-) Depreciaciones	907.93	907.93	907.93	907.93	907.93
(-) Amortizaciones	619.20	619.20	619.20	619.20	619.20
<b>(=) Resultado Operacional</b>	<b>7.359.30</b>	<b>9.221.22</b>	<b>11.232.09</b>	<b>13.403.83</b>	<b>15.749.31</b>
(-) Gastos financieros					
(+) Otros ingresos	-	-	-	-	-
(-) Otros egresos	-	-	-	-	-
<b>(=) Resultado antes Participación</b>	<b>7.359.30</b>	<b>9.221.22</b>	<b>11.232.09</b>	<b>13.403.83</b>	<b>15.749.31</b>
(-) 15% participación trabajadores	1.103.90	1.383.18	1.684.81	2.010.57	2.362.40
<b>(=) Resultado antes Impuesto Renta</b>	<b>6.255.41</b>	<b>7.838.04</b>	<b>9.547.28</b>	<b>11.393.26</b>	<b>13.386.91</b>
(-) Impuesto a la renta (25%)	1.563.85	1.959.51	2.386.82	2.848.31	3.346.73
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>4.691.56</b>	<b>5.878.53</b>	<b>7.160.46</b>	<b>8.544.94</b>	<b>10.040.19</b>
		25.30%	21.81%	19.34%	17.50%

Tabla N. 4.12  
ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

<sup>17</sup> JAMES C. Van Home, Fundamentos de Administración Financiera, Pág. 126

(+) Ventas netas	54.305.91	58.650.39	63.342.42	68.409.81	73.882.59
(-) Costo de ventas	31.031.95	33.514.51	36.195.67	39.091.32	42.218.63
<b>(=) Resultado Bruto en Ventas</b>	<b>23.273.96</b>	<b>25.135.88</b>	<b>27.146.75</b>	<b>29.318.49</b>	<b>31.663.97</b>
(-) Depreciaciones	907.93	907.93	907.93	907.93	907.93
(-) Amortizaciones	619.20	619.20	619.20	619.20	619.20
(-) Gastos de administración	9.945.71	9.945.71	9.945.71	9.945.71	9.945.71
(-) Gastos de ventas	4.441.82	4.441.82	4.441.82	4.441.82	4.441.82
<b>(=) Resultado Operacional</b>	<b>7.359.30</b>	<b>9.221.22</b>	<b>11.232.09</b>	<b>13.403.83</b>	<b>15.749.31</b>
(-) Gastos financieros	931.75	621.17	310.58	0.00	0.00
(+) Otros ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Otros egresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>(=) Resultado antes Participación</b>	<b>6.427.56</b>	<b>8.600.06</b>	<b>10.921.51</b>	<b>13.403.83</b>	<b>15.749.31</b>
(-) 15% participación trabajadores	964.13	1.290.01	1.638.23	2.010.57	2.362.40
(-) Impuesto a la renta (25%)	241.03	322.50	409.56	502.64	590.60
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>5.222.39</b>	<b>6.987.54</b>	<b>8.873.73</b>	<b>10.890.61</b>	<b>12.796.31</b>
		33.80%	26.99%	22.73%	17.50%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Magaliy Padilla

Los datos obtenidos tanto en el estado de resultados del proyecto como del inversionista, reflejan utilidad neta que estará disponible para los accionistas.

#### 4.2.3. Flujo Netos de Fondos

“Se refiere al resumen de los ingresos y egresos que el proyecto tendrá durante su vida útil y constituye el primer paso para la evaluación financiera de proyectos de inversión o en general, en el análisis de toma de decisiones. Es un esquema de participación sistemática de los ingresos y egresos que se presentan período por período, y constituye una herramienta valiosa que puede determinar la rentabilidad de las decisiones de inversión”.<sup>18</sup>

##### 4.2.3.1 Del Proyecto sin Financiamiento

<sup>18</sup> James C. Van Horne, Administración Financiera, Pág. 24

“Llamado también flujo de fondos puro, es aquel conformado por los costos e ingresos del proyecto, cuidadosamente asignados al período de tiempo en que se desembolsan o se reciben. Una estructura recomendable es colocar las cuentas del Estado de Pérdidas y Ganancias (las cuales se afectan por impuestos) en la parte superior del flujo y luego colocar los ingresos no gravables y egresos no

**Tabla N. 4.13**  
**FLUJO DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>(+) Ventas netas</b>		54.305.91	58.650.39	63.342.42	68.409.81	73.882.59
(-) Costo de ventas		31.031.95	33.514.51	36.195.67	39.091.32	42.218.63
<b>(=) Resultado Bruto en Ventas</b>		<b>23.273.96</b>	<b>25.135.88</b>	<b>27.146.75</b>	<b>29318.49</b>	<b>31.663.97</b>
(-) Gastos de administración		9.945.71	9.945.71	9.945.71	9.945.71	9.945.71
(-) Gastos de ventas		4.441.82	4.441.82	4.441.82	4.441.82	4.441.82
(-) Depreciaciones		907.93	907.93	907.93	907.93	907.93
(-) Amortizaciones		619.20	619.20	619.20	619.20	619.20
<b>(=) Resultado Operacional</b>		<b>7.359.30</b>	<b>9.221.22</b>	<b>11.232.09</b>	<b>13.403.83</b>	<b>15.749.31</b>
(-) Gastos financieros						
(+) Otros ingresos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Otros egresos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>(=) Resultado antes Participación</b>		<b>7.359.30</b>	<b>9.221.22</b>	<b>11.232.09</b>	<b>13.403.83</b>	<b>15.749.31</b>
(-) 15% participación trabajadores			1.103.90	1.383.18	1.684.81	4.034.43
<b>(=) Resultado antes Impuesto Renta</b>		<b>6.255.41</b>	<b>7.838.04</b>	<b>9.547.28</b>	<b>11.393.26</b>	<b>13.386.91</b>
(-) Impuesto a la renta (25%)			1.563.85	1.959.51	2.386.82	6.195.04
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b>4.691.56</b>	<b>5.878.53</b>	<b>7.160.46</b>	<b>8.544.94</b>	<b>10.040.19</b>
DEPRECIACION		907.93	907.93	907.93	907.93	907.93
AMORTIZACION DE ACTIVOS INTANGIBLES		619.20	619.20	619.20	619.20	619.20
VALOR EN LIBROS						5.046.67
INVERSION INICIAL	9.175.50					
INVERSION DE REEMPLAZO COMPUTADORAS						
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	4.087.53					
PRESTAMO						
AMORTIZACION DEUDA						
VALOR DE DESECHO						
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-13.263.03</b>	<b>6.218.69</b>	<b>7.405.66</b>	<b>8.687.59</b>	<b>10.072.08</b>	<b>16.613.99</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Magaly Padilla

#### 4.2.3.2 Del proyecto con Financiamiento

Se consideran a más de los ingresos que tiene el inversionista, aquellos generados por concepto de préstamos recibidos para financiar la compra de los activos y como egresos, el pago de interés (gasto deducible de impuestos) y el pago de capital, en cuyo caso se tiene el flujo de fondos que le queda al inversionista por la inversión realizada con sus recursos, después de pagar los intereses y el crédito.

Tabla N. 4.14

## FLUJO DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
(+) Ventas netas		54.305.91	58.650.39	63.342.42	68.409.81	73.882.59
(-) Costo de ventas		31.031.95	33.514.51	36.195.67	39.091.32	42.218.63
<b>(=) Resultado Bruto en Ventas</b>		<b>23.273.96</b>	<b>25.135.88</b>	<b>27.146.75</b>	<b>29.318.49</b>	<b>31.663.97</b>
(-) Depreciaciones		907.93	907.93	907.93	907.93	907.93
(-) Amortizaciones		619.20	619.20	619.20	619.20	619.20
(-) Gastos de administración		9.945.71	9.945.71	9.945.71	9.945.71	9.945.71
(-) Gastos de ventas		4.441.82	4.441.82	4.441.82	4.441.82	4.441.82
<b>(=) Resultado Operacional</b>		<b>7.359.30</b>	<b>9.221.22</b>	<b>11.232.09</b>	<b>13.403.83</b>	<b>15.749.31</b>
(-) Gastos financieros		931.75	621.17	310.58	0.00	0.00
(+) Otros ingresos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Otros egresos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>(=) Resultado antes Participación</b>		<b>6.427.56</b>	<b>8.600.06</b>	<b>10.921.51</b>	<b>13.403.83</b>	<b>15.749.31</b>
(-) 15% participación trabajadores			964.13	1.290.01	1.638.23	4.372.97
(-) Impuesto a la renta (25%)			241.03	322.50	409.56	1.093.24
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b>5.222.39</b>	<b>6.987.54</b>	<b>8.873.73</b>	<b>10.890.61</b>	<b>12.796.31</b>
DEPRECIACION		907.93	907.93	907.93	907.93	907.93
AMORTIZACION DE ACTIVOS INTANGIBLES		619.20	619.20	619.20	619.20	619.20
VALOR EN LIBROS						5.046.67
INVERSION INICIAL	-13.263.03					
INVERSION DE REEMPLAZO COMPUTADORAS						
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	-4.087.53					
PRESTAMO	7.732.35					
AMORTIZACION DEUDA		2.577.45	2.577.45	2.577.45		
VALOR DE DESECHO						
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-9.618.21</b>	<b>4.172.07</b>	<b>5.937.23</b>	<b>7.823.41</b>	<b>12.417.75</b>	<b>14.323.45</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Magaly Padilla

El resultado que arroja cada uno de los flujos de fondos, refleja los saldos que le quedan tanto al proyecto como al inversionista por los recursos invertidos en el proyecto. En los dos casos, el estudio planteado tiene flujos netos positivos durante los años de su vida útil, exceptuando el año cero que constituye el año de inversión inicial.

### **4.3. EVALUACIÓN FINANCIERA**

#### **4.3.1. Determinación de la Tasa de Descuento**

Como menciona el autor Jorge Burbano Ruiz la tasa de descuento se utiliza para calcular el valor presente de los flujos de efectivo que se van a tener a futuro; es decir los rendimientos que se esperan después de haber realizado la inversión.

La tasa de descuento debe ser la tasa de rendimiento requerida para los flujos de efectivo que están asociados con la adquisición o inversión, la cual debe mostrar el riesgo asociado con el uso de los fondos, no con la fuente de los mismos.

- **Del Proyecto**

Para calcular la tasa de descuento del proyecto, se tomó en cuenta un promedio del 12%

Además, el valor referencial de la tasa pasiva al 25 de Febrero del 2007 que fue de “4.93%, inflación anual a Enero de 2007 que fue de 2.68%”<sup>19</sup> y un premio al proyecto del 6%

Se aplicará la siguiente fórmula para el cálculo de la tasa de descuento del proyecto:

$$\text{TMAR} = \% \text{ tasa pasiva promedio} + \% \text{ inflación anual} + \% \text{ premio del proyecto}$$

#### **Calculo**

$$\text{TMAR} = 4.93 + 2.68 + 6$$

$$\text{TMAR} = 13,61\%$$

---

<sup>19</sup> [www.bce.fin.ec/resumen-ticker.php](http://www.bce.fin.ec/resumen-ticker.php)

- **Del Inversionista**

La tasa de descuento para el inversionista será la misma que se toma para el proyecto, es decir, el 12,00%

#### 4.3.2. Criterios de Evaluación

“La bondad de un proyecto se aprecia a base del uso de varios indicadores que permitan comparar los beneficios que se esperan obtener de la asignación de recursos de capital en una o varias alternativas de inversión.

La evaluación está relacionada con la capacidad de cuantificar, medir y señalar el mérito de un proyecto frente a otras posibilidades consideradas viables, apreciando sus diferencias a través de cálculos, que inducen a enfrentar o no el riesgo propio de invertir en empresas negocios o actividades económicas en general”<sup>20</sup>

##### 4.3.2.1. Valor Actual Neto

“El valor presente neto de un proyecto de inversión no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy o, en otras palabras, es el equivalente en pesos actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros, que constituyen el proyecto”<sup>21</sup>

Para el cálculo del VAN se aplica la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{FCN_1}{(1+r)^1} + \frac{FCN_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FCN_n}{(1+r)^n} - I_o$$

20 JAMES C. Van Horne, Fundamentos de Administración Financiera, Pág. 436

21 JAMES C. Van Horne, Fundamentos de Administración Financiera, Pág. 437

Criterio de decisión para saber cuando se utilizará el VAN, será el siguiente:

- Si  $VPN > 0$  indica que el rendimiento de los dineros invertidos en el proyecto es mayor que la tasa de interés
- $VPN = 0$  indica que el rendimiento de los dineros invertidos en el proyecto es exactamente igual a la tasa de interés
- $VPN < 0$  indica que el rendimiento de los dineros invertidos en el proyecto es menor que la tasa de interés

Cuando:

- $VPN > 0$  el proyecto es atractivo
- $VPN = 0$  el proyecto es indiferente
- $VPN < 0$ , el proyecto es inconveniente

**Tabla 4.15**

**VAN DEL PROYECTO**

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA	-13.263.03	6.218.69	7.405.66	8.687.59	10.072.08	16.613.99
VAN Parcial	20.204.98	5.552.40	5.903.75	6.183.66	6.400.99	9.427.22
VAN Total	<b>20.204.98</b>					

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Magaly Padilla

**Tabla N. 4.16**

**VAN DE LA INVERSIÓN**

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA	-9.618.21	4.172.07	5.937.23	7.823.41	12.417.75	14.323.45
VAN Parcial		3.725.07	4.733.12	5.568.55	7.891.70	8.127.51
VAN Total	<b>20.427.74</b>					

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Magaly Padilla

lo Van 1 Van 2 Van 3 Van 4 Van 5

De acuerdo a los datos que se presentan en el cuadro, el VAN para el estudio propuesto alcanza a \$ 20.204,98 para el proyecto y \$ 20.427,74 para el inversionista, razón por la cual se puede decir que la empresa podrá cubrir el costo de capital.

En función del criterio de evaluación de este indicador se establece que el estudio planteado es rentable, por lo que su ejecución es recomendable.

#### 4.3.2.2. Tasa Interna de Retorno

“La TIR, corresponde a la tasa de interés generada por los capitales que permanecen invertidos en el proyecto y puede considerarse como la tasa que origina un valor presente neto igual a cero, en cuyo caso representa la tasa que iguala los valores presentes de los flujos netos de ingresos y egresos. La TIR es una característica propia del proyecto, totalmente independiente de la situación del inversionista, es decir, de su tasa de interés de oportunidad”.<sup>22</sup>

Para poder determinar la TIR de un proyecto se aplica la siguiente ecuación:

$$TIR = \frac{FCN_1}{(1+r)^1} + \frac{FCN_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FCN_n}{(1+r)^n} - I_o = 0$$

El criterio de decisión para saber cuando se aplicará la TIR será el siguiente:

- Si la tasa obtenida de la TIR es mayor a la tasa de rendimiento requerida, se acepta el proyecto.
- Mientras que si la TIR es menor que la tasa de rendimiento requerida, llevar a cabo el proyecto impone un costo a los accionistas, por lo que no se debe aceptar el proyecto.

<sup>22</sup> Burbano E. Jorge Ruiz C. foque de gestión planeación y control de recursos , Pág. 344

Tabla N. 4.17

**TASA INTERNA DE RETORNO DEL PROYECTO**

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA	-13.263.03	6.218.69	7.405.66	8.687.59	10.072.08	16.613.99
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b> =	54%					

Fuente. Estudio Financiero

Elaborado por: Magaly Padilla

Tabla N. 4.18

**TASA INTERNA DE RETORNO DEL INVERSIONISTA**

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA	-9.618.21	4.172.07	5.937.23	7.823.41	12.417.75	14.323.45
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b> =	63%					

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Magaliy Padilla

La tasa interna de retorno del proyecto es del 54%, y del inversionista es del 63% se puede apreciar que la TIR es muy atractiva, principalmente la tasa de retorno para el inversionista, debido al margen de diferencia que existe con respecto a la tasa de descuento (12,00%). Al ser la TIR superior a la tasa de descuento se acepta el estudio planteado ya que permitirá recuperar la inversión

**4.3.2.3. Periodo de Recuperación de la Inversión**

El periodo de recuperación de la inversión, es un criterio mediante el cual se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de periodos aceptable por la empresa.

Cuando el flujo neto difiere entre periodos, el cálculo se realiza determinando por suma acumulada del número de periodos que se requiere para recuperar la inversión.

Tabla N. 4.19

**PERIODO DE RECUPERACION DEL PROYECTO**

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA ANUAL	-13.263.03	6.218.69	7.405.66	8.687.59	10.072.08	16.613.99
<b>FLUJO ACUMULADO</b>		6.218.69	13.624.35	22.311.94	32.384.02	48.998.00

1 AÑOS

10 MESES

**Tabla N. 4.20****PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN**

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA ANUAL	-9.618.21	4.172.07	5.937.23	7.823.41	12.417.75	14.323.45
<b>FLUJO ACUMULADO</b>		4.172.07	10.109.30	17.932.71	30.350.46	44.673.91

1 AÑOS

9 MESES

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Magaly Padilla

El periodo de recuperación del proyecto será de 1 años y 10 meses, y el período de recuperación de la inversión es de 1 años y 9 meses

**4.3.2.4. Relación Beneficio Costo**

La relación beneficio- costo expresa el rendimiento, en términos de valor actual neto, que genera el proyecto por unidad monetaria invertida.

La tasa beneficio se expresa a través de la siguiente expresión:

$$B/C = \text{Sumatoria } \frac{VAN}{$$

Inversión Inicial

El criterio de decisión para la razón beneficio-costo es el siguiente:

- Siempre debe ser mayor que la unidad para que permita recuperar la inversión.

- En caso de que sea menor que la unidad, la inversión no debe realizarse.

La razón costo-beneficio para el proyecto y para el inversionista respectivamente, por cada unidad monetaria invertida, es, que por cada dólar invertido, el estudio planteado reeditaré \$2.48 para el proyecto y \$3.12 para el inversionista ratificando con esto la viabilidad y rentabilidad de la empresa.

#### 4.3.2.5.- Análisis de Sensibilidad

##### Escenario Pesimista

Análisis mediante el cual la totalidad de las variables de insumo se establecen en sus peores valores razonablemente pronosticados.

El incremento de los sueldos a los artesanos se incrementará en un 20% y para el personal administrativo en se incrementará en un 6.25%, podrían ocasionar un incremento en la mano de obra, y el incremento de los costos para las materias primas (Anexo 3)

En la siguiente tabla se pueden observan como estos cambios; tanto en el incremento de las materias primas, como el incremento de la mano de obra, afectan los criterios de evaluación:

Tabla N. 4.21

##### TABLA RESUMEN

Determinantes	Del proyecto
VAN	15.256.22
TIR	44%
P/R	2.9
B/C	\$ 2.15

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Magaly Padilla

##### Escenario Base

Análisis mediante el cual la totalidad de las variables de insumo se establecen en sus valores más probables (Anexo 4)

En la siguiente tabla se puede observar los valores obtenidos de los criterios de evaluación, luego de haber realizado el estudio financiero del estudio planteado

**Tabla N. 4.22**

**TABLA DE RESUMEN**

<b>Determinantes</b>	<b>Del proyecto</b>
	<b>Valor</b>
VAN	20.204.98
TIR	54%
P/R	1.10
B/C	2.52

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Magaly Padilla

### **Escenario Optimista**

Análisis mediante el cual la totalidad de las variables de insumo se establecen en sus mejores valores razonablemente pronosticados.

Las exportaciones de las Artesanías hacia otros países ayudan a aumentar la producción en un 15% para lo cual se aumentarán las ventas

En la siguiente tabla se pueden observar como estos cambios; tanto en el aumento de ventas, como la disminución del costo de la materia prima, afectan los criterios de evaluación:

**Tabla N. 4.23**

**TABLA RESUMEN**

<b>Determinantes</b>	<b>Del proyecto</b>
VAN	30.884.96
TIR	75%
P/R	1.8
B/C	\$ 3.34

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Magaly Padilla

Una vez establecidos los valores correspondiente a cada uno de los indicadores de evaluación en cada uno de sus escenarios se procede a dar un peso de ponderación; así; para el escenario pesimista un peso de ponderación del 35%; para el escenario base un

peso de ponderación del 45%, y para el escenario optimista un peso del 20%, para de esta manera determinar cuales son los indicadores de evaluación que ocurran con seguridad.

En la siguiente tabla se pueden observar los resultados obtenidos

**Tabla N. 4.24**

Determinantes	OPTIMISTA			DEL PROYECTO			PESIMISTA			TOTAL
	Valor	porcentaje	ponderación	Valor	porcentaje	ponderación	Valor	porcentaje	ponderación	
VAN proyecto	30884.96	20%	6176.99	20204.98	45%	9092.24	15256.22	35%	5339.68	20608.91
TIR proyecto	75%	20%	15%	54%	45%	24%	44%	35%	15%	75%
P/R Proyecto	1.8	20%	0.36	1.10	45%	0.50	2.9	35%	1.02	1.9
B/C Proyecto	3.34	20%	0.67	2.52	45%	1.14	2.15	35%	0.75	2.56

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Magaly Padilla

Luego de efectuar el análisis de sensibilidad, se pudo determinar que el presente estudio es sensible al incremento en el costo de la materia prima, por lo que la estrategia a aplicarse, será la de llevar a cabo alianza con los proveedores, la misma que será la de establecer un precio fijo anual por la materia prima, sea que esta baje o suba de precio, a cambio a los proveedores se les comprará toda la producción que se de anualmente.

Permitiendo con esto asegurar el aprovisionamiento de la materia prima, con beneficios para ambas partes.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

---

---

## 5.1. CONCLUSIONES

- Existe una demanda insatisfecha muy atractiva para el estudio planteado, lo que garantiza la existencia de un mercado no cubierto que adquiera el producto
- La localización del taller artesanal en la calle García Moreno, permitirá contar con vías de acceso, servicios básicos; medios de comunicación y transporte; necesarios para la ejecución y puesta en marcha del estudio, facilitando con esto la operación y la minimización de costos.
- En base a las condiciones legales regidas en la República del Ecuador, y de acuerdo a su composición de activos, capital y naturaleza misma de la empresa, se constituirá como una empresa de Compañía Limitada, conforme lo establece la Ley de Compañías
- Luego de haber desarrollado el Estudio Financiero, y haber obtenido los resultados de los principales indicadores de evaluación, como el VAN, TIR, Relación Beneficio Costo, se determinó que el proyecto es factible y viable.

## 5.2. RECOMENDACIONES

- A fin de optimizar los desperdicios generados en el proceso productivo, se sugiere elaborar pulseras, anillos, llaveros, para posteriormente generar nuevos ingresos al taller
- El planteamiento del presente estudio es consistente en cada una de las etapas que lo componen, lo que se refleja en la factibilidad, sustentabilidad, viabilidad y la conveniencia de la inversión, siendo recomendable su ejecución