



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR AL DESARROLLO DEL SECTOR INDUSTRIAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, PROCESADORA Y DISTRIBUIDORA DE CUERO VEGETAL A BASE DE FIBRA DE HOJA DE PENCO, UBICADO EN EL CANTÓN COTACACHI, AÑO 2017.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración Bancaria y Financiera

Autora: Montenegro Guachamin Jessica Karina

Tutora: Lic. Socorro Jacqueline Torres Bueno MSg.

Quito, Octubre 2017



## ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

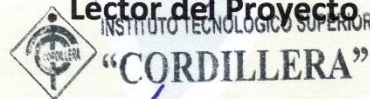
El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **MONTENEGRO GUACHAMIN JESSICA KARINA** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **APOYAR AL DESARROLLO DEL SECTOR INDUSTRIAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA Y DISTRIBUIDORA DE CUERO VEGETAL A BASE DE FIBRA DE HOJA DE PENCO, UBICADO EN EL CANTÓN COTACACHI, AÑO 2017.** Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

Ing. Jacqueline Torres  
**Tutor del Proyecto**

Ing. Galo Cisneros  
**Coordinador de la Unidad de Titulación**



Ing. Daisy Romo  
**Lector del Proyecto**



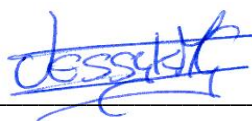
DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Bancaria y Producción

Ing. Fernando Buitrón  
**Director de Escuela**

## DECLARATORIA

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



---

Jessica Karina Montenegro Guachamín

CI. 1718450677

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Jessica Karina Montenegro Guachamin**, portador de la cédula de ciudadanía asignada con el No. 171845067-7, de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado APOYAR AL DESARROLLO DEL SECTOR INDUSTRIAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, PROCESADORA Y DISTRIBUIDORA DE CUERO VEGETAL A BASE DE FIBRA DE HOJA DE PENCO, UBICADO EN EL CANTÓN COTACACHI, AÑO 2017, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA   
NOMBRE Jessica Karina Montenegro Guachamin  
CEDULA 171845067-7

Quito, a los 04 días del mes de Septiembre de 2017

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por haberme guiado y brindarme la sabiduría para tener la oportunidad de cumplir mis metas con éxito.

A mis padres que me apoyaron y ayudaron incondicionalmente a lo largo de mi carrera, en especial a mi hijo que es mi motivación para seguir adelante y seguir esforzándome día a día.

Al "INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR CORDILLERA", un agradecimiento profundo por aceptarme y permitirme ser parte de su gran familia.

Gracias a mi tutora Lic. Jacqueline Torres por su paciencia, sus enseñanzas y conocimiento brindado, y su gran apoyo a lo largo de este proceso de trabajo.

A todos mis docentes a lo largo de mi carrera, que además de impartir sus conocimientos, sus consejos, los cuales siempre fueron encaminados a superar los obstáculos, para así ser mejores personas.

## DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico en especial a Dios, por brindarme la vida y la salud para culminar la carrera.

A mi familia y mi hijo quienes son el motor principal para seguir luchando y llegar a cumplir mis sueños.

A mis amigos, docentes y todas aquellas personas que estuvieron junto a mí y me acompañaron en este proceso.

A mis queridos padres

Mercedes y Segundo.

Y amado hijo

Nico.

## INDICE GENERAL

Declaración de autoría del estudiante.....	i
Licencia de uso no comercial.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Índice General.....	v
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Figuras.....	xiii
Índice de Anexos.....	xv
Resumen Ejecutivo.....	xvi
Abstract.....	xviii
<b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.01 Justificación.....	2
1.02 Antecedentes .....	4
<b>CAPÍTULO 2. ANÁLISIS SITUACIONAL.....</b>	<b>7</b>
2.01 Ambiente Externo .....	7
2.01.01 Factor económico.....	8
2.01.02 Factor social.....	17
2.01.03 Factor legal.....	23
2.01.04 Factor tecnológico.....	29
2.02 Entorno Local.....	31
2.02.01 Clientes.....	31
2.02.02 Proveedores.....	33
2.02.03 Competidores.....	34
2.03 Productos Sustitutos .....	36
2.04 Análisis FODA.....	37

2.05	Análisis Interno .....	39
2.05.01	Propuesta estratégica.....	39
2.05.02	Gestión administrativa. ....	42
2.05.03	Gestión operativa. ....	44
2.05.04	Gestión comercial.....	47
CAPÍTULO 3. ESTUDIO DE MERCADO.....		50
3.01	Análisis del Consumidor.....	51
3.01.01	Determinación de la población y muestra.....	51
3.01.02	Técnicas de obtención de información.....	54
3.01.03	Análisis de la información. ....	58
3.02	Oferta.....	70
3.02.01	Oferta histórica.....	71
3.02.02	Oferta Actual.....	72
3.02.03	Oferta proyectada.....	72
3.03	Demanda .....	73
3.03.01	Demanda Histórica.....	74
3.03.02	Demanda Actual.....	74
3.03.03	Demanda Proyectada.....	75
3.04	Balance Oferta – Demanda .....	75
3.04.01	Balance Actual .....	75
3.04.02	Balance Proyectado.....	76
CAPÍTULO 4. ESTUDIO TÉCNICO.....		77
4.01	Tamaño del Proyecto.....	78
4.01.01	Capacidad Instalada. ....	79

4.01.02	Capacidad Óptima.....	81
4.02	Localización.....	82
4.02.01	Macro-localización.....	82
4.02.02	Micro-localización.....	83
4.02.03	Localización Óptima.....	85
4.03	Ingeniería del Producto.....	86
4.03.01	Definición del Bien.....	86
4.03.02	Distribución de Planta.....	87
4.03.03	Proceso Productivo.....	90
4.03.04	Maquinaria.....	91
4.03.05	Equipos.....	92
CAPÍTULO 5. ESTUDIO FINANCIERO.....		93
5.01	Ingresos Operacionales Y No Operacionales.....	93
5.01.01	Ingresos Operacionales.....	94
5.01.02	Ingresos No Operacionales.....	95
5.02	Costos.....	95
5.02.01	Costo Directo.....	95
5.02.02	Costos Indirectos.....	97
5.02.03	Gastos Administrativos.....	97
5.02.04	Costo de Venta.....	99
5.02.05	Costos Financieros.....	100
5.02.06	Costos Fijos y Variables.....	101
5.03	Inversiones.....	103
5.03.01	Inversión Fija.....	105

5.03.02	Capital de Trabajo.....	106
5.03.03	Fuentes de Financiamiento y Usos de Fondos.....	107
5.03.04	Amortización de Financiamiento.....	108
5.03.05	Depreciaciones.....	110
5.03.06	Estado de Situación Inicial.....	110
5.03.07	Estado de Resultados Proyectado.....	112
5.03.08	Flujo de Caja.....	113
5.04	Evaluación.....	114
5.04.01	Tasa de Descuento.....	114
5.04.02	Valor Actual Neto - VAN.....	115
5.04.03	Tasa Interna de Retorno - TIR.....	116
5.04.04	Periodo de Recuperación de la Inversión - PRI.....	117
5.04.05	Relación Costo Beneficio – RCB.....	119
5.04.06	Punto de Equilibrio.....	120
5.04.07	Análisis de Índices Financieros.....	121
CAPÍTULO 6.	ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	123
6.01	Impacto Ambiental.....	123
6.02	Impacto Socio - Económico.....	124
6.03	Impacto Productivo.....	125
CAPÍTULO 7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	126
7.01	Conclusiones.....	126
7.02	Recomendaciones.....	127
BIBLIOGRAFÍA.....		129

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Producto Interno Bruto Anual .....	9
Tabla 2. Inflación.....	10
Tabla 3. Tasas de interés vigentes según Instituciones Financieras .....	14
Tabla 4. Tasa de desempleo de la población urbana del Ecuador .....	20
Tabla 5. Subempleo de la población urbana del Ecuador.....	21
Tabla 6. Lista de posibles clientes .....	32
Tabla 7. Lista de posibles competidores .....	35
Tabla 8. Matriz Factor Económico .....	37
Tabla 9. Matriz Factor Social .....	37
Tabla 10. Matriz Factor Legal .....	38
Tabla 11. Matriz Entorno Local.....	38
Tabla 12. CIUU de Interés para estudio .....	52
Tabla 13. Número de empresas según grupos y clases CIUU .....	53
Tabla 14. Pregunta 1: ¿Sabía usted que en la actualidad se elabora cuero de la hoja del penco? .....	59
Tabla 15. Pregunta 2: ¿En cuál de estos tipos se encuentra su empresa?.....	60
Tabla 16. Pregunta 3: ¿Cada que tiempo compra o adquiere cuero?.....	61
Tabla 17. Pregunta 4: ¿Qué cantidad de cuero consume al mes?.....	62
Tabla 18. Pregunta 5:¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 1 metro de cuero vegetal?..	63
Tabla 19. Pregunta 6: ¿Qué factor más influye al momento de comprar cuero?.....	64
Tabla 20. Pregunta 7: ¿Qué color de cuero es el que más adquiere?.....	66

Tabla 21. Pregunta 8: De las siguientes empresas fabricantes de cuero, escoja en cuál de ellas usted compra usualmente.....	67
Tabla 22. Pregunta 9: ¿Elaboraría usted productos con cuero vegetal de calidad? .....	68
Tabla 23. Pregunta 10: ¿Por cuál medio usted se informa acerca de dónde comprar el mejor cuero?.....	69
Tabla 24. Datos obtenidos de la encuesta .....	71
Tabla 25. Calculo de la oferta histórica .....	72
Tabla 26. Calculo de la oferta actual .....	72
Tabla 27. Calculo de la oferta proyectada .....	73
Tabla 28. Demanda histórica .....	74
Tabla 29. Demanda actual .....	74
Tabla 30. Demanda proyectada .....	75
Tabla 31. Calculo Demanda Insatisfecha .....	75
Tabla 32. Tamaño del proyecto .....	78
Tabla 33. Capacidad instalada de producción por rollos .....	79
Tabla 34. Capacidad instalada para materia prima .....	80
Tabla 35. Capacidad instalada por actividades .....	81
Tabla 36. Macro-localización .....	83
Tabla 37. Micro-localización.....	84
Tabla 38. Matriz de factores relevantes .....	85
Tabla 39. Distribución de estaciones en planta.....	89
Tabla 40. Proceso productivo del cuero vegetal .....	91

Tabla 41. Maquinaria y herramientas .....	92
Tabla 42. Equipo de cómputo .....	92
Tabla 43. Ingresos Operacionales .....	94
Tabla 44. Ingresos proyectados a 5 años .....	94
Tabla 45. Costo materia prima.....	96
Tabla 46. Mano de obra .....	96
Tabla 47. Costos directos.....	96
Tabla 48. Costos indirectos.....	97
Tabla 49. Rol administrativo .....	98
Tabla 50. Gastos administrativos.....	98
Tabla 51. Gastos administrativos proyectados.....	99
Tabla 52. Costos de ventas .....	100
Tabla 53. Costo de venta proyectado.....	100
Tabla 54. Costo financiero.....	101
Tabla 55. Costos fijos .....	102
Tabla 56. Costo variable .....	102
Tabla 57. Cuadro de inversiones.....	104
Tabla 58. Activos fijos.....	105
Tabla 59. Activos diferidos.....	106
Tabla 60. Capital de Trabajo.....	107
Tabla 61. Cuadro de inversiones.....	108
Tabla 62. Tabla de amortización.....	109

---

Tabla 63. Tabla de Depreciaciones.....	110
Tabla 64. Estado de situación inicial .....	111
Tabla 65. Estado de resultados proyectado a 5 años.....	113
Tabla 66. Flujo neto de efectivo proyectado a 5 años .....	114
Tabla 67. Periodo de recuperación a valores constantes .....	118
Tabla 68. Periodo de recuperación a valores actualizados .....	119

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Producto Interno Bruto trimestral .....	8
Figura 2: Inflación anual en los meses de marzo .....	11
Figura 3: Tasas de Interés Vigentes .....	13
Figura 4: Balanza Comercial .....	16
Figura 5: Distribución de la Población Económicamente Activa .....	18
Figura 6: Clasificación de la población urbana del Ecuador 2011-2016 .....	18
Figura 7: Como se establece una empresa .....	23
Figura 8: Como se establece una empresa .....	25
Figura 9: Como se establece una empresa .....	26
Figura 10: Como se establece una empresa .....	27
Figura 11: Maquinaria .....	30
Figura 12: Equipo de computo.....	30
Figura 13: Organigrama Funcional.....	44
Figura 14: Diagrama de Flujo del Proceso de Producto Terminado.....	46
Figura 15: Logotipo de la empresa .....	48
Figura 16: Pagina de Facebook de la empresa.....	48
Figura 17: Página de Instagram .....	49
Figura 18: Tarjeta de presentación de la empresa.....	49
Figura 19: Pregunta 1 .....	59
Figura 20: Pregunta 2 .....	60
Figura 21: Pregunta 3.....	61

Figura 22: Pregunta 4.....	62
Figura 23: Pregunta 5 .....	63
Figura 24: Pregunta 6.....	65
Figura 25: Pregunta 7.....	66
Figura 26: Pregunta 8.....	67
Figura 27: Pregunta 9.....	69
Figura 28: Pregunta 10.....	70
Figura 29: Macro-localización.....	83
Figura 30: Micro-localización .....	84
Figura 31: Vista 3D de la Planta.....	88
Figura 32: Distribución de planta .....	89
Figura 33: Flujograma .....	90
Figura 34: Grafico Punto de Equilibrio .....	121

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Planta de Penco o Agave.....	137
Anexo 2: Logo Empresarial.....	137
Anexo 3: Tarjeta de Presentación.....	137
Anexo 4: Maquina Decortadora Semi-automática GM-600.....	138
Anexo 5: Maquina de Cardado y de Secado de Fibras Semi-automáticas.....	138
Anexo 6: Racks de Producto Terminado.....	138
Anexo 7: Equipo de Computo.....	139
Anexo 8: Muebles y Enseres.....	139
Anexo 9: Oferta para Tarjetas de Presentación.....	139
Anexo 10: Vistas 3D de Planta de Producción.....	140
Anexo 11: Proceso de Secado de Fibras de Penco.....	140

## RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal del estudio es demostrar la factibilidad de implementar de una microempresa procesadora y distribuidora de cuero vegetal a base de fibra de hoja de penco en el cantón Cotacachi, mediante un análisis y evaluación de los diferentes indicadores micro y macroeconómicos que afectan a la empresa, para así determinar cuáles son las necesidades y expectativas de los posibles clientes.

Este proyecto se lo pretende iniciar como una propuesta textil que busca ayudar a reducir el impacto medioambiental, utilizando como materia prima las hojas del penco que en muchos de los casos son consideradas como desecho o solo tienen un uso artesanal a baja escala. Actualmente las empresas que forman parte del mercado del cuero, ofrecen dos alternativas al tipo de producto que se puede adquirir, los cuales no son 100% amigables con el medioambiente.

Para esto se ha realizado un análisis metódico que permite determinar si el proyecto obtendrá ganancias a corto plazo, para llegar a posicionarse en el mercado nacional, con perspectiva internacional.

La metodología empleada para el estudio es científica, basada en el campo de estudio haciendo uso de técnicas y herramientas que faciliten la recolección de información, con lo cual se pudo realizar un análisis tanto situacional como económico; mediante el análisis situacional se determinó el lugar óptimo de ubicación para ejecutar actividades, y mediante el estudio económico se pudo determinar la viabilidad que tiene el presente proyecto.

Como resultado del trabajo de investigación se procede a demostrar que la inversión total de USD 50.819,40 dólares destinados a la adquisición de maquinaria y equipo, materia prima, equipo de oficina, arriendos y capital de trabajo, si se llega a recuperar en el lapso de 3 años 7 meses, al obtener un VAN positivo y una utilidad al final del periodo se determina que el proyecto es viable y rentable.

## ABSTRACT

The main objective of the study is to demonstrate the feasibility of implementing a microenterprise processing, distributor of vegetable leather based on penco fiber in the Cotacachi canton, through an analysis and evaluation of the different micro, and macroeconomic indicators that affect the company, to determine what the needs and expectations of potential customers.

This project intends to start as a textile proposal that seeks to help reduce the environmental impact, using as raw material the leaves of penco, which in many cases are considered as waste or only have a low-scale artisanal use. Currently the companies that are part of the leather market offer two alternatives to the type of product that can be purchased, which are not 100% friendly to the environment.

For this, there has been realized a methodical analysis that allows to determine if the project will obtain gains in the short term, to get a position in the national market, with international perspective.

The methodology used for the study is scientific, based on the field of study using techniques and tools that facilitate the collection of information, which could carry out a situational and economic analysis; through the situational analysis determined the optimal location for the execution of activities, and through the economic study determined the viability that has this present project.

As a result of the research work is proved that the total investment of USD 50.819,40 dollars, destined for the acquisition of machinery and equipment, raw material, office equipment, leases and working capital, if it comes to recover in the

period of 3 years 7 months, to get a positive VAN and a utility at the end of the period it is determined that the project is viable and profitable.

## **CAPÍTULO I.**

### **INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto tiene como objetivo estudiar la factibilidad para la implementación de una microempresa, procesadora y distribuidora de cuero vegetal a base de fibra de hoja de penco, ubicado en el Cantón Cotacachi, año 2017.

Dicho estudio de factibilidad se desarrolla en siete capítulos, mismo que proveerán de información y resultados pertinentes siguiendo una secuencia lógica y ordenada para su correcta elaboración.

El primer capítulo corresponde a una introducción breve del tema del presente proyecto con su justificación y antecedentes.

En el segundo capítulo se hace referencia al análisis situacional, determinando los factores externos, internos y locales para la empresa, localizando así las oportunidades y amenazas.

El tercer capítulo aborda el estudio de mercado con un análisis del consumidor, el que permite conocer la oferta y demanda para determinar la cantidad de producción, definiendo las características del producto a desarrollar.

En el cuarto capítulo se establece el estudio técnico en base a la información que se obtiene de la investigación de mercado, el cual comprende el tamaño, la localización del proyecto, diseño y distribución de las instalaciones, capacidad de producción.

La evaluación financiera y económica, se encuentra detallada en el capítulo quinto, en el cual se registran todas las especificaciones necesarias para el funcionamiento de la empresa como son inversiones, presupuestos de ingresos, costos y gastos y el respectivo análisis financiero para determinar si el proyecto es o no viable y factible.

En el capítulo sexto se analizan los impactos posibles que genera el desarrollo del proyecto en el ámbito económico, productivo, social y ambiental a través de la observación del entorno donde se localizará la empresa.

Finalmente en el capítulo séptimo se llega a determinar las conclusiones y recomendaciones establecidas durante la investigación y desarrollo de los capítulos antes mencionados.

### **1.01 Justificación**

El Cantón Cotacachi al ser un lugar que posee una gran actividad comercial, por tener una ubicación estratégica en la zona norte del país, se caracteriza por el desarrollo significativo de negocios de toda clase en especial de moda y artesanía, con gran aceptación en el mercado, y en base a la sociedad se puede reconocer varias

características poblacionales, tal como, el consumo de bienes, productos y servicios para satisfacer necesidades básicas o como complemento de la vida cotidiana.

Con la implementación de una microempresa procesadora y distribuidora de cuero vegetal y basándose en el Plan Nacional para el Buen Vivir como “Conjunto de 9 objetivos que expresan la voluntad de continuar con la transformación histórica del Ecuador” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017), se busca apoyar e impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria, (Objetivo 5, Plan Nacional para Buen Vivir), promoviendo un sector con alto nivel de productividad y sostenible lo cual “implica generar nuestra riqueza basados no solamente en la exportación de nuestros recursos naturales, sino en la utilización de las capacidades y los conocimientos de la población” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)

Por tal motivo se realizará una investigación de mercado en la zona 1, provincia de Imbabura cantón Cotacachi, para establecer cuáles son los gustos y preferencias de la gente con relación al cuero animal, cuero vegetal y el cuero sintético, analizando el problema relacionado con el tema de estudio, en donde se puede evidenciar que el proyecto desde el punto de vista social, económico y ambiental puede ser viable y sostenible.

La elaboración de cuero vegetal a base de fibra de penco es una propuesta textil que busca crear nuevas fuentes de ingreso y a la vez persigue una “optimización de los beneficios medioambientales en toda la cadena de producción ya que las fibras de

la planta son un subproducto de la cosecha de la fruta” (Rivas Serrano, 2015), por lo tanto, un desecho que será recolectado y convertirlo en un producto nuevo y sostenible utilizando los residuos de ese mismo producto ya finalizado en fertilizante. Para llevar a cabo el proyecto planteado y alcanzar todos los objetivos trazados, se realizara con gran responsabilidad, respeto y compromiso.

Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas, (Objetivo 1, Plan Nacional para el Buen Vivir), desarrollando este tipo de productos se generan fuentes de empleo, lo que contribuye en la mejora de economía interna del sector y a la vez del país, a pesar de lo que se busca principalmente es cambiar el estilo de vida de la sociedad inspirándose en el lema reducir, reutilizar, reciclar, ya que en nuestra sociedad existen serios problemas de desperdicio de desechos, que afecta cada vez al medioambiente.

Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones, (Objetivo 3, Plan Nacional para el Buen Vivir). Al ser el producto elaborado con materia extraída de la naturaleza como es la hoja de penco se busca optimizar los recursos primarios sin causar daños medioambientales, ni alterando el suelo ya que el penco se da en terrenos improductivos, los cuales serán aprovechados y se dará mejor uso creando sembríos de esta planta.

## 1.02 Antecedentes

Las fibras vegetales el hombre las ha utilizado desde tiempos muy remotos, como ejemplo se tiene al lino que fue cultivado en Europa y Egipto hace 3000 años antes

de Cristo, otro ejemplos es el cáñamo en China. Los principales usos de estas fibras fueron la fabricación de papel, para prendas de vestir o como cuerdas que servían para la agricultura.

La utilización de la fibra de las hojas de plantas para el sector textil se conoce que se remonta a la edad antigua, aproximadamente en el siglo XIX, en donde los nativos de Filipinas fueron unos de los que comenzaron a elaborar sus atuendos como son: las blusas y pañoletas, las cuales las realizaban con hilos de la corona de piña específicamente.

Otro de los usos de estas fibras secas llamadas cabuya, se conoce que fue para la fabricación de hilos, telas y lazos que con el tiempo se convirtieron en jéqueras, alpargatas, y costales, que hasta el día de hoy se utilizan, pero en menores proporciones, debido a la aparición de las fibras sintéticas.

En el país en las provincias de Manabí y Azuay el uso de las fibras de planta se puede apreciar en los sombreros de paja toquilla, que posee raíces ancestrales y su materia prima proviene de una planta originaria del Ecuador, parecida a la palma, en donde los tallos se cortan dando un largo tratamiento a la fibra y luego de un largo proceso está lista para tejer los sombreros, los cuales se comercializan en color natural o teñidos de diferentes colores.

Actualmente la española Carmen Hinojosa es la creadora del cuero vegetal a base de la fibra de hojas de piña que está en desarrollo en el Royal College of Art de Londres, el cual busca una alternativa responsable y ética con el medio ambiente, algo muy similar es lo que se busca mediante este proyecto que es a base del penco,

creando una alternativa ecológica, y a la vez dar un buen uso a las hojas de esta planta, ya que estas son desechadas porque solo utilizan el tallo o el centro del corazón.

El penco también conocido como agave americano, penco o chaguar su nombre en quichua es una planta similar a la sábila pero en un tamaño más grande, que tiene un uso milenario por la tradición de los pueblos andinos de extraer el chaguarmishky que se lo utilizaba como endulzante antes de la llegada de los españoles que introdujeron la caña de azúcar, es así que poco a poco se ha ido perdiendo esta costumbre, pero actualmente se está fomentando la producción de esta planta en varias comunidades que en su mayoría son muy pobres, pero cuentan con grandes terrenos poco productivos y es ahí donde crece esta planta, con el fin de incentivar a recuperar las tradiciones y de esta manera fortalecer los saberes ancestrales y la identidad cultural de los pueblos andinos.

## CAPÍTULO II.

### ANÁLISIS SITUACIONAL

El análisis situacional es el estudio del medio y las condiciones en que se desenvuelve una empresa, tomando en cuenta tanto el ambiente interno como el externo, para así tener una visión clara y tomar decisiones acertadas.

“Es observar rápidamente el medio ambiente interno y externo de la organización para identificar consecuencias potenciales y prácticas de la investigación”.

(Namakforoosh, 2000)

#### 2.01 Ambiente Externo

El entorno o ambiente externo estudia las características del mercado, cuyas variables no son controlables por la empresa, pero si influyen en sus actividades y a través de esta se puede determinar las oportunidades y amenazas para la organización.

“El ambiente externo está formado por un conjunto de fuerzas y condiciones que existen fuera de la organización y que potencialmente influyen en su desempeño”.

(Hitt, 2006)

### 2.01.01 Factor económico.

El factor económico está conformado por variables que repercuten en la toma de decisiones, ya que estas incrementan la actividad de bienes y servicios de la economía del país.

#### 2.01.01.01 PIB

El PIB es el que analiza y define el valor monetario de la producción de bienes y servicios finales, tomando diferentes áreas de la economía de un país, el cual se calcula en un determinado periodo de tiempo.

“El Producto Interior Bruto (PIB) es un indicador económico que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un país en un determinado periodo de tiempo, normalmente un año. Se utiliza para medir la riqueza de un país” (Sevilla Arias , 2012).

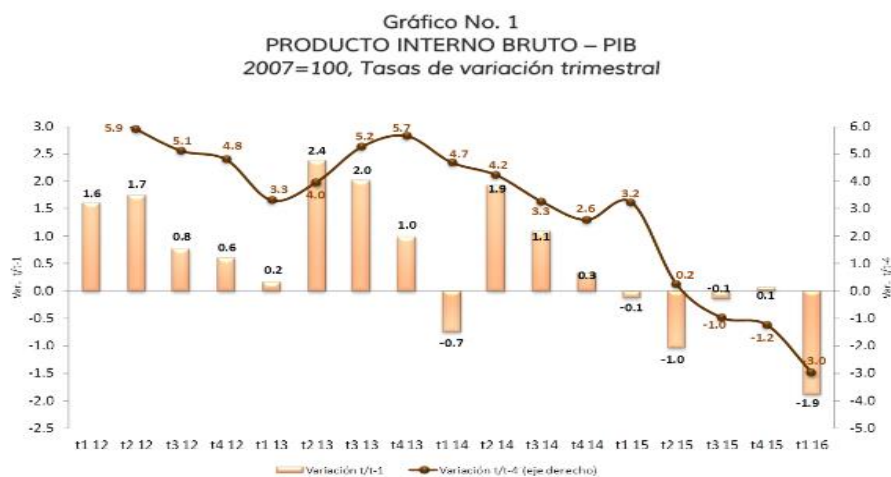


Figura 1: Producto Interno Bruto trimestral

Fuente: Banco Central del Ecuador - BCE

**Tabla 1**

*Producto Interno Bruto Anual*

AÑO	PORCENTAJE
2009	0,60%
2010	3,50%
2011	7,90%
2012	5,60%
2013	4,90%
2014	4%
2015	0,20%
2016	-1,50%
2017	1,42%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador – BCE

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

### **Análisis**

Mediante la figura comparando los trimestres se puede observar que en el presente año se tiene una cifra de decrecimiento de -1,9% mucho mayor en comparación con otros meses, esto se atribuye a la baja del precio del petróleo que existió en el año, pero si bien se conoce el PIB es uno de los pilares fundamentales de la economía de un país ya que representa el progreso de la producción, pero ante el decrecimiento existente esto representa una amenaza para las empresas.

#### **2.01.01.02 Inflación.**

Esta variable muestra el aumento generalizado de los precios de bienes y servicios dentro de un país en un periodo determinado, que por lo general es un año.

“La inflación se mide estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares”. (Banco Central del Ecuador, s.f.)

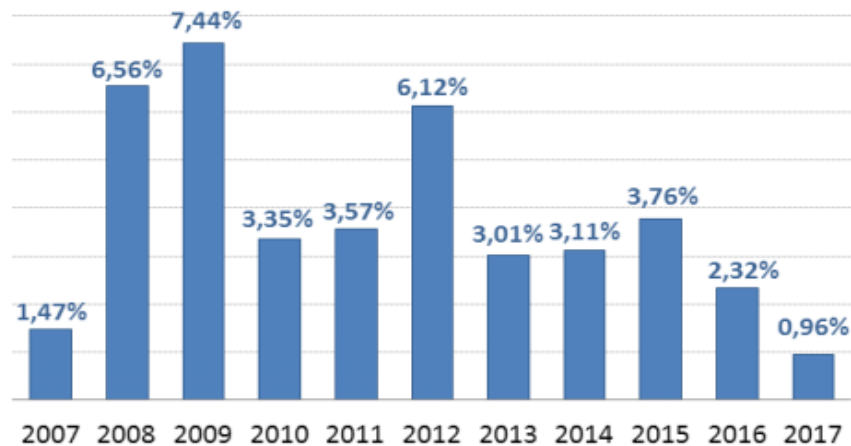
**Tabla 2**

*Inflación*

FECHA	VALOR
Abril-30-2016	1.78 %
Mayo-31-2016	1.63 %
Junio-30-2016	1.59 %
Julio-31-2016	1.58 %
Agosto-31-2016	1.42 %
Septiembre-30-2016	1.30 %
Octubre-31-2016	1.31 %
Noviembre-30-2016	1.05 %
Diciembre-31-2016	1.12 %
Enero-31-2017	0.90 %
Febrero-28-2017	0.96 %
Marzo-31-2017	0.96 %
Abril-30-2017	1.09 %

**Fuente:** Banco Central del Ecuador – BCE

**Elaborado por:** Jessica Montenegro



**Figura 2:** Inflación anual en los meses de marzo

**Fuente:** Índice de Precios al Consumidor (IPC)

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador – BCE

### Análisis

Con referencia a los datos de la figura 2, se observa que la inflación del mes de marzo de 2017 es la cifra más baja desde el año 2007 con un porcentaje de 0,96% por lo que se le puede considerar como una oportunidad porque ha ido descendiendo paulatinamente.

Pero analizando desde el punto en que la inflación es el aumento generalizado de precios de los bienes y servicios, aumento que se evidencia en los valores de los últimos meses del 2017, situándose el mes de abril en 1,09%, valor más alto en comparación a los demás y al ser un factor variable para cualquier tipo de empresa se considera como una amenaza.

### **2.01.01.03 Tasa de interés.**

La tasa de interés es el precio del dinero que se encuentra en el mercado financiero, que al igual que el precio de cualquier producto, cuando existe más en el mercado baja y cuando hay escasez al contrario sube.

Según Catelotti (2006) denomina tasa de interés al “porcentaje de capital o principal, expresado en centésimas, que se paga por la utilización de éste en una determinada unidad de tiempo.”

### **2.01.01.04 Tasa activa.**

Para obtener la tasa activa el banco toma en cuenta la tasa pasiva, los gastos operativos propios del banco, su ganancia, el encaje promedio del sistema que tienen que depositar en sus reservas por cada dólar ahorrado en los bancos, más el componente inflacionario y riesgo.

“Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados”. Es decir, la que te cobra el banco por el dinero que presta. (GestioPolis, 2000)

Segmento	Tasas Referenciales	Tasas Máximas
	may-17	may-17
Productivo Corporativo	7.61	9.33
Productivo Empresarial	9.76	10.21
Productivo PYMES	11.49	11.83
Comercial Ordinario	8.81	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.37	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.43	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.42	11.83
Consumo Ordinario*	16.8	17.3
Consumo Prioritario**	16.58	17.3
Vivienda Interés Público	4.98	4.99
Inmobiliario	10.61	11.33
Educativo**	9.5	9.5
Microcrédito Minorista	27.92	30.5
Microcrédito Acum. Simple	25.02	27.5
Microcrédito Acum. Ampliada	21.42	25.5
Inversión Pública	8.22	9.33

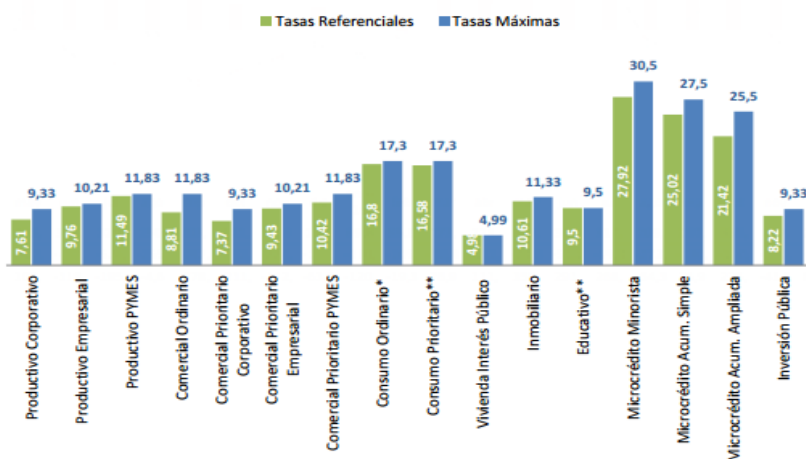


Figura 3: Tasas de Interés Vigentes

Fuente: Entidades Financieras (EFI)

Elaborado por: Banco Central del Ecuador – BCE

**Tabla 3**

*Tasas de Interés Vigentes según Instituciones Financieras*

BANCO O COOPERATIVA	TASA DE INTERES	MONTO	TIEMPO CREDITO	TIPO DE CREDITO
Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP	11,20%	\$ 10.000	4 años	Credi PYMES
Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de Octubre	24,00%	\$ 10.000	3 años	Microcrédito acumulación simple
	11,00%	\$ 10.000	4 años	Pymes
Cooperativa de Ahorro y Crédito Cooprogreso	19,00%	\$ 10.000	4 años	Microcrédito
	11,82%	\$ 30.000	4 años	Crédito Comercial Productivo
Banco Pichincha	11,23%	\$ 10.000	3 años	Comercial
Banco Produbanco	11,83%	10000	4 años	Productivo Pymes
Banco Guayaquil	11,83%	10000	3 años	Multicrédito

**Fuente:** Instituciones Financieras

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

### **Análisis**

Al observar la tabla se aprecia que el porcentaje de la tasa de interés al momento de adquirir un préstamo por parte de una PYME ya no supera el 12% anual, lo cual beneficia a los clientes pues el porcentaje estimula y ya no desalienta a una posible inversión, para el presente proyecto esta cifra representar una oportunidad para la empresa.

Para el presente proyecto se realizara el préstamo en el Banco del Pichincha ya que es lo más factible, por tener una tasa de interés baja.

#### ***2.01.01.05 Tasa pasiva.***

Es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. Es decir, lo que paga el banco por los depósitos realizados.

#### **Análisis**

Para el estudio del presente proyecto la tasa pasiva no es relevante, ya que la empresa no va a tener su dinero depositado dentro de una institución financiera, al contrario este va estar en constante movimiento generando más recursos.

#### ***2.01.01.06 Balanza comercial.***

Según Hernández Mangones (2006), es la “relación entre los productos comercializados de compra y venta en el extranjero”. Dicho en otras palabras es la relación de exportaciones e importaciones de un país dentro de un periodo determinado.

**BALANZA COMERCIAL (1)**

Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones

	Ene - Feb 2014		Ene - Feb 2015		Ene - Feb 2016		Ene - Feb 2017		Variación 2017 - 2016	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	USD FOB Absoluta	Relativa
<b>Exportaciones totales</b>	<b>4,748.9</b>	<b>4,190.7</b>	<b>5,382.4</b>	<b>3,156.4</b>	<b>5,112.8</b>	<b>2,342.5</b>	<b>5,387.9</b>	<b>3,140.2</b>	<b>797.7</b>	<b>34.1%</b>
Petroleras	3,284.4	2,226.2	3,814.2	1,132.4	3,513.6	542.7	3,582.5	1,135.4	592.7	109.2%
No petroleras	1,464.5	1,964.5	1,568.3	2,024.0	1,599.1	1,799.8	1,805.4	2,004.7	205.0	11.4%
<b>Importaciones totales</b>	<b>2,672.5</b>	<b>4,097.0</b>	<b>2,684.1</b>	<b>3,871.1</b>	<b>2,386.6</b>	<b>2,482.7</b>	<b>2,527.3</b>	<b>2,718.3</b>	<b>235.6</b>	<b>9.5%</b>
Bienes de consumo	160.2	697.6	155.4	761.2	113.1	518.6	125.6	533.6	14.9	2.9%
Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)	0.8	38.2	0.4	18.2	0.4	18.2	0.5	22.0	3.8	21.1%
Materias primas	1,291.0	1,177.7	1,238.6	1,222.7	1,170.6	909.8	1,362.8	1,006.0	96.2	10.6%
Bienes de capital	93.7	1,079.1	106.0	1,056.5	61.5	658.4	62.0	636.8	-21.6	-3.3%
Combustibles y Lubricantes	1,125.8	1,097.1	1,182.7	805.2	1,039.8	371.6	975.1	509.8	138.3	37.2%
Diversos	1.1	7.2	1.0	7.3	1.2	6.1	1.2	8.0	1.9	30.9%
Ajustes (3)		0		0		0		2.17	-	0.0%
<b>Balanza Comercial - Total</b>		<b>93.7</b>		<b>-714.66</b>		<b>-140.20</b>		<b>421.85</b>	<b>562.0</b>	<b>400.9%</b>
<b>Bal. Comercial - Petrolera</b>		<b>1,148.7</b>		<b>338.2</b>		<b>175.6</b>		<b>623.7</b>		<b>255.2%</b>
Exportaciones petroleras		2,226.2		1,132.4		542.7		1,135.4		109.2%
Importaciones petroleras		1,077.5		794.2		367.2		511.7		39.4%
<b>Bal. Comercial - No petrolera</b>		<b>-1,055.0</b>		<b>-1,052.9</b>		<b>-315.8</b>		<b>-201.9</b>		<b>36.1%</b>
Exportaciones no petroleras		1,964.5		2,024.0		1,799.8		2,004.7		11.4%
Importaciones no petroleras		3,019.5		3,076.9		2,115.5		2,206.6		4.3%

Figura 4: Balanza Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador – BCE

## Análisis

La Balanza Comercial total según el periodo Ene – Feb 2017 se aprecia que registro un superávit de USD 421.85 millones, cifra superior a años anteriores, aunque en el año 2016 en el mismo periodo el país experimento un déficit no tan elevado de USD -140.20 millones, reflejando en el presente año una recuperación comercial de 400.9% debido a exportaciones petroleras. Sin embargo en la balanza comercial no petrolera la cifra de importaciones supera a las exportaciones convirtiéndose en una amenaza para la economía del país.

Se podría considerar como una oportunidad, si se ayuda fomentando la industria nacional, provocando un incremento considerable en las exportaciones del país, con el propósito de llegar a tener una balanza comercial no petrolera con superávit.

### **2.01.01.07 Balanza de Pagos**

La balanza de pagos es el registro sistemático de las transacciones económicas ocurridas durante un tiempo determinado entre los residentes de un país y los residentes del resto del mundo. (Fondo Monetario Internacional, 2009).

Documento contable que muestra información sobre la situación económica del país, permitiendo conocer la totalidad de las transacciones, ingresos que receipta del exterior y los desembolsos hacia los diferentes países del mundo, durante un determinado periodo de tiempo.

### **2.01.02 Factor social.**

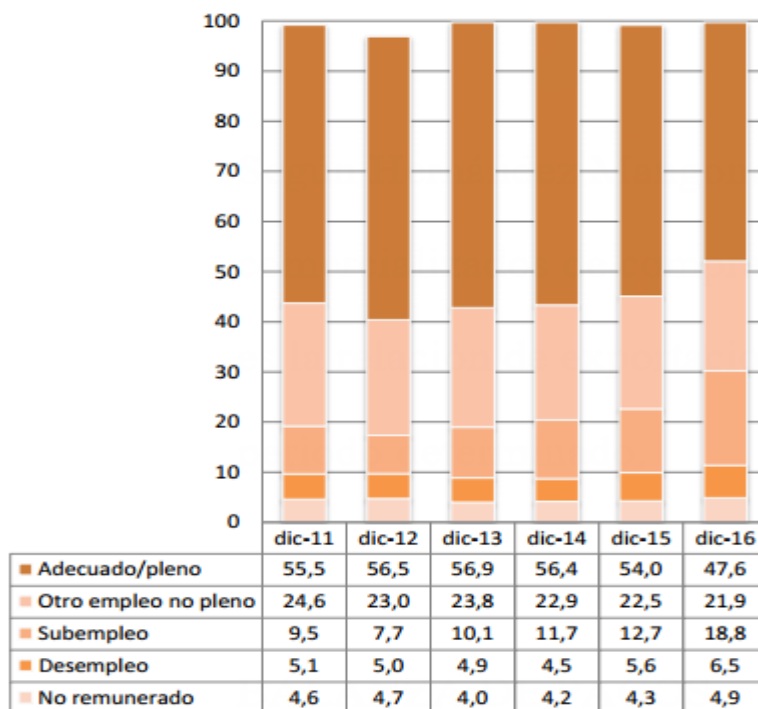
Es el entono y las cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, sea en el lugar o espacio en que se encuentren.

#### **2.01.02.01 Población Económicamente Activa - PEA**

Llámesese así a la parte de la población total de un país que participa en la producción económica o está en posibilidades de hacerlo, ya sea por su edad o por sus aptitudes.

Es el conjunto de personas que, en una sociedad determinada, ejercen habitualmente una actividad económica o están en aptitud de trabajar aunque se encuentren momentáneamente sin ocupación por causas ajenas a su voluntad. (Borja , 2012)

**DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN  
ECONÓMICAMENTE ACTIVA URBANA (PEA)\***  
En porcentajes, dic-2011, dic-2016



**Figura 5:** Distribución de la Población Económicamente Activa

**Fuente:** INEC

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador – BCE

**CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA DEL ECUADOR**

CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	dic. 11	dic. 12	dic. 13	dic. 14	dic. 15	dic. 16
<b>Población en Edad de Trabajar (PET)</b>	73.9%	75.1%	72.0%	70.5%	71.2%	71.6%
<b>Población Económicamente Activa (PEA)</b>	62.5%	61.5%	61.0%	63.0%	64.6%	65.3%
<b>Empleo</b>	94.9%	95.0%	95.1%	95.5%	94.4%	93.5%
<b>Empleo no clasificado</b>	0.8%	3.1%	0.3%	0.3%	0.8%	0.3%
<b>Empleo adecuado/pleno</b>	55.5%	56.5%	56.9%	56.4%	54.0%	47.6%
<b>No remunerado</b>	4.6%	4.7%	4.0%	4.2%	4.3%	4.9%
<b>Otro empleo no pleno</b>	24.6%	23.0%	23.8%	22.9%	22.5%	21.9%
<b>Subempleo</b>	9.5%	7.7%	10.1%	11.7%	12.7%	18.8%
<b>Por insuficiencia de tiempo de trabajo</b>	7.8%	6.4%	8.4%	9.7%	10.4%	15.2%
<b>Por insuficiencia de ingresos</b>	1.7%	1.3%	1.7%	2.0%	2.4%	3.7%
<b>Desempleo</b>	5.1%	5.0%	4.9%	4.5%	5.6%	6.5%
<b>Población Económicamente Inactiva (PEI)</b>	37.5%	38.5%	39.0%	37.0%	35.4%	34.7%

**Figura 6:** Clasificación de la población urbana del Ecuador 2011-2016

**Fuente:** INEC

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador – BCE

## **Análisis**

Para el estudio del presente proyecto al comparar los datos de la población económica activa, se observa que para diciembre 2016 al porcentaje aumento a 65.3%, cifra superior a los años anteriores, lo cual significa que existe más personas dispuestas y en aptitud de trabajar, lo cual representa una oportunidad.

### ***2.01.02.01 Tasa de Desempleo***

La tasa de desempleo es el porcentaje de la población económicamente activa de un país la cual carece de trabajo, está mide el nivel de desocupación o de paro de las personas.

Puede definirse como la razón entre el número de personas desempleadas y la fuerza laboral. Mide la proporción de personas que buscan trabajo sin encontrarlo con respecto al total de personas que forman la fuera laboral. (Larraín B & Sachs, 2006, pág. 555)

**Tabla 4**

*Tasa de desempleo de la población urbana del Ecuador*

AÑO	PORCENTAJE
Dic. 11	5.1 %
Dic. 12	5.0 %
Dic. 13	4.9 %
Dic. 14	4.5 %
Dic. 15	5.6 %
Dic. 16	6.5 %
Mar. 17	4,4 %

*Fuente:* INEC

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### **Análisis**

La Tasa de Desempleo Urbano es un indicador que representa una Oportunidad para la creación de la empresa, puesto que se prevé crear plazas de trabajo que contribuyan con la disminución de los porcentajes de desempleo, que según se aprecia en la tabla 4 el porcentaje a fines del año 2016 tuvo un aumento considerable llegando a un porcentaje de 6.5 %.

#### **2.01.02.02 Sub-empleo**

El subempleo es una ocupación por un tiempo no completo o parcial, en donde la remuneración es por debajo del salario básico y no se aprovechan por completo las capacidades de las personas ya sea por falta de capital o capacidad empresarial.

Situación económica caracterizada porque una gran parte de la población activa se encuentra sin trabajo o infrautilizada, debido principalmente a la falta de capacidad

empresarial o a que no existe el capital necesario para reanimar la economía. (La Gran Enciclopedia de Economía, 2009)

**Tabla 5**

*Subempleo de la población urbana del Ecuador*

AÑO	PORCENTAJE
Dic. 11	9.5 %
Dic. 12	7.7 %
Dic. 13	10.1 %
Dic. 14	11.7 %
Dic. 15	12.7 %
Dic. 16	18.8 %

**Fuente:** INEC

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

### **Análisis**

El subempleo se lo puede considerar como un factor preocupante para el país ya que la población activa está siendo infrautilizada y por consecuencia no tienen todos los beneficios laborales, y según la tabla 5, este porcentaje ha ido incrementando sus cifras conforme han avanzado los años, llegando a diciembre del 2016 a un porcentaje alarmante de 18.8%, es por esto que para el presente proyecto esto representa una oportunidad al crear fuentes de empleos adecuadas y dignas para las personas.

### ***2.01.02.03 Factor Demográfico***

Es el análisis de las comunidades humanas a partir de la estadística. Esta disciplina estudia el tamaño, la estratificación y el desarrollo de una colectividad, desde una perspectiva cuantitativa. (Pérez Porto & Gardey, Definicion.de, 2012)

Este factor analiza a las poblaciones humanas, su tipo estructura, espacio y evolución inclusive, en donde se preocupa de estudiar de forma estadística las leyes humanas y el cómo se rigen algunos fenómenos, pudiendo determinar que la demografía está íntimamente ligada a la economía de un país

#### **Análisis**

En base a lo mencionado se puede determinar que este factor es importante para el presente proyecto al estar vinculado estrechamente a la economía, en este caso de varias comunidades del país en donde crece o se cultiva el penco, que es la planta usada para la elaboración del cuero vegetal.

El sitio en donde se cultiva el penco principalmente es en cantón Cayambe y la provincia de Ibarra, específicamente en las comunidades de Cuniburo, Pingulmí, Pitaná, Apuela, Imantag y Quiroga, que a pesar de poseer en su mayoría suelos pobres e improductivos son el habitat perfecto para esta planta. (Mishkyhuarmy, 2015)

### 2.01.03 Factor legal.

El factor legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal regularmente se encuentra en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí. El factor legal corresponde a todas las leyes establecidas en un país que rigen entre todas sus legislaciones actividades relacionadas con la creación de una empresa. (Cenizo & Stephens, 2014, pág. 74)

#### 2.01.03.01 Como se establece una empresa

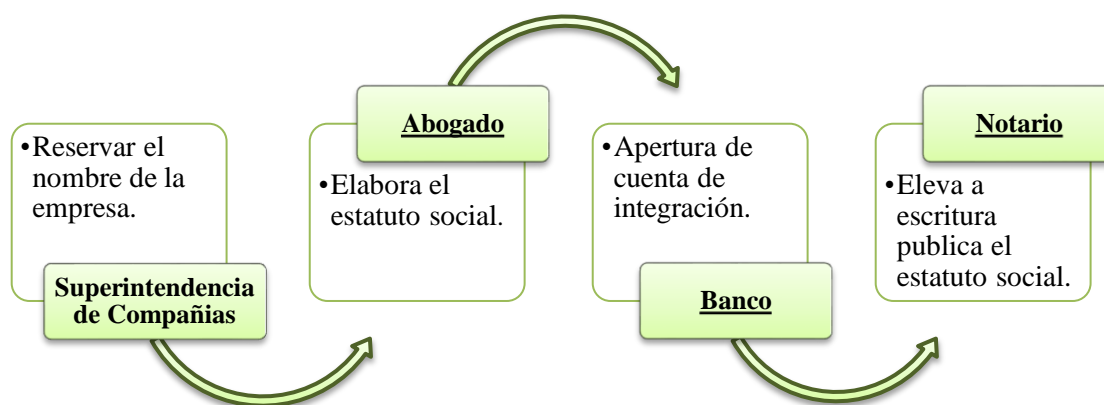


Figura 7: Como se establece una empresa

Fuente: Cuida tu Futuro, Usa Bien tu Dinero

Elaborado por: Jessica Montenegro

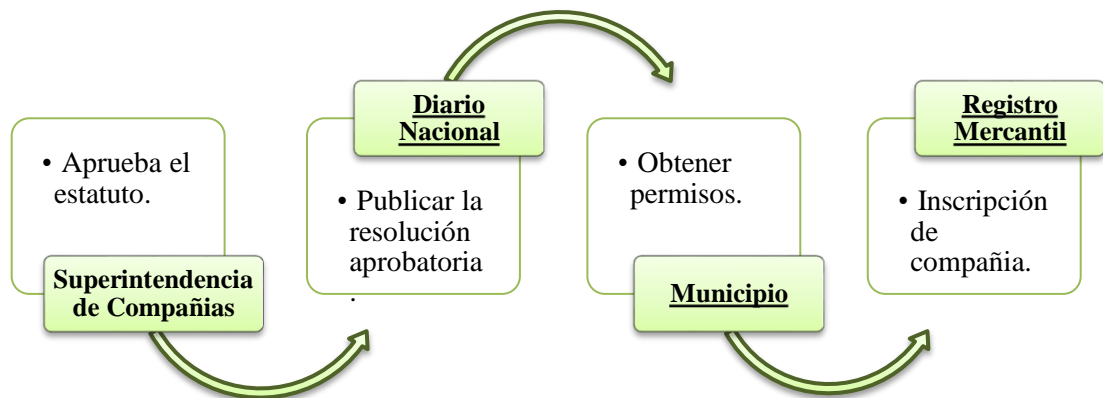
- **Reservar el nombre para la Empresa:** Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y dura aproximadamente 30 minutos. En este lugar revisan que no exista ninguna

compañía con el mismo nombre que se ha pensado elegir. (Banco Solidario, 2016)

- **Elaborar los estatutos:** Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. El tiempo estimado para la elaboración del documento es 3 horas. (Banco Solidario, 2016)
- **Abrir una “cuenta de integración de capital”:** Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:
  - Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima.
  - Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno.
  - Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio.

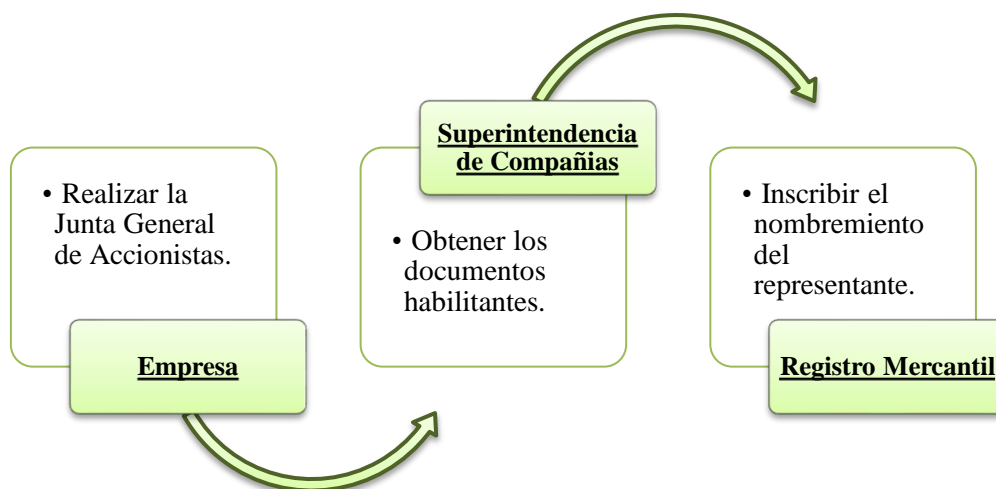
Una vez que se cumple con los requisitos básicos, se solicita el “certificado de cuentas de integración de capital”, cuya entrega demora aproximadamente de 24 horas.

- **Elevar a escritura pública:** Acudir donde un notario público y llevar la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.



**Figura 8:** Como se establece una empresa  
**Fuente:** Cuida tu Futuro, Usa Bien tu Dinero  
**Elaborado por:** Jessica Montenegro

- **Aprobar el estatuto:** Llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días. (Banco Solidario, 2016)
- **Publicar en un diario:** La Superintendencia de Compañías entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional. (Banco Solidario, 2016)
- **Obtener los permisos municipales:** En el municipio de la ciudad donde se crea la empresa, se deberá obtener la patente municipal.
- **Inscribir la compañía:** Con todos los documentos antes descritos, acudir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.

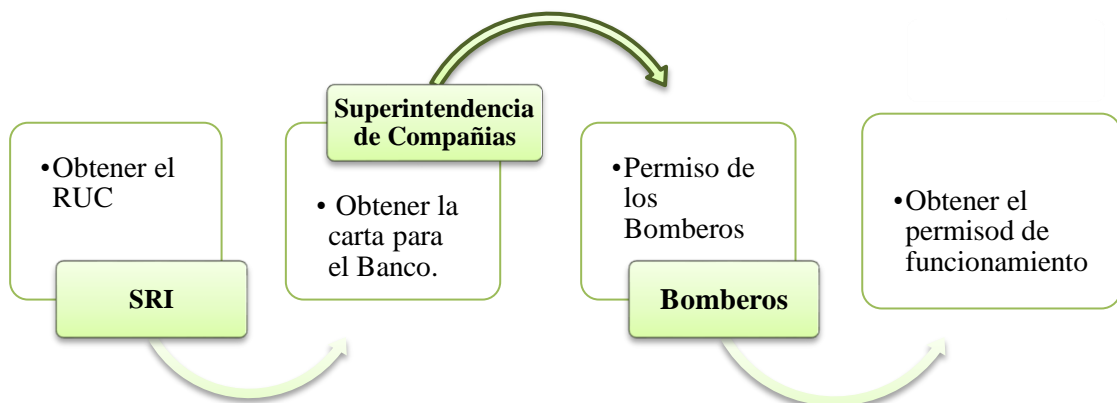


**Figura 9:** Como se establece una empresa

**Fuente:** Cuida tu Futuro, Usa Bien tu Dinero

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

- **Realizar la Junta General de Accionistas:** Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos. (Banco Solidario, 2016)
- **Obtener los documentos habilitantes:** Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa. (Banco Solidario, 2016)
- **Inscribir el nombramiento del representante:** Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribir el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con la razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a la designación. (Banco Solidario, 2016)



**Figura 10:** Como se establece una empresa  
**Fuente:** Cuida tu Futuro, Usa Bien tu Dinero  
**Elaborado por:** Jessica Montenegro

- **Obtener el Ruc:** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:
  - El formulario correspondiente debidamente lleno.
  - Original y copia de la escritura de constitución.
  - Original y copia de los nombramientos.
  - Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.
  - De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite
- **Obtener la carta para el Banco:** Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías entregara una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta, para disponer del valor depositado. (Banco Solidario, 2016)
- **Permiso de los bomberos:** Para sacar el respectivo permiso se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Copia del permiso de funcionamiento del año anterior de Bomberos (Si es nuevo copia del RUC).
- Copia del pago de las patentes municipales (Tramitar en Rentas del Municipio).
- Traer un extintor de 2kilos de P.Q.S.
- **Obtener el permiso de funcionamiento:** Finalmente ya para obtener el permiso se cumple con los siguientes requisitos y se espera la aprobación del mismo:
  - Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
  - Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
  - Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
  - Documentos que acrediten la Personería Jurídica cuando corresponda.

### **Análisis**

El factor legal al tratarse de la obtención de los documentos necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa, mismos que garantizaran que se opere de manera legal ante la sociedad y con todos los estatutos establecidos por el gobierno y las entidades de control, se le considera como una Oportunidad, ya que genera un ambiente de confianza en el público al tener conocimiento de que la empresa está

realizando sus actividades debidamente normadas y cumple con los requerimientos dictaminados por la ley.

#### **2.01.04 Factor tecnológico.**

Se refiere a uno de los factores de mayor efecto sobre la actividad empresarial. La tecnología representa la suma total del conocimiento que se tiene de las formas de hacer las cosas. Sin embargo su principal influencia es sobre cómo se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y los servicios. (Peñalver, 2012)

Los beneficios que trae consigo son nuevos productos, nuevas máquinas, nuevas herramientas, nuevos materiales y nuevos servicios, que generan mayor productividad, estándares más altos de vida, más tiempo de descanso y una mayor variedad de productos. (Peñalver, 2012)

Actualmente, la tecnología se ha transformado en un aliado importante para la realización de todo tipo de labores, a través del uso de esta mejora la productividad de la empresa, al disminuir tiempo en procesos que pueden ser intervenidos tecnológicamente. (James & Voger, 2015, pág. 76)

Al presentar un proyecto de inserción empresarial es clave que la compañía cuente con la respectiva ayuda tecnológica, y se ha considerado imprescindible implementar la misma para disminuir tiempos de fabricación y a su vez obtener un producto más refinado y de excelente calidad.

Por estos motivos y por la misma razón de ser el factor tecnológico importante en una empresa, se prevé utilizar máquinas especializadas que ayuden a los procesos de

fabricación del producto, estos procesos son: desfibrar las hojas de penco, extracción de biomasa, estiramiento de fibras y compactación de las mismas, hasta obtener el producto terminado.



**Figura 11:** Maquinaria  
**Fuente:** Investigación de Campo

Por otro lado en la parte administrativa también se hará uso de esta herramienta al implementar los siguientes elementos tecnológicos: laptops, páginas web, correo corporativo, los cuales ayudaran en los procesos internos y externos de la empresa.



**Figura 12:** Equipo de computo  
**Fuente:** Investigación de Campo

## **Análisis**

El factor tecnológico en la actualidad se ha convertido en un elemento indispensable para las personas en general, aún más lo es para las empresas que persiguen el éxito, ya que es una ayuda inmediata para casi todos los procesos que desarrolle la misma, por lo tanto, el factor es considerado como una Oportunidad.

### **2.02 Entorno Local**

Se debe tener en cuenta algunos puntos destacables para planificar la empresa de la forma más eficaz posible. Hay que fijarse detenidamente en ciertos factores que, muy probablemente, se darán en el proceso de puesta en marcha de la empresa y que determinarán su continuidad. No hay ninguna forma certera de saber qué resultados obtendremos, así que se prevé qué situaciones pueden darse. (Ramirez Valencia, 2014, pág. 49)

#### **2.02.01 Clientes.**

La empresa tendrá sentido a través de los clientes. Cada negocio requiere un estudio de mercado del sector para saber a quiénes se dirige y qué es lo que necesita ofrecer. Centralizar el negocio es esencial para un resultado óptimo. Por otro lado, el trato directo con el cliente es fundamental, un cliente contento es un potencial futuro comprador y, desde luego un arma esencial de marketing. Hacer que los clientes hablen bien del negocio multiplicará las ventas. (Quiroga Leo, 2016, pág. 87)

En Ecuador actualmente existen varias empresas grandes o artesanales dedicadas a la fabricación de artículos de cuero animal o sintético, pero lo que se busca con este proyecto es focalizarse en aquellos clientes que quieren dar un plus a sus productos y con mayor razón si este plus trata de generar un menor impacto ambiental al mundo.

**Tabla 6**

*Lista de posibles clientes*

Empresa	Dirección	Contacto	Referencia
Luis 100% Cuero	Calle General Torres 10-58, Cuenca	07 284 9142	Fabricación de prendas de cuero.
Confecciones Pazmiño Castillo Cía. Ltda.	Juan Procel Oe-743 y El Reventador	02 249 0747	Fabricación de prendas de vestir de cuero o cuero regenerado.
Indulcalsa Industria Nacional de Calzado S.A. 	Quimiag Oe2-106 y Gonzol - Guajaló – Quito	267 3444	Fabricación de calzado, botines y artículos similares para todo uso, de cualquier material y mediante cualquier proceso.
Litargmode Cía. Ltda. 	Vía Descanso Guacaleo Km 10.8 Sector San Pedro de los Olivos	07 220 3735	Empresa dedicada a la elaboración de zapatos en cuero.
Tienda Caprino 	Cotacachi- Calle 10 de Agosto	-	Empresa dedicada a la elaboración de manufacturas en cuero.
Cueros El Alce 	José Rodríguez y León Hidalgo-Guano, Almacén C.C. El Recreo-Quito-Local J-28	02 264 6808	Curtiembre artículos de cuero
Creaciones Ángelo 	Pv. Maldonado entre Oriente y Espejo-Baños	0985068630	Artesanía en cuero) es pionera en la confección de prendas y artículos de cuero de alta calidad en Ecuador.

**Fuente:** Investigación de campo, 2017

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

## **Análisis**

Los clientes son el motor de toda empresa ya que sin ellos no tendría caso la producción y comercialización, es por tal motivo que el factor clientes es una Oportunidad para la implementación de la empresa.

### **2.02.02 Proveedores.**

Los proveedores dentro del ámbito laboral serán los encargados de proveer bienes o servicios necesarios que la empresa cliente lleve a cabo sus actividades. Es de vital importancia elegir bien a los proveedores, esto hará que se eviten problemas a futuro que acarreen perdidas dentro de la empresa. (Santos Saenz, 2015, pág. 15)

## **Análisis**

Al escoger como proveedores de materia prima las hojas del penco a las pequeñas comunidades del sector norte como Cayambe, Guayllabamba, Apuela, Imantag y Quiroga que son productoras del penco, y en base a que se consideran como desechos las hojas de la planta, se convierte en una oportunidad tanto para los productores como para la empresa, ya que ellos tendrán un ingreso adicional al vender las hojas y para la empresa por ser los únicos compradores.

Por otra parte al escoger de manera metódica los proveedores de la empresa en cuanto a maquinaria y suministros se constituyen como una oportunidad, al saber que son empresas que cuentan con gran trayectoria en el mercado y que por lo tanto favorecerá la gestión dentro de la empresa.

### **2.02.03 Competidores.**

Es indiscutible que existirán otras empresas semejantes nuestro ámbito comercial, es un error no prestarles atención y creer que se puede superarlas o ignorarlas. Hay que buscar cuáles son y aprender de ellos, sólo así se puede buscar ventajas diferenciadoras. (Guevara Samaniego M. F., Captación de Clientela, 2014, pág. 93)

Los competidores son aquellos negocios que ofrecen productos o servicios que satisfacen la misma necesidad en el cliente, aun cuando lo hagan de diferente manera, estén localizados o no dentro de una misma localidad, se los considera competidores. (Instituto PYMES, 2016)

**Tabla 7**

*Lista de posibles competidores*

<b>Empresa</b>	<b>Dirección</b>	<b>Contacto</b>	<b>Referencia</b>
 <p>Curtiduría Tungurahua S.A.</p>	Parque Industrial Ambato Tercer Etapa Calle 8 y "F"	03 285 1112	Gran variedad de artículos y prendas de vestir, para damas, caballeros y niños con cuero refinado.
 <p>Sintecuero S.A.</p>	Pascuales, Mz, 28. Edf. Gerardo Ortiz - Guayaquil	04 220 6629	Fabricación de cueros regenerados
 <p>Servicueros S.A.</p>	Av. Bolivariana 7-47 E Isidro Viteri- Huachi Loreto	03 284 1953	Fabricación de artículos de cuero.
 <p>Curtiembre RENACIENTE S.A.</p>	Av. González Suarez 24-55 Tahuantinsuyo Sector Monay- Cuenca	07 286 0671	Fabricación de artículos de cuero.
 <p>Cabaro Cía. Ltda.</p>	Vía Férrea y la Tola- La Matriz- Ambato	03 241 4970	Fabricación de artículos de cuero.
 <p>Tenería San José Cía. Ltda.</p>	Av. Indoamérica, poco antes de llegar al ex-redondel de las Focas de Izamba. Ambato	03 285 4227	Desarrollo de líneas exclusivas del mejor cuero ecuatoriano, gestionando programas de medio ambiente.

*Fuente: Investigación de campo, 2017*

*Elaborado por: Jessica Montenegro*

## **Análisis**

La competencia que se presenta en el campo de la producción de cuero vegetal no es directa, pero si existen productores de cuero animal y sintético con más posicionamiento en el mercado no solo a nivel local, sino del resto del país, se

considera como una amenaza, ya que los clientes tienen varias alternativas de donde escoger.

### **2.03 Productos Sustitutos**

Los productos sustitutos hacen referencia a aquellos bienes que cumplen la misma o similares características o función y reemplazan a un producto por otro en sí.

Los productos considerados como sustitutos limitan el potencial de una compañía, ya que estos llegan a reemplazar y a desempeñar la función que realiza el producto o servicio fabricado por otra empresa, la cual satisface una cierta necesidad de los consumidores y estas empresas vienen a ser la competencia y restan oportunidades de venta. (Guevara Samaniego M. F., Captación de Clientela, 2014, pág. 105)

Como productos sustitutos se determina al cuero de animal y el cuero sintético o cuerina, ya que estos tienen similares características en cuanto a su resistencia, a su flexibilidad y fácil manejo, tomando en cuenta que a base de estos dos tipos de materia prima se confecciona una gran variedad de artículos que son comercializados en diferentes mercados.

## 2.04 Análisis FODA

**Tabla 8**

*Matriz Factor Económico*

INDICADOR	OPORTUNIDAD	AMENAZA	IMPACTO			
			NULO	BAJO	MEDIO	ALTO
1. PIB		X				X
2. Inflación		X				X
3. Tasa de Interés Activa	X					X
4. Balanza Comercial	X					X

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

**Tabla 9**

*Matriz Factor Social*

INDICADOR	OPORTUNIDAD	AMENAZA	IMPACTO			
			NULO	BAJO	MEDIO	ALTO
1. PEA	X					X
2. Desempleo	X					X
3. Subempleo	X					X

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

**Tabla 10**  
*Matriz Factor Legal*

INDICADOR	OPORTUNIDAD	AMENAZA	IMPACTO			
			NULO	BAJO	MEDIO	ALTO
1. Permisos Otorgados por el SRI		X			X	
2. Permisos Otorgados por el Municipio de Quito		X				X
3. Permisos Otorgados por los Bomberos	X					X

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

**Tabla 11**  
*Matriz Entorno Local*

INDICADOR	OPORTUNIDAD	AMENAZA	IMPACTO			
			NULO	BAJO	MEDIO	ALTO
1. Clientes	X					X
2. Proveedores	X					X
3. Competidores		X				X

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

## **2.05 Análisis Interno**

El análisis interno tiene como objetivo conocer los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa e identificar sus fortalezas y debilidades, y así establecer objetivos en base a dichos recursos y capacidades, y formular estrategias que le permitan potenciar o aprovechar dichas fortalezas, y reducir o superar dichas debilidades. (CreceNegocios, 2013)

### **2.05.01 Propuesta estratégica.**

La planeación estratégica es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo. (Pérez Porto & Gardey, 2008)

#### **2.05.01.01 Misión.**

Término que hace referencia a la razón de ser de la empresa, su esencia misma, el motivo de para qué existe en el mundo. (Marketigdirecto, 2013)

### **Misión de la Empresa**

Ser una microempresa procesadora y distribuidora de cuero vegetal de alta calidad para el mercado, a precios competitivos. Manteniendo como principal objetivo la satisfacción de los clientes, contando con una infraestructura moderna, talento humano calificado y actuando con responsabilidad social y ambiental.

### **2.05.01.02 Visión.**

La visión de una empresa se refiere a una Figura que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, una expectativa ideal de lo que espera que ocurra. La visión debe ser realista, pero puede ser ambiciosa.

(Concepto.de, 2015).

### **Visión de la Empresa**

Ser líderes con perspectiva internacional del procesamiento y distribución de cuero vegetal en el lapso de dos años, fundamentada en principios sólidos, valores éticos, servicio y calidad que supere las expectativas, de manera que su valor añadido sea único provocando fidelidad en los clientes.

### **2.05.01.03 Objetivos.**

Los objetivos de una empresa son resultados, situaciones o estados que una empresa pretende alcanzar o a los que pretende llegar, en un periodo de tiempo y a través del uso de los recursos con los que dispone o planea disponer.

(CreceNegocios, 2014)

Un objetivo se establece cuando se requiere alcanzar una meta y por lo tanto se planifica como se llegara a cumplir dicha meta.

#### *2.05.01.03.01 Objetivo general.*

Desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa, procesadora y distribuidora de cuero vegetal a base de fibra de hoja de penco, ubicada en el cantón Cotacachi, año 2017, que apoye al desarrollo del sector industrial, satisfaciendo la demanda existente en el mercado local.

#### *2.05.01.03.02 Objetivos específicos.*

- Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad que tendrá el proyecto.
- Desarrollar un estudio de mercado que determine la aceptación de cuero vegetal a base de fibra de penco.
- Realizar un estudio técnico que permita conocer la capacidad de producción, definiendo los procesos de elaboración y fabricación del cuero vegetal.
- Evaluar mediante la aplicación de indicadores financieros cual va a ser el nivel de rentabilidad que se va a obtener.

#### *2.05.01.04 Principios y/o valores.*

Los principios son el conjunto de valores, creencias, normas, que ayuda a la visión, la misión, la estrategia y los objetivos estratégicos. Estos principios se manifiestan y se hacen realidad en nuestra cultura, en nuestra forma de ser, pensar y conducirnos. (Acción Democrática)

Los valores principales por los cuales se caracteriza la empresa son:

- **Orientación al cliente:** Lo más importante es el cliente, es por esto que toda nuestra labor está encaminada para brindar el mejor servicio posible al cliente.
- **Trabajo en equipo:** Dentro de nuestra organización creemos que el trabajo en equipo es esencial para poder crecer como empresa.
- **Respeto a los demás:** Es un valor que nos conduce a la armonía, sinceridad, aceptación de los otros dentro del ambiente laboral, contribuyendo a una comunicación más abierta y cercana.
- **Desarrollo de la Creatividad:** Es una parte esencial que está presente en el trabajo que realizamos, ya que el proceso productivo sobresale un espíritu creativo y de continuo aprendizaje. El desarrollo creativo facilita ajustar nuestros productos a las necesidades de los consumidores en cada momento.  
(Meryan, s.f.)
- **Agilidad en la comunicación:** Actuar de manera oportuna, cálida, ágil y comprometida con el cliente en lo que a comunicación se refiere forma parte importante del proceso de atención permanente, para así fidelizar a los consumidores. Dentro de la empresa es fundamental trabajar en base a una buena comunicación en todos los procesos productivos, mostrando profesionalismo en el equipo de trabajo con productos de calidad.

### 2.05.02 Gestión administrativa.

Según Angelica Lazzo (2012), manifiesta que la gestión administrativa en una empresa es uno de los factores más importantes cuando se trata de montar un

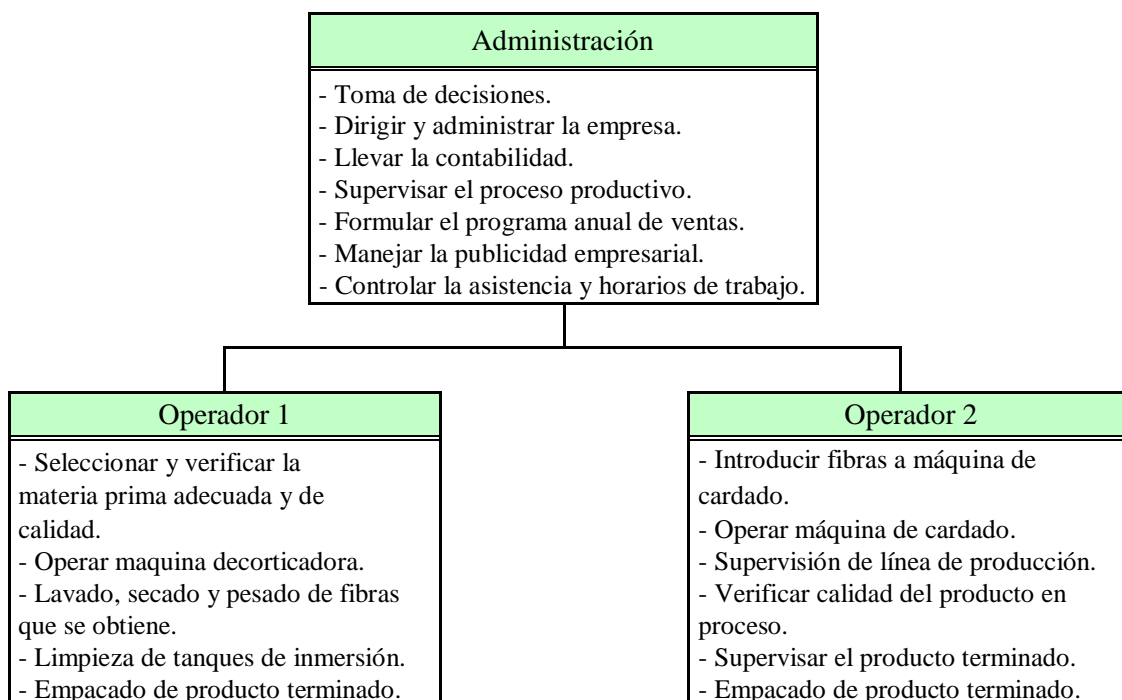
negocio debido a que de ella dependerá el éxito que obtenga dicho negocio o empresa. Es la capacidad de la empresa para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos con el adecuado uso de los recursos disponibles.

Actualmente el desafío de la gestión administrativa es construir una sociedad económicamente estable y mejorando, con normas sociales reformadas y un dirección más eficaz.

#### ***2.05.02.01 Organigrama.***

Es una representación de modo gráfico o formal de la estructura orgánica de la empresa u organización que refleja en forma esquemática la posición de las áreas o departamentos que la conforman de manera jerárquica. Puede comprender a toda la organización o solo un área de ella. (DeConceptos, 2017)

Este esquema de organización busca esclarecer la función y los vínculos de cada área dentro de la estructura general, y de cada persona en su área, para lograr mayor eficacia a partir del orden de tareas ayudando a la cooperación mutua.



**Figura 13:** Organigrama Funcional

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

## Análisis

La gestión Administrativa, ya que ayuda a mantener el enfoque de cada una de las áreas en el aspecto del personal y lo financiero, contribuye a alcanzar logros que tienen gran importancia con el aspecto económico, siendo el motor por el cual se da la creación de negocios, se llega a constituir como una fortaleza.

### 2.05.03 Gestión operativa.

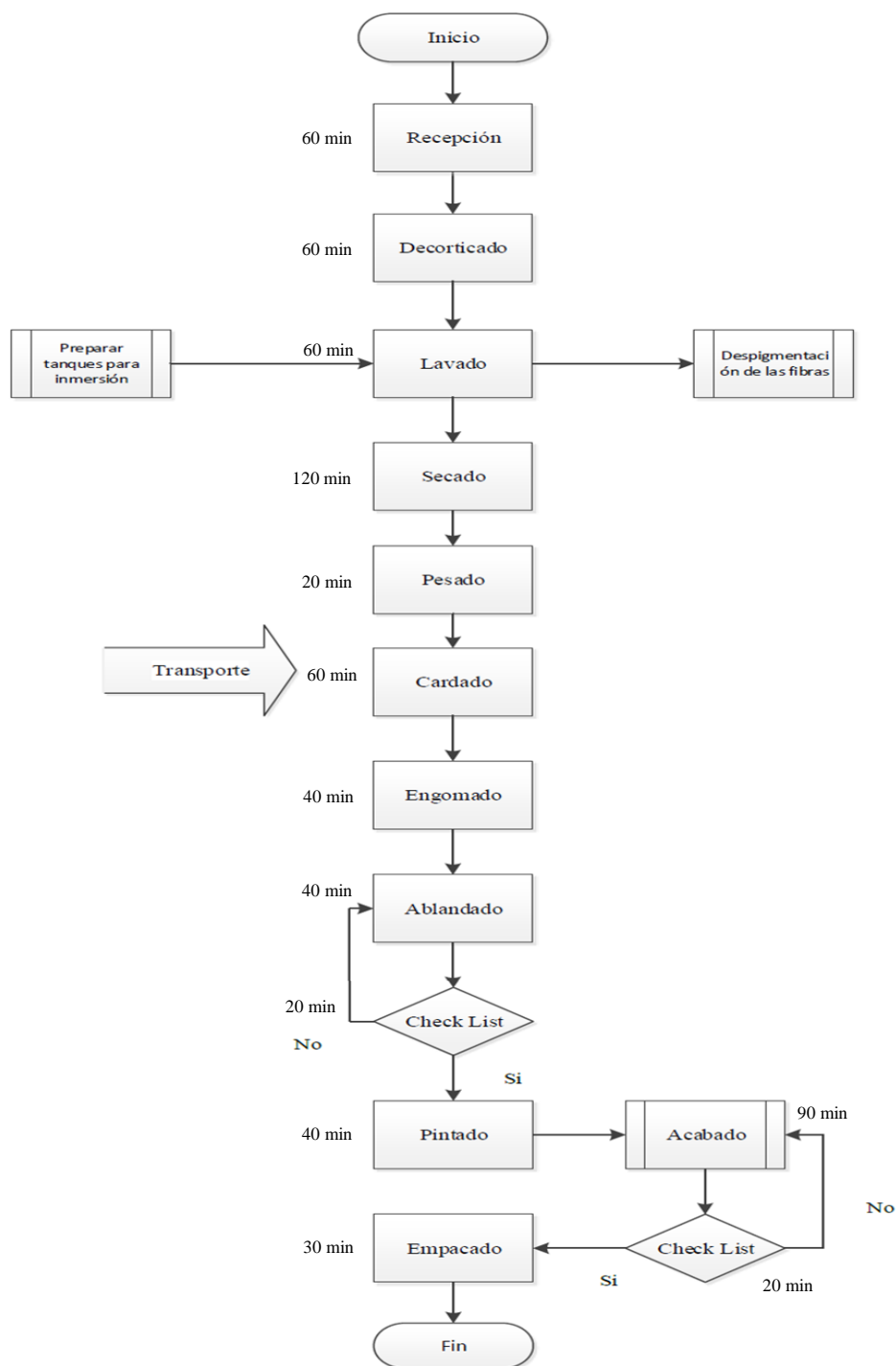
Es un proceso por el cual se orienta, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta u objetivo de una organización, todas estas obtenidas por la secuencia de actividades además de un tiempo requerido” (Torres Correa, 2012, pág. 33).

La gestión operativa consiste en ampliar gráficamente el desarrollo de la gestión para la ejecución de un proyecto. Con la manejo de esta técnica se obtiene de forma resumida todos y cada uno de los pasos necesarios a dar y llevar a cabo la ejecución de los propósitos que se insertan en el plan estratégico, como son el reparto de tareas, la temporalización de cada acción y la distribución de los recursos.” (Sánchez, 2016)

Dentro de la gestión operativa, se debe tomar en cuenta la planificación, organización, dirección y control; para realizar un trabajo eficiente, el cual involucra procesos, procedimientos, normas, responsabilidades, las cuales han permitido que la empresa funcione de una buena manera.

### **Analisis**

Referente a la gestión operativa en ella se refleja los procesos que maneja la empresa por lo tanto constituye un papel importante para el buen funcionamiento de la organización la credibilidad y la solvencia. La empresa constituye a esta gestión como una fortaleza.



**Figura 14:** Diagrama de Flujo del Proceso de Producto Terminado

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

#### **2.05.04 Gestión comercial.**

La Gestión Comercial es una de las actividades más importantes para la promoción de cualquier producto. El contacto entre productor y consumidor final se hace prácticamente imposible sin un departamento comercial de por medio”.

(Tesipro Solutions, 2013)

La gestión comercial es la que lleva a cabo la relación de intercambio de la empresa con el mercado. Si analizamos esto desde el punto de vista del proceso productivo, la función o gestión comercial constituiría la última etapa de dicho proceso, pues a través de la misma se suministran al mercado los productos de la empresa y a cambio aporta recursos económicos a la misma. Pero a pesar de ser la última etapa, es de gran importancia para la empresa, ya que comprende desde el estudio de mercado hasta llegar a la venta al cliente, incluyendo las estrategias de venta, y la política de ventas en el ámbito empresarial. (Herrscher, 2014, pág. 34)

##### ***2.05.04.01 Catalogo Corporativo.***

Por medio de este catálogo se lograra plasmar ideas con una espectacular creatividad, cuyo fin es la promoción del producto que la empresas ofrece, destacando que esta proporcionara productos con los mejores estándares de calidad.

- **Logotipo o marca:** La conjunción de los distintos elementos que componen la identidad visual de la empresa. (IMART).



*Figura 15:* Logotipo de la empresa  
*Elaborado por:* Jessica Montenegro

- **Paginas de redes**



*Figura 16:* Pagina de Facebook de la empresa  
*Elaborado por:* Jessica Montenegro



**Figura 17:** Página de Instagram  
**Elaborado por:** Jessica Montenegro

- **Tarjeta de presentación**



**Figura 18:** Tarjeta de presentación de la empresa  
**Elaborado por:** Jessica Montenegro

### **CAPÍTULO III.**

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

A través de este estudio se podrá analizar la oferta, demanda y competencia que se va a encontrar en el mercado y tomando la mejor decisión para alcanzar el éxito.

Según menciona Rico (2016) que el estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado y proveedores, ante un producto o servicio.

En el sector de pequeñas y medianas empresas (Pymes) existen emprendedores que, convencidos del potencial y originalidad de su producto o servicio, toman el riesgo de emprender un negocio sin contar con un estudio que demuestre la viabilidad comercial del mismo. Dicho estudio se refiere a una investigación de mercados que es un método que ayuda a descubrir, visualizar y analizar el potencial comercial que tendrá nuestro producto o servicio. (James Brian, 2015, pág. 60)

### **3.01 Análisis del Consumidor**

Mediante el análisis del consumidor se puede conocer de forma más precisa las características y gustos, las mismas que contribuyen a la empresa a implementar y diseñar estrategias para cubrir las necesidades que tienen los posibles consumidores.

Consistiendo en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamiento de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo. (CreceNegocios, 2013)

#### **3.01.01 Determinación de la población y muestra.**

##### **3.01.01.01 Población.**

El termino población hace referencia al número de personas que forman o viven en determinado lugar de un pueblo, ciudad, país o del mundo. En este caso es el conjunto o grupo que van a ser parte del estudio del presente proyecto.

Población o universo dentro de una investigación es el conjunto de individuos con ciertas características importantes y definidas que se desean estudiar, dicha selección será de ayuda para cumplir los objetivos trazados. (Fuentelsaz Gallego, Icart Isern, & Pulpón Segura, 2006, pág. 55)

Al realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa procesadora y distribuidora de cuero vegetal, se ha tomado como referencia el total de empresas dedicadas especialmente a la fabricación de artículos a base del cuero, ya que ellos forman parte de los posibles consumidores.

Según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas por parte del INEC, las instituciones del sector industrial y productivo de interés para el estudio según su CIU, son las que se dedican a las actividades, descritas en la siguiente tabla.

**Tabla 12**

*CIU de Interés para estudio*

<b>Código CIU</b>	<b>Descripción de Actividad</b>
C1410.01.01	Fabricación de prendas de vestir de cuero o cuero regenerado, de ropa exterior.
C1410.01.02	Fabricación de prendas de vestir de cuero o cuero regenerado, de diario y de etiqueta.
C1410.01.03	Fabricación de prendas de vestir de cuero o cuero regenerado, incluidos accesorios de trabajo de cuero como: mandiles para soldadores, ropa de trabajo, etcétera.
C1410.01.04	Fabricación de prendas de vestir de cuero o cuero regenerado, para practicar deportes.
C1410.05	Fabricación de gorros y sombreros (incluido los de piel y paja toquilla).
C1512.01.01	Fabricación de maletas, bolsos de mano, mochilas y artículos similares, de cuero, cuero regenerado.
C1512.09.01	Fabricación de otros artículos diversos de cuero o cuero regenerado: correas de transmisión, cordones de cuero para zapatos, correas no metálicas para relojes (de materiales textiles, cuero y plástico), artículos de envase o embalaje, artículos usados con fines técnicos, etcétera.
C1520.01.01	Fabricación de calzado de cuero y mediante cualquier proceso, incluido el moldeado (aparado de calzado).
C1520.02	Fabricación de partes de cuero para calzado: palas y partes de palas, suelas y plantillas, tacones, etcétera.

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

En base a los datos del Directorio de Empresas proporcionado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC, se encuentran registradas en el SRI 46 compañías legalmente según los datos oficiales, pero existe un número considerable de empresas artesanales dedicadas de manera informal a la fabricación de artículos a base del cuero según su CIU y esta cifra asciende a 87 microempresas.

**Tabla 13**

*Número de empresas según grupos y clases CIUU de actividad económica.*

Grupos y Clases CIUU	Actividad Económica	No. De Empresas
1410	Fabricación de prendas de vestir	62
1512	Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares, artículos de talabartería y guarnicionería	4
1520	Fabricación de calzado	21

*Fuente:* Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### 3.01.01.02 Cálculo de la muestra.

Una muestra se considera a una parte representativa del total de la población escogida, la cual es sometida al estudio y análisis dentro de una investigación.

#### Formula

$$n = \frac{N * P * Q * Z^2}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * P * Q}$$

#### Datos

N = 87      Z = 95 % = 1.96      P = 50 %      Q = 50 %      e = 3%

$$n = \frac{87 * 0.50 * 0.50 * 1.96^2}{(87 - 1) * 0.03^2 + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 80$$

#### Donde:

n : tamaño de la muestra

N : población o universo

Z : nivel de confianza

P : probabilidad a favor

Q = probabilidad en contra

e = error muestral

Al aplicar la fórmula para una población finita de 87 microempresas dedicadas a la fabricación de artículos a base de cuero, se llega a obtener una muestra de 81, pero cuando la población escogida y el error tolerado son muy pequeños, prácticamente se debe tomar casi a toda o toda la población para el estudio para tener mejores resultados. (Morales Vallejo, 2012, pág. 11)

### **3.01.02 Técnicas de obtención de información.**

Las técnicas para la obtención de datos consisten en determinar qué tipo de método se utilizara para la recolección de información y de tal manera conocer las respuestas o aceptación de los consumidores al producto ofrecido.

Para realizar el presente estudio de factibilidad se empleó como método más conveniente para la recolección de datos la encuesta personal a los dueños de las microempresas, en relación a lo obtenido en la determinación de la muestra y al tener una población muy pequeña se realiza la encuesta a casi toda la población determinada. (Guevara Samaniego M. F., 2014, pág. 15)

### **3.01.02.01 Encuesta.**

La encuesta se considera un método de recolección de datos o información a través de preguntas dirigidas al grupo de investigación seleccionado, para así conocer sus aspectos relevantes en base a los objetivos del estudio de factibilidad. (Córdova Sotomayor, 2015, pág. 19)

### **3.01.02.02 Formato de la encuesta**

#### **Encuesta Para Evaluar La Aceptación Del Cuero**

Buen día estamos realizando un estudio con el objetivo de obtener información directa de empresas y organizaciones respecto a la aceptación y comercialización de cuero, por lo cual su información en estos momentos es muy valiosa.

**Nombre de la empresa:** \_\_\_\_\_

**Ciudad:** \_\_\_\_\_

**Telf.:** \_\_\_\_\_

**Mail:** \_\_\_\_\_

**INSTRUCCIONES:** Sugerimos leer las preguntas con detenimiento y llenar con la mayor seriedad, ya que esto ayudara a obtener datos precisos sobre la investigación. Por favor colocar una ( X ) en una sola respuesta.

**1. ¿Sabía usted que en la actualidad se elabora cuero de las hojas del penco o agave?**

Sí

No

**2. ¿En cuál de estos tipos se encuentra su empresa u organización?**

- a) Microempresa
- b) Pequeña empresa
- c) Mediana empresa
- d) Grande empresa

**3. ¿Cada que tiempo, compra o adquiere cuero?**

- a) Semanal
- b) Mensual
- c) Otro  Especifique \_\_\_\_\_

**4. ¿Qué cantidad de cuero consume al mes?**

- a) De 1 a 300 pies.
- b) De 301 a 600 pies.
- c) De 601 a 900 pies.
- d) De 901 a 1200 pies.
- e) De 1201 a 1500 pies.
- f) De 1501 a 1800 pies.
- g) De 1801 a 2100 pies.

**5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por metro de cuero vegetal?**

- a) De \$ 10 a \$ 15 dólares
- b) De \$ 16 a \$ 20 dólares
- c) De \$ 21 a \$ 25 dólares
- d) De \$ 26 a \$ 30 dólares

**6. ¿Qué factor es el que más influye al momento de comprar cuero?**

- a) Calidad
- b) Exclusividad
- c) Versatilidad
- d) Variedad de colores
- e) Precio

**7. ¿Cuáles son los colores de cuero que usualmente adquiere?**

- a) Negro
- b) Café
- c) Miel
- d) Otros  Especifique \_\_\_\_\_

**8. De las siguientes empresas fabricantes de cuero, escoja en cuál de ellas usted compra usualmente:**

- a) Curtiembre Quisapincho
- b) Pisque
- c) ProPiel
- d) Tres Juanes
- e) Otra  Especifique \_\_\_\_\_

**9. ¿Elaboraría usted productos con cuero vegetal de calidad?**

Sí

No

**10. ¿Por cuál medio de comunicación se informa usted acerca del cuero que adquiere?**

- a) Radio
- b) Hojas Volantes

- c) Revistas
- d) Redes Sociales
- e) Otro ¿Cuál?  Especifique \_\_\_\_\_

### **GRACIAS**

#### **3.01.03 Análisis de la información.**

El análisis de la información de obtenida a través de la encuesta se refiere al proceso de observación e inspección de los datos con el fin de identificar la información útil para el estudio de factibilidad.

“Se conoce como Análisis de la Información al proceso de decodificar los datos que contiene un documento específico, a través de operaciones de procesamiento, que permitan el acceso y recuperación de datos.” (El Pensante, 2016, pág. 1)

##### ***3.01.03.01 Tabulación de datos de la encuesta***

Una vez realizadas las encuestas a las diferentes empresas, se logró recopilar y analizar la siguiente información o datos, los cuales para una mejor comprensión y visualización se resumen en tablas de frecuencia y gráficamente por cada pregunta planteada.

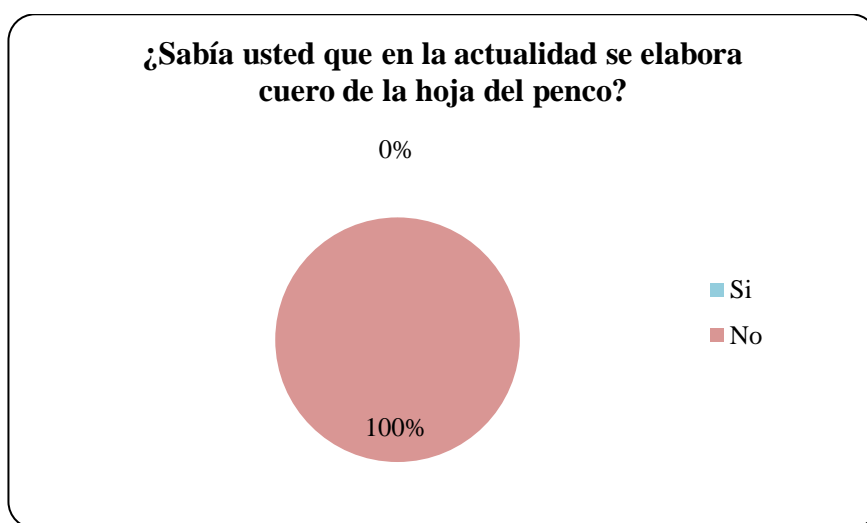
**Tabla 14**

*Pregunta 1: ¿Sabía usted que en la actualidad se elabora cuero de la hoja del penco?*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0 %
No	40	100 %
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro



*Figura 19:* Pregunta 1

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

## Análisis

Mediante la tabla presentada se obtiene que en el 100% de los individuos encuestados no tienen conocimiento sobre la fabricación de cuero a base de la fibra de la hoja de penco o agave y las bondades o utilidades que se le puede dar.

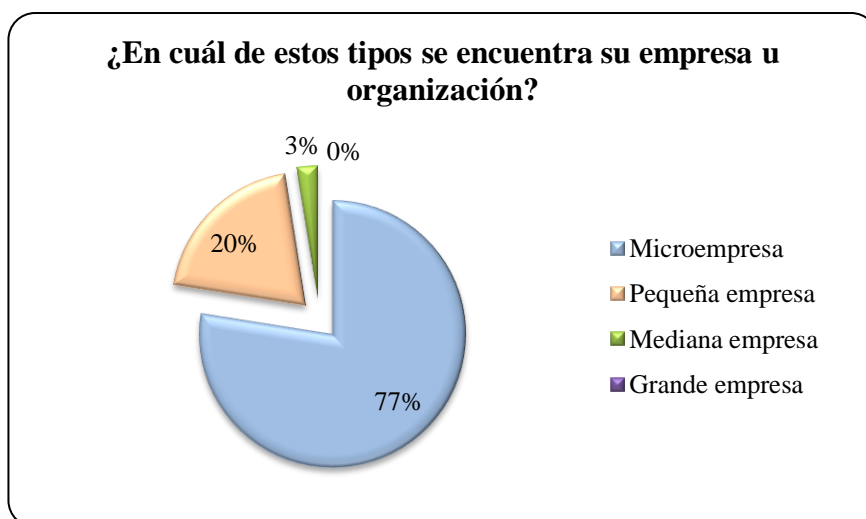
**Tabla 15**

*Pregunta 2: ¿En cuál de estos tipos se encuentra su empresa u organización?*

	Frecuencia	Porcentaje
Microempresa	62	77,50 %
Pequeña empresa	16	20 %
Mediana empresa	2	2,5 %
Grande empresa	0	0 %
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro



**Figura 20:** Pregunta 2

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

## **Análisis**

De toda la población encuesta se tiene que el mayor número de organizaciones dedicada a la fabricación de artículos con cuero son microempresas con un 77%, del global, un 20% se ubican como pequeñas empresas y solo un 3% mediana empresa, lo cual indica que se debe enfocar el proyecto más en el grupo con porcentaje más elevado.

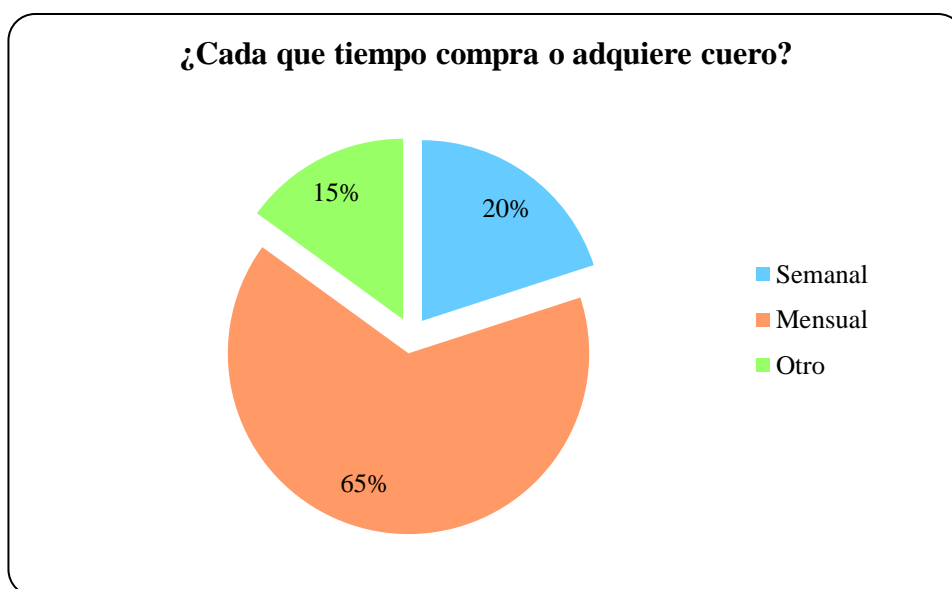
**Tabla 16**

*Pregunta 3: ¿Cada que tiempo compra o adquiere cuero?*

	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	16	20 %
Mensual	52	65 %
Otro	12	15 %
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro



**Figura 21:** Pregunta 3

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

## **Análisis**

La tabla con relación a la frecuencia de compra indica que un 65% de la población adquiere su materia prima mensualmente, un 20% mensualmente y el otro 15% lo obtiene cada 2 meses, cada 15 días o una vez a la semana, por lo que se determina que la producción de la empresa saldrá en un mayor número cada mes.

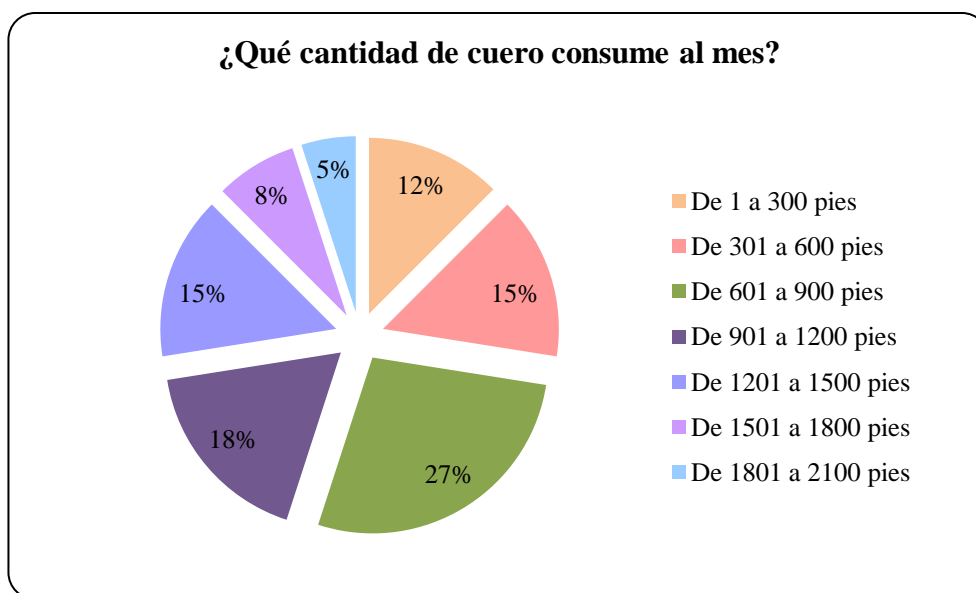
**Tabla 17**

*Pregunta 4: ¿Qué cantidad de cuero consume al mes?*

	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 300 pies	10	12,50 %
De 301 a 600 pies	12	15 %
De 601 a 900 pies	22	27,50 %
De 901 a 1200 pies	14	17,50 %
De 1201 a 1500 pies	12	15 %
De 1501 a 1800 pies	6	7,50 %
De 1801 a 2100 pies	4	5 %
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro



**Figura 22:** Pregunta 4

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

## Análisis

Mediante la figura de la pregunta 4 se aprecia que existe gran variedad en base al tamaño que los empresarios compran, ocupando el porcentaje más alto el rango de

601 a 900 pies con 27%, siguiendo con el 17.5% entre 901 a 1200 pies, 15% entre 301 a 600 pies y 1201 a 1500 pies, 12.5% de 1 a 300 pies, 7.5% de 1501 a 1800 pies y el 5% de 1801 a 2100 pies, estableciendo que los comerciantes adquieren en promedio 750 pies al mes cada uno, valor que indica cual va a ser el estimado de venta en el mercado.

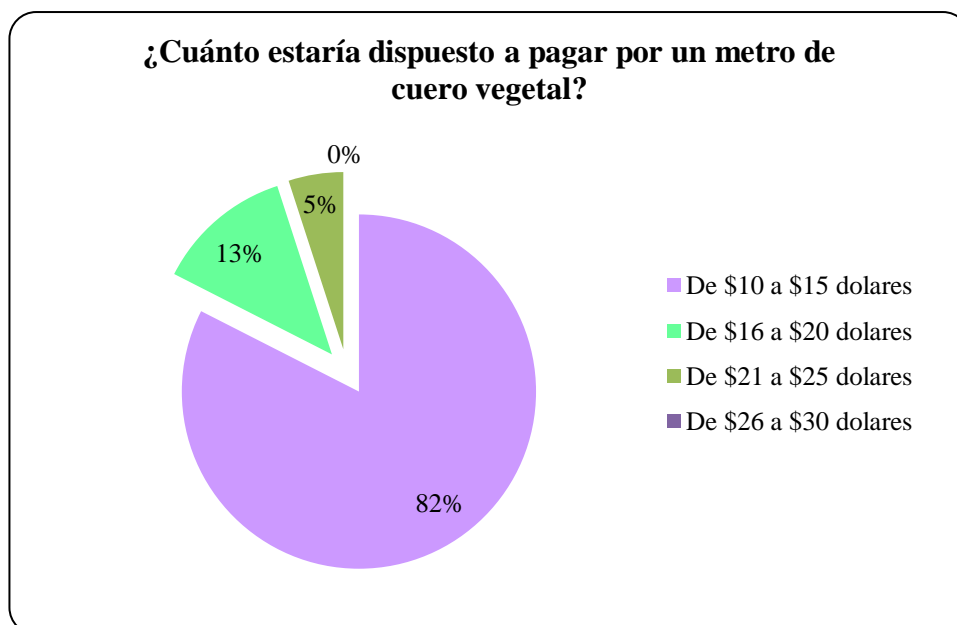
**Tabla 18**

*Pregunta 5: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un metro de cuero vegetal?*

	Frecuencia	Porcentaje
De \$10 a \$15 dólares	66	82,50 %
De \$16 a \$20 dólares	10	12,50 %
De \$21 a \$25 dólares	4	5 %
De \$26 a \$30 dólares	0	0 %
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro



**Figura 23:** Pregunta 5

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

## Análisis

A través de la tabla se determina que el rango de precio promedio de pago que pueden realizar los empresarios encuestados por un metro de cuero es de \$10 a \$15 dólares que equivale al 82.5%, en segundo puesto con 12.5\$ esta entre 16% a \$20 dólares, y tan solo el 5% está dispuesto a pagar entre \$21 a \$25 dólares, lo cual es una factor positivo ya que es un precio que podría ajustarse al producto de la empresa.

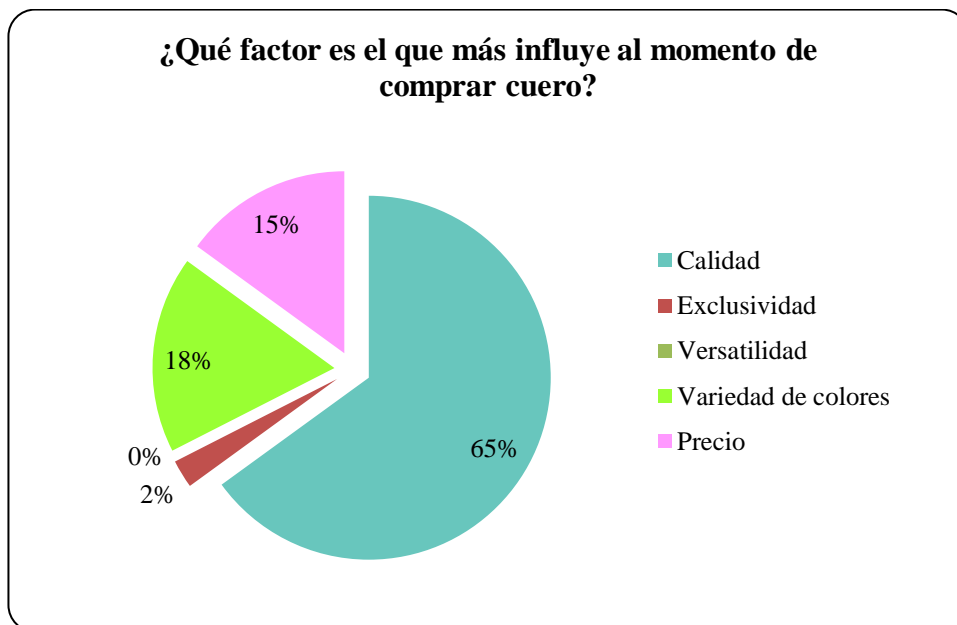
**Tabla 19**

*Pregunta 6: ¿Qué factor es el que más influye al momento de comprar cuero?*

	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	52	65 %
Exclusividad	2	2,50 %
Versatilidad	0	0 %
Variedad de colores	14	17,50 %
Precio	12	15 %
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro



**Figura 24:** Pregunta 6

**Fuente:** Investigación de Campo, 2017

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

### **Análisis**

En relación al factor que más influye entre los empresarios al momento de adquirir el cuero es su calidad con un 65%, en segundo plano se fijan en la variedad de colores que ofrece el mercado que equivale al 17.5%, el precio ocupa el tercer lugar con un 15%, y la exclusividad del producto tan solo el 2.5%, estos datos muestran que dentro del mercado del cuero lo más importante es la calidad del producto más que nada, orientando a que se realice un producto que cumplan estas características.

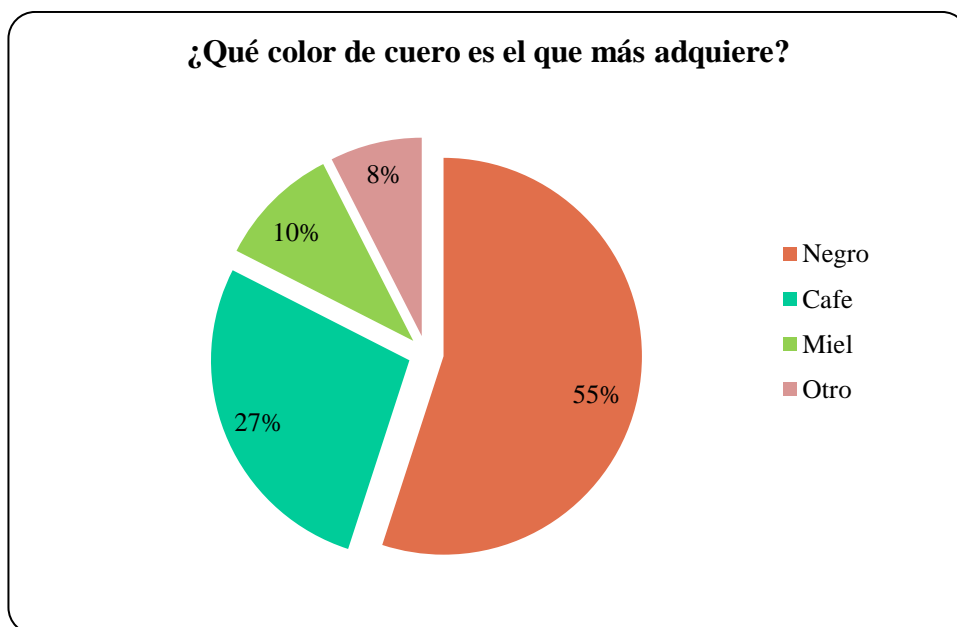
**Tabla 20**

*Pregunta 7: ¿Qué color de cuero es el que más adquiere?*

	Frecuencia	Porcentaje
Negro	44	55 %
Café	22	27,50 %
Miel	8	10 %
Otro	6	7,50 %
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro



*Figura 25:* Pregunta 7

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

## **Análisis**

Según los datos recopilados de las encuestas realizadas el color de cuero que adquieren en mayor proporción es el negro con 55%, el color café en un 27,5%, el miel o café claro el 10% y el 7.5% a otros, indicando que ellos adquieren algunas

veces en base a los artículos que desean producir, mientras se ofrezca mayor variedad de colores es beneficioso para la empresa.

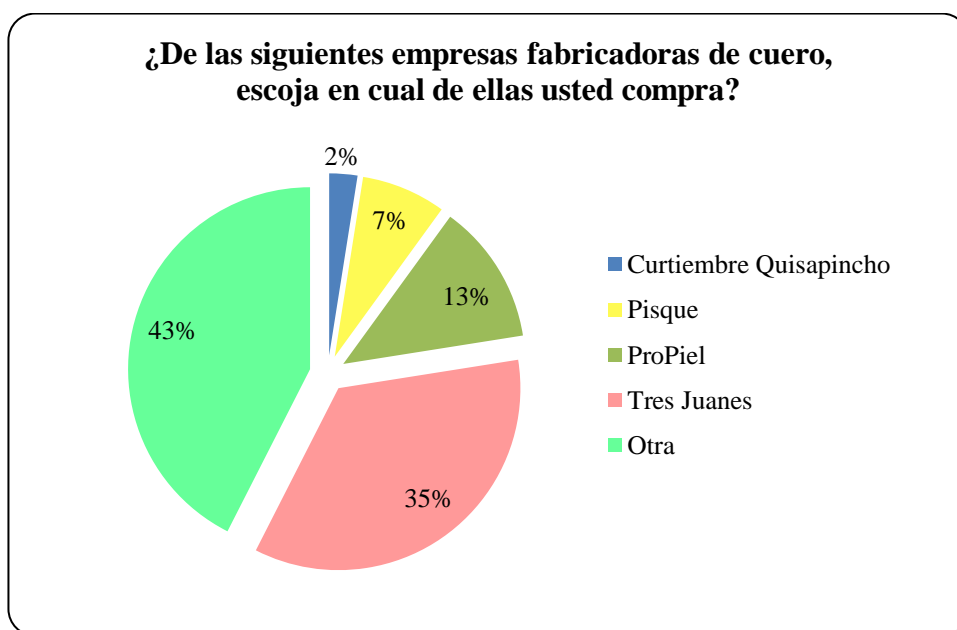
**Tabla 21**

*Pregunta 8: De las siguientes empresas fabricantes de cuero, escoja en cuál de ellas usted compra usualmente.*

	Frecuencia	Porcentaje
Curtiembre Quisapincho	2	2,50 %
Pisque	6	7,50 %
ProPiel	10	12,50 %
Tres Juanes	28	35 %
Otra	34	42,50 %
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro



**Figura 26:** Pregunta 8

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

## Análisis

Se efectuó la pregunta 8 para localizar cual es el lugar en donde la población encuestada adquiere el cuero para su producción y se determinó que ellos en general lo adquieren en el parque industrial donde se encuentra la mayor parte de productores de cuero por lo que el 42.5% corresponde a otros y el 35% en Tres Juanes que es lugar de reunión otro grupo de productores, el 12.5% lo adquiere en la fábrica ProPiel, el 7.5% en Pisque, y el 2.5% directamente en Curtiembre Quisapincho.

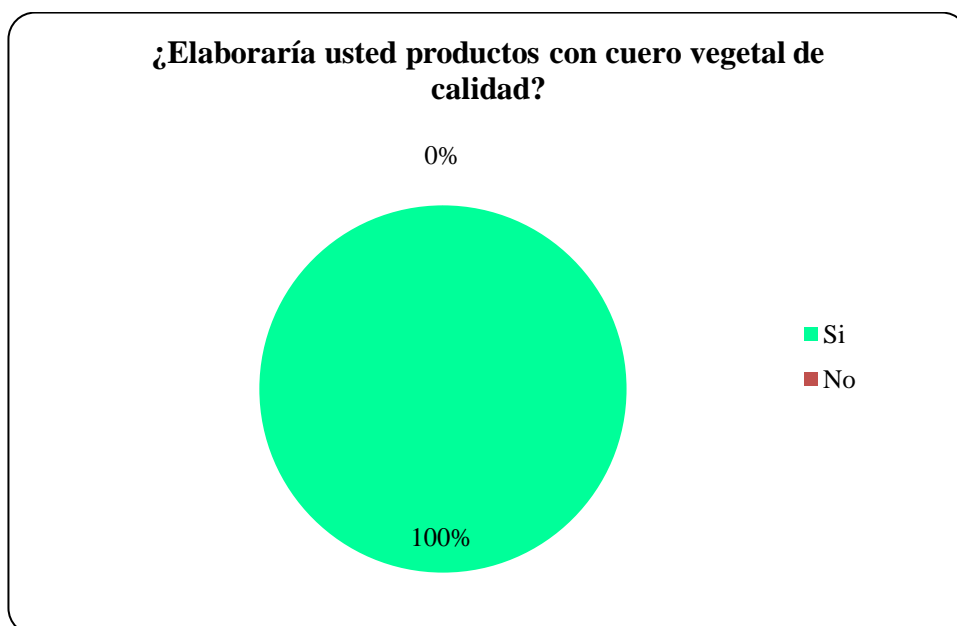
**Tabla 22**

*Pregunta 9: ¿Elaboraría usted productos con cuero vegetal de calidad?*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	100 %
No	0	0 %
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Investigación de Campo, 2017

**Elaborado por:** Jessica Montenegro



**Figura 27:** Pregunta 9

**Fuente:** Investigación de Campo, 2017

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

### Análisis

La pregunta 9 que hace relación a la aceptación del cuero vegetal en el mercado y la más importante para el presente estudio, mostrando que el 100% de la población encuestada está interesada en adquirir como materia prima el producto que se ofrece, siendo este resultado muy positivo y beneficioso para la empresa.

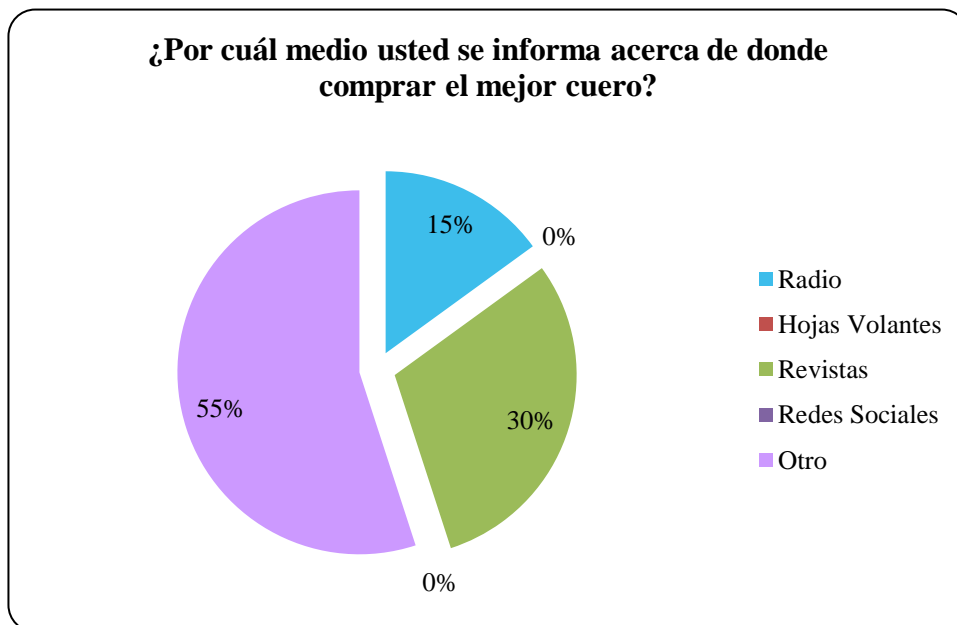
**Tabla 23**

**Pregunta 10:** ¿Por cuál medio usted se informa acerca de dónde comprar el mejor cuero?

	Frecuencia	Porcentaje
Radio	12	15 %
Hojas Volantes	0	0 %
Revistas	24	30 %
Redes Sociales	0	0 %
Otro	44	55 %
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Investigación de Campo, 2017

**Elaborado por:** Jessica Montenegro



**Figura 28:** Pregunta 10

**Fuente:** Investigación de Campo, 2017

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

### **Análisis**

La pregunta 10 se planteó para determinar el medio por el cual los compradores se informan del lugar donde compran el cuero para su producción, obteniendo que la gran mayoría equivalente a otro con el 55%, especificando que para ellos el mejor medio es hacerlo personalmente, el 30% se informa a través de revistas y el 15% por medio de anuncios promocionales en la radio de su localidad.

### **3.02 Oferta.**

La oferta se le considera como la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrece a la venta en un mercado bajo determinadas condiciones como lo es el precio dado. Mientras exista un aumento en el precio, aumenta la cantidad ofrecida.

La oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos, es decir según el precio que exista en el mercado de un bien, los oferentes están dispuestos a fabricar un número determinado de ese bien.

Dentro de un proyecto como menciona Casares Hontañón & Tezanos Vázquez (2009), los determinantes de la oferta son el precio de las mercancías, el precio de los factores trabajo y capital, la tecnología utilizada en el proceso, las expectativas y el tamaño del mercado que se posee.

**Tabla 24**

*Datos obtenidos de la encuesta*

DATOS	VALORES
<b>Población</b>	87
<b>Total encuestas</b>	80
<b>Porcentaje de aceptación</b>	100%
<b>Porcentaje de frecuencia (mensual)</b>	65%

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### **3.02.01 Oferta histórica.**

Al igual que cuando se analiza la demanda, el análisis del comportamiento histórico de la oferta del producto, se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro. Además, permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores e incorporar dicha experiencia en beneficio del proyecto.

**Tabla 25**

*Calculo de la oferta histórica*

Año	Factor Poblacional	Oferta Histórica
2017	-	2.398,28
2016	1,12%	2.371,41
2015	3,38%	2.291,26
2014	3,67%	2.207,17
2013	2,70%	2.147,58
2012	4,16%	2.058,24

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

### 3.02.02 Oferta Actual.

La oferta está dada por la cantidad de bienes y servicios que se venden a un precio determinado, en este caso a la cantidad de bienes que se puede poner en el mercado dependiendo de la economía con la que se cuenta.

Para determinar la oferta se toma en cuenta la demanda actual como el porcentaje de competencia que se tenga según las encuestas realizadas.

**Tabla 26**

*Calculo de la oferta actual*

Oferta Actual			
Año	Demanda Actual	Porcentaje de competencia	Oferta Actual
2017	5.643	42,50 %	2.398,28

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

### 3.02.03 Oferta proyectada.

Según lo que manifiesta Muso (2011) :

La oferta proyectada es una estimación que se hace en base a ciertos parámetros relacionados estrechamente con la empresa; como futuras capitalizaciones,

incursión en mercados internacionales, entre otros. Acciones derivadas de la aceptación del bien o servicio en el mercado al cual se orienta.

La oferta está determinada por el porcentaje de la competencia, la cual permitirá determinar la oferta para los siguientes cinco años.

**Tabla 27**

*Calculo de la oferta proyectada*

Año	Factor Poblacional	Oferta Proyectada
2017	-	2.398,28
2018	1,09%	2.424,42
2019	1,09%	2.450,84
2020	1,09%	2.477,56
2021	1,09%	2.504,56
2022	1,09%	2.531,86

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

### 3.03 Demanda

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que las personas o compradores están interesadas en adquirir a un precio dado dentro de un determinado mercado.

“Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Baca Urbina, 2010, pág. 15)

### 3.03.01 Demanda Histórica.

Se realiza un análisis de la demanda histórica para observar el comportamiento que tuvo el producto en años anteriores al que se realiza el estudio del proyecto, con el fin de recopilar datos y su evolución hasta la actualidad.

**Tabla 28**

*Demanda histórica*

Año	Factor Poblacional	Demanda Histórica
2017	-	5.643,00
2016	6,13%	5.297,08
2015	3,80%	5.095,79
2014	3,10%	4.937,83
2013	5,30%	4.676,12
2012	8,20%	4.292,68

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### 3.03.02 Demanda Actual.

La demanda actual es calculada con datos presente recopilados a través del estudio realizado, que permiten ver y analizar el número de unidades del producto que se va a vender.

**Tabla 29**

*Demanda actual*

Frecuencia compra	Porcentaje de aceptación	Precio promedio	Demanda Actual
684	* 66 %	\$ 12,50	= 5.643.00

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### 3.03.03 Demanda Proyectada.

Se realiza el análisis de la demanda proyectada para determinar o pronosticar cual va a ser su comportamiento en un futuro, este cálculo se lo realiza en base a la parámetros relacionados estrechamente con el crecimiento poblacional.

**Tabla 30**

*Demanda proyectada*

Año	Factor Poblacional	Demanda Proyectada
2017	-	5.643,00
2018	8,75%	6.136,76
2019	8,75%	6.673,73
2020	8,75%	7.257,68
2021	8,75%	7.892,73
2022	8,75%	8.583,34

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### 3.04 Balance Oferta – Demanda

Dentro de un proyecto es necesario determinar un balance entre la oferta y la demanda para que de tal forma lograr equilibrar el mercado. En otras palabras es realizar el cálculo de la demanda insatisfecha que existe en el mercado, para esto se resta la oferta de la demanda.

#### 3.04.01 Balance Actual

**Tabla 31**

*Calculo Demanda Insatisfecha*

Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
2017	5643,00	2398,28	3244,73

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### 3.04.02 Balance Proyectado

*Calculo balance oferta – demanda proyectada*

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2017	5.643,00	2.398,28	3.244,73
2018	6.136,76	2.424,42	3.712,35
2019	6.673,73	2.450,84	4.222,89
2020	7.257,68	2.477,56	4.780,12
2021	7.892,73	2.504,56	5.388,17
2022	8.583,34	2.531,86	6.051,48

**Fuente:** Investigación de Campo, 2017

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

## **CAPÍTULO IV.**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico es aquel que a través de varias decisiones permite la optimización de todas las áreas y las actividades que se realizan dentro de la planta, para así determinar cuál va hacer la producción que se llevara a cabo, para lograr dicha optimización es necesario seleccionar de forma adecuada y acertada el tipo de tecnología, la maquinaria, los equipos y la materia prima a utilizarse, sin descartar la distribución de los diferentes departamentos dentro de la empresa para lograr el correcto funcionamiento.

Dentro del estudio técnico también se establece cual es el tamaño del proyecto, la localización y las instalaciones dentro de la planta de producción, para que de tal manera verificar la viabilidad de ejecutar el producto.

Según Baca Urbina (2010), el estudio técnico viene a comprender a todo lo que tiene relación con el correcto funcionamiento y operatividad del proyecto, consiguiendo verificar la posibilidad técnica de fabricar el producto, logrando determinar el tamaño, la localización, los equipos y las instalaciones dentro de la organización.

#### 4.01 Tamaño del Proyecto

El tamaño de un proyecto se define como la capacidad que posee la empresa para lograr fabricar un producto dentro de un determinado tiempo.

Según Guevara Samaniego J (2015), el tamaño del proyecto va a depender del tipo de proyecto a realizarse, para lo que se debe hacer un análisis respectivo, pero de igual modo se debe tomar en cuenta ciertos factores que inciden en las estimaciones de la inversión a realizar y de los costos.

Por medio del tamaño del proyecto se puede expresar la cantidad de bienes producidos, por unidad de tiempo estableciendo la capacidad que posee la empresa para producir en un periodo determinado.

**Tabla 32**

*Tamaño del proyecto*

Descripción	Cuero Vegetal
Población de empresas	87
Aceptación	100%
<b>Total de Aceptación</b>	<b>87</b>
Frecuencia de compra mensual	65%
<b>Total clientes</b>	<b>57</b>
Clientes Potenciales %	10%
Frecuencia de compra veces	5,66
Número de mensual	12
Número de veces de compra	68
Precio por rollo de 40 m.	500
<b>Total Ingresos Anuales</b>	<b>33.930,00</b>

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

#### 4.01.01 Capacidad Instalada.

Es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia o conocimientos.

“La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse.” (Mejía Cañas, 2013)

El proyecto contara con un terreno para el área de producción de 330 m<sup>2</sup>, los cuales serán distribuidos en las diferentes áreas para la línea de fabricación y para oficina están destinados 35 m<sup>2</sup>, haciendo un total de 365 m<sup>2</sup>.

Mediante un análisis de la capacidad instalada y con ayuda de la siguiente tabla se muestra la cantidad de rollos a producir en cada semana, mes y al año, llegando a un total de 180 rollos anuales, tomando en cuenta que cada rollo va a estar formado de 40 metros de cuero vegetal.

**Tabla 33**

*Capacidad instalada de producción por rollos*

PRODUCCION ROLLOS DE 40 m. CADA UNO			
Producción	Semanal	Mensual	Anual
Rollos 40mt. c/uno	3	15	180

*Fuente:* Estudio Técnico, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

Para determinar la capacidad instalada para materia prima se muestra la siguiente tabla q indica la cantidad de materia prima, el costo por unidad o por hoja de penco, para así lograr producir una cantidad de 180 rollos de cuero vegetal al año, por un costo de \$ 11.700 dólares.

**Tabla 34**

*Capacidad instalada para materia prima*

<b>MATERIA PRIMA UDS.</b>					
<b>Materiales</b>	<b>Costo Unidad</b>	<b>Hojas x Mes</b>	<b>Costo Total Mensual</b>	<b>Costo Total Anual</b>	<b>Costo por Ud. Producidas</b>
Hoja de Penco	0,10	9750	975	11.700	65
<b>Total</b>		<b>9750</b>	<b>\$ 975</b>	<b>\$ 11.700</b>	<b>\$ 65</b>

*Fuente:* Estudio Técnico, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

Según las funciones o actividades que se va a realizar por los operarios en el área de producción se muestra el siguiente cuadro, en donde se mide el tiempo de cada actividad en minutos, la frecuencia que se realiza el proceso a la semana, llegando a obtener un tiempo total al mes.

**Tabla 35**

*Capacidad instalada por actividades*

Descripción Actividades	Tiempo (min)	Nº de veces	Frecuencia	Al mes	Tiempo total (min)
Recepción de materia prima	60	3	S	4	720
Traslado a zona de preparación	20	3	S	4	240
Decortinado de fibras	60	3	S	4	720
Lavado	60	3	S	4	720
Secado de fibras	120	3	S	4	1.440
Pesado	20	3	S	4	240
Traslado a línea	20	3	S	4	240
Cardado de fibras	60	3	S	4	720
Engomado	40	3	S	4	480
Ablandado	40	3	S	4	480
Verificación	20	3	S	4	240
Pintado	40	3	S	4	480
Acabado	90	3	S	4	1.080
Verificación	20	3	S	4	240
Empacado y Corte	30	3	S	4	360
Almacenamiento	30	3	S	4	360
<b>Total</b>	<b>730</b>				<b>8.760</b>

*Fuente:* Investigación de Campo, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

#### **4.01.02 Capacidad Óptima.**

La capacidad óptima es la forma de generar más rentabilidad con menores recursos o en un menor tiempo, estructurando todos los departamentos que conforman la planta de producción de tal manera que se optimice su espacio y los tiempos de fabricación.

Una empresa se encuentra en su dimensión óptima cuando dispone de una estructura productiva tal que el mínimo de su curva de costes totales medios a corto plazo coincide con el mínimo de la curva de costes totales medios a largo plazo, el

menor de todos los posibles costes medios de todas las empresas del sector, cualquiera que sea la estructura productiva o función de producción que adopten.

(Humel Humel, 2012, pág. 64)

## **4.02 Localización**

La localización hace referencia al lugar estratégico en donde se va a ubicar la empresa, teniendo en cuenta el mercado en donde se va a comercializar, los puntos de abastecimiento de materia prima, la mano de obra, el transporte y la accesibilidad para que de tal forma el proyecto tenga el éxito deseado.

“Consiste en analizar las variables consideradas como factores de localización, las que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo de producción” (Erosa, 2004, pág. 78)

### **4.02.01 Macro-localización.**

Hace referencia a la ubicación macro o zona general en donde se instalara la empresa, teniendo como objetivo analizar los mejores lugares posibles para ubicarlo.

“Relacionado con los aspectos sociales y nacionales de la planeación, basándose en las condiciones regionales de la oferta, de la demanda y en la infraestructura” (Erosa, 2004)

Dentro del presente proyecto la empresa se ubicara en la ciudad de Santa Ana de Cotacachi, cantón de la provincia de Imbabura, lugar comercial y reconocido por sus ferias de artículos de cuero.

**Tabla 36**

*Macro-localización*

MACRO-LOCALIZACIÓN	
<b>País</b>	Ecuador
<b>Provincia</b>	Imbabura
<b>Cantón</b>	Santa Ana de Cotacachi
<b>Ciudad</b>	Cotacachi

*Fuente:* Estudio Técnico, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro



**Figura 29:** Macro-localización

*Fuente:* Google Maps, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

#### 4.02.02 Micro-localización.

Hace referencia al punto preciso o exacto en donde se va a ubicar la empresa dentro de la macro zona. Dicho lugar debe estar determinado a base de los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo de la zona.

Es la selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona, el cual tiene el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos del lograr la más alta rentabilidad o producir el mínimo costo unitario. (Erosa, 2004)

La ubicación precisa en donde se situara la empresa es en la ciudad de Cotacachi, parroquia Imantag, a la entrada del sector en la Avenida Camino del Sol a 260 metros del estadio de Cotacachi, antes de la Plaza Central San Francisco. Este sitio se lo eligió ya que se encuentra a pocos metros de la zona comercial de sector, además de ubicarse en una de las calles principales de entrada a la ciudad.

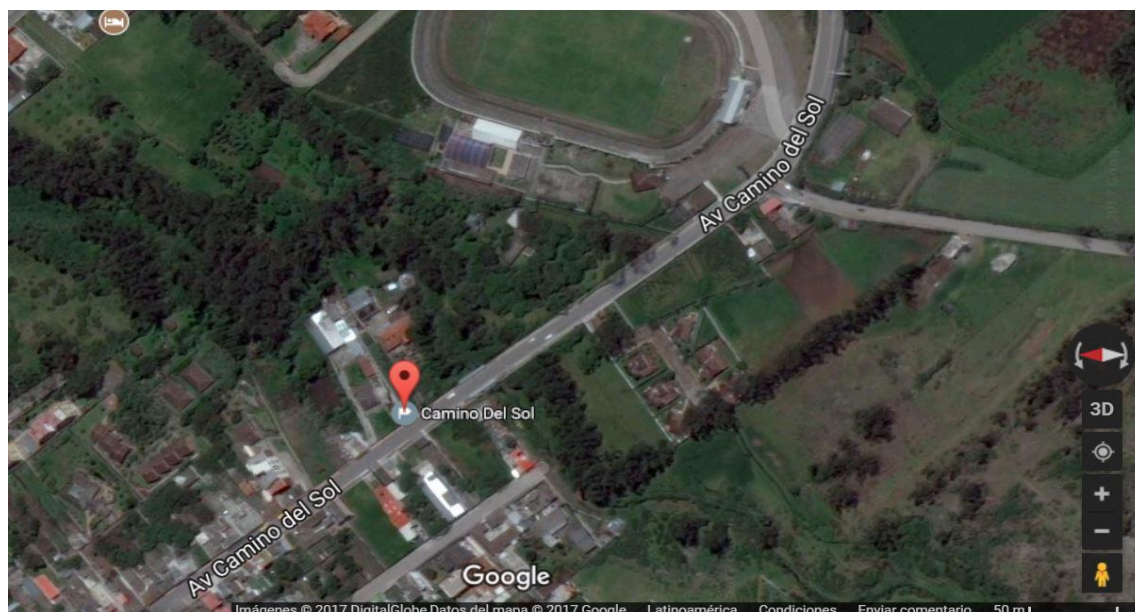
**Tabla 37**

*Micro-localización*

MICRO-LOCALIZACIÓN	
<b>Ciudad</b>	Cotacachi
<b>Parroquia</b>	Imantag
<b>Dirección</b>	Av. Camino del Sol, 678
<b>Referencia</b>	A 260 metros del Estadio de Cotacachi

*Fuente:* Estudio Técnico, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro



**Figura 30:** *Micro-localización*

*Fuente:* Google Maps, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### 4.02.03 Localización Óptima.

La localización óptima es el sitio ideal seleccionado después de realizar un análisis y evaluación de varios factores y no solo los cuantitativos como los costos de transporte de materia prima, sino también se debe tomar en cuenta los factores cualitativos que son el clima, apoyos fiscales, la actitud de la comunidad, con el fin de determinar el mejor lugar.

A través de la matriz de factores relevantes se determinara la localización óptima de la empresa para la producción de cuero vegetal.

**Tabla 38**

*Matriz de factores relevantes*

Factores relevantes	Ponderación	UBICACIÓN 1		UBICACIÓN 2		UBICACIÓN 3	
		COTACACHI		QUITO		AMBATO	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
• Costo de renta	0,15	8	1,20	6	0,90	7	1,05
• Cercanía al mercado	0,20	9	1,80	7	1,40	9	1,80
• Materia prima disponible	0,15	8	1,20	5	0,75	7	1,05
• Seguridad	0,09	8	0,72	7	0,63	8	0,72
• Mano de obra disponible	0,08	9	0,72	7	0,56	8	0,64
• Servicios Básicos	0,15	8	1,20	6	0,90	7	1,05
• Vías de acceso	0,09	8	0,72	8	0,72	7	0,63
• Servicios de transporte	0,09	8	0,72	9	0,81	7	0,63
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>66</b>	<b>8,28</b>	<b>55</b>	<b>6,67</b>	<b>60</b>	<b>7,57</b>

*Fuente:* Estudio Técnico, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

## **Análisis**

Una vez realizado el estudio y analizar los datos obtenidos se determina que en base a los factores más relevantes la localización óptima del proyecto es la ubicación 1 que corresponde a Cotacachi con una total de 8.28, seguido de Ambato con 7.57 y Quito con 6.67.

### **4.03 Ingeniería del Producto**

La ingeniería del producto es el conjunto de datos, cálculos y determinaciones que ayudan a construir un determinado bien o producto, proceso que será consecuente con el fin de obtener el producto deseado con todas las especificaciones necesarias para satisfacer a los clientes.

#### **4.03.01 Definición del Bien.**

El presente proyecto tiene el objetivo de llegar a producir cuero vegetal a base de las fibras de la hoja de penco y comercializarlo en todos los grandes mercados que utilizan este bien como materia prima para la confección o elaboración de diversos bienes.

A este textil no tejido se le denomina como cuero ya que posee similares características a las del cuero o piel animal, como es la resistencia y la flexibilidad para poder manejarlo y moldearlo y alcanzar a fabricar diferentes tipos de artículos, con la ventaja que este cuero vegetal no va a poseer las pequeñas fallas, marcas o

cortes que comúnmente la piel de animales las tienen, y dichas partes vienen a ser desechadas.

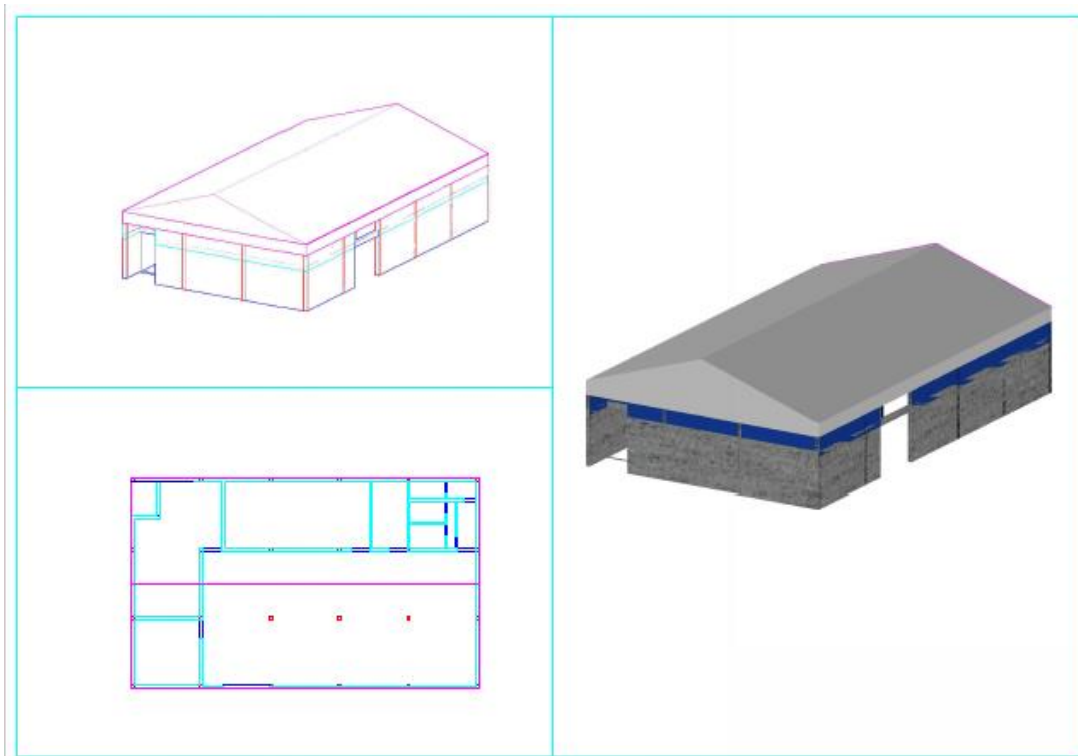
Este producto es elaborado con las hojas de penco pensando en un punto importante, que es aprovechar las fibras naturales como materia prima, ya que la planta crece de forma espontánea y no necesita de muchos cuidados, aparte estas fibras son muy resistentes y duraderas, además que son biodegradables.

El cuero vegetal es un producto novedoso, que es amigable con el medio ambiente y las personas, aparte se le puede dar varios usos sin ningún inconveniente, puesto que por sus características se adapta a cualquier tipo de producción o fabricación.

#### **4.03.02 Distribución de Planta.**

Una buena distribución de planta ayuda a la empresa a proporcionar condiciones de trabajo adecuadas, disminuir tiempos de producción lo que genera menos costos, además una correcta división de las áreas o estaciones de fabricación facilita la movilidad, el control y sobretodo la seguridad de la planta y sus trabajadores.

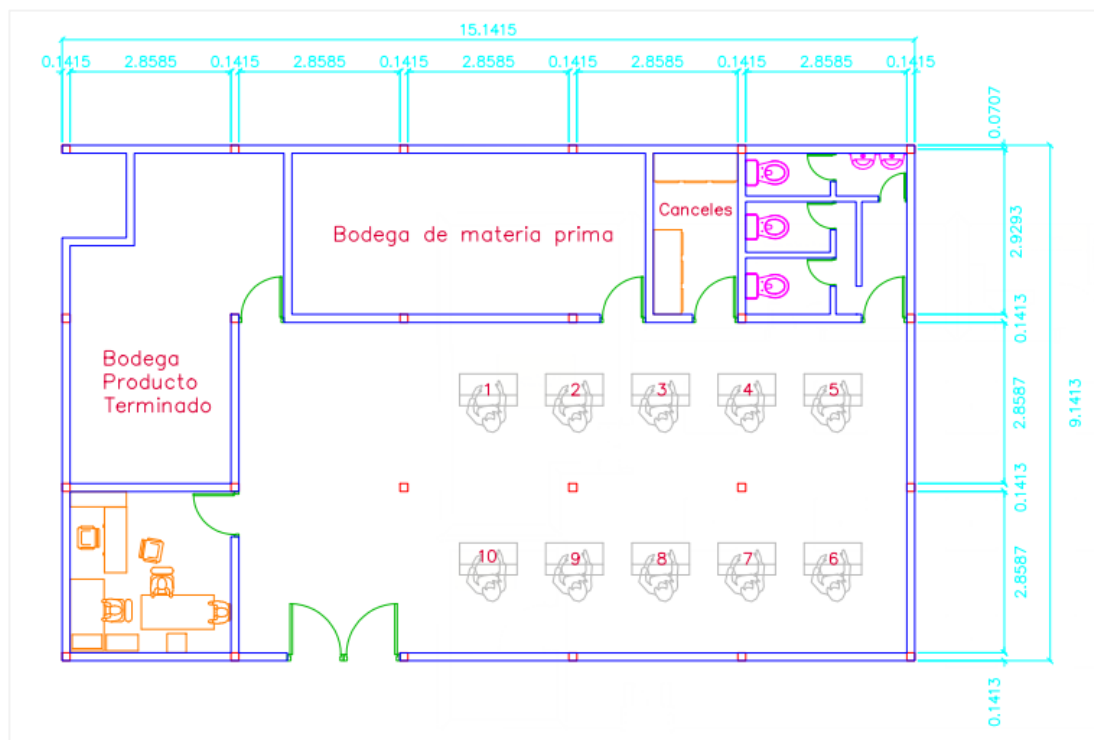
Dentro de la empresa existen 4 áreas: administrativa, Bodega de materia prima, bodega de producto terminado, cambiadores y baños y el área de planta en la cual se maneja el sistema de línea de producción al tener procesos consecutivos y porque se realiza la producción por lotes.



**Figura 31:** Vista 3D de la Planta

**Fuente:** Investigación de Campo, 2017

**Elaborado por:** Jessica Montenegro



**Figura 32:** Distribución de planta  
**Fuente:** Investigación de Campo, 2017  
**Elaborado por:** Jessica Montenegro

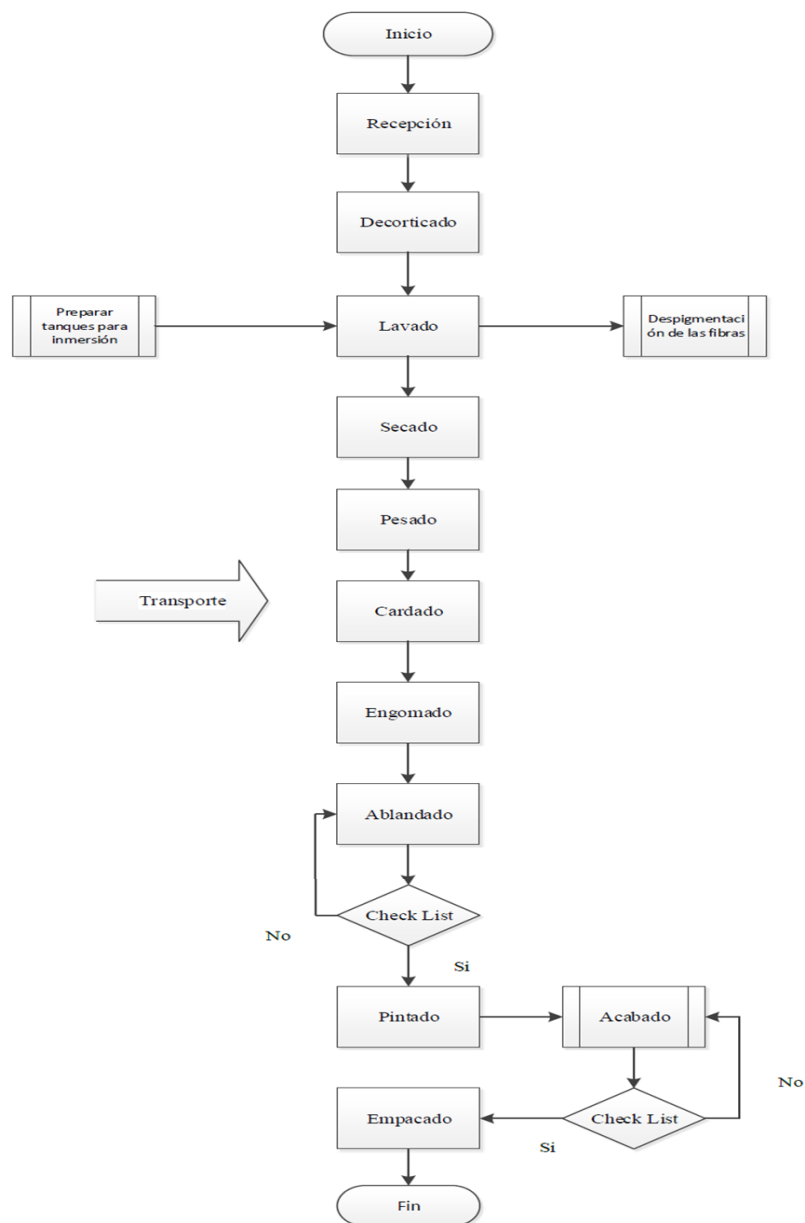
**Tabla 39**

*Distribución de estaciones en planta.*

Estaciones	Descripción Actividades
1	Decortinado de hojas
2	Lavado de fibras
3	Secado de fibras
4	Pesado
5	Cardado
6	Engomado
7	Ablandado
8	Pintado
9	Acabado
10	Empacado y Corte

**Fuente:** Investigación de Campo, 2017  
**Elaborado por:** Jessica Montenegro

### 4.03.03 Proceso Productivo.



**Figura 33:** Flujograma

**Fuente:** Investigación de Campo, 2017

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

**Tabla 40**

*Proceso productivo*

Descripción Actividades	Op.	Trns.	Ctr.	Esp.	Alm.	Tiempo (min)
Recepción de materia prima	○	→	□	⊐	▽	60
Traslado a zona de preparación	○	→	□	⊐	▽	20
Decortinado de hojas	●	→	□	⊐	▽	60
Lavado de fibras	○	→	■	⊐	▽	60
Secado de fibras	○	→	□	⊐	▽	120
Pesado	●	→	□	⊐	▽	20
Transporte	○	→	□	⊐	▽	20
Cardado fibras	●	→	□	⊐	▽	60
Engomado	●	→	□	⊐	▽	40
Ablandado	○	→	■	⊐	▽	40
Verificación	○	→	■	⊐	▽	20
Pintado	○	→	■	⊐	▽	40
Acabado	○	→	□	⊐	▽	90
Verificación	○	→	■	⊐	▽	20
Empacado y Corte	●	→	□	⊐	▽	30
Almacenamiento	○	→	□	⊐	▽	30
<b>Total</b>						<b>730</b>

*Fuente:* Estudio Técnico, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

En donde

- Operaciones
- Transporte
- Control
- ⊐ Espera
- ▽ Almacenamiento

#### 4.03.04 Maquinaria.

Dentro del presente proyecto se utiliza maquinaria industrial que ayuda a facilitar el proceso de fabricación. Las maquinas principales son:

- Decortidora la cual ayuda a separar las fibras del resto de componentes.

- Secadora de fibras
- Cardadora la que se encarga de compactar las fibras.
- Selladora semi-industrial la cual se encarga de ablandar el cuero vegetal

**Tabla 41**

*Maquinaria y herramientas*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Máquina decortadora semi-automático GM-600	1	3.380,00	3.380,00
Máquina de cardado de fibras semi-automática	1	3.500,00	3.500,00
Máquina de secado rápido y esterilización	1	3.000,00	3.000,00
Balanza Electrónica Industrial	1	140,00	140,00
Montacargas pequeño manual eléctrico de 3000kg	1	2.000,00	2.000,00
Línea automática de transporte	1	1.900,00	1.900,00
Selladora semi-industrial	1	2.000,00	2.000,00
<b>Total</b>			<b>15.920,00</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

#### 4.03.05 Equipos.

Al ser una empresa productora de cuero vegetal no se consideró necesario contar con un equipo especializado pues lo principal son las maquinarias.

**Tabla 42**

*Equipo de cómputo*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Laptop DELL Intel Core I5 7ma Generación	1	649,00	649,00
Impresora Canon Pixmax Mx 492 Multifuncional Wifi Color	1	135,00	135,00
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>784,00</b>	<b>784,00</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

## CAPÍTULO V.

### ESTUDIO FINANCIERO

Proceso en el desarrollo de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar el rendimiento esperado.

Antes de poner en marcha una empresa es importante conocer la rentabilidad del mismo, esto se identifica mediante el análisis económico, que resume la información procesada en los estudios anteriores y determina cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto. (Thompson Valdivieso, 2016, pág. 26)

#### 5.01 Ingresos Operacionales Y No Operacionales

Dentro de una empresa llegan a existir dos tipos de ingresos: operacionales y no operacionales.

### 5.01.01 Ingresos Operacionales

“Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa.” (Gerencie, 2012)

Dentro de la empresa se puede observar los ingresos operacionales de forma mensual y al cabo de un año de operación, como se muestran a continuación.

**Tabla 43**

*Ingresos Operacionales*

INGRESOS DEL PROYECTO	
Cuero Vegetal por Rollo	
Costo de producción	\$ 168,07
Utilidad	\$ 331,93
PVP	\$ 500,00
Cantidad	\$ 67,86
Ingreso mensual	\$ 2.827,50
Ingreso anual	\$ 33.930,00

**Fuente:** Estudio Financiero, 2017

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

Para constatar los ingresos que generara la empresa después de su primer año de operación se proyectan los valores para los siguientes 4 años, visibles en la Tabla 44.

**Tabla 44**

*Ingresos proyectados a 5 años*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 33.930,00	\$ 36.898,88	\$ 40.127,53	\$ 43.638,69	\$ 47.457,07

**Fuente:** Estudio Financiero, 2017

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

### **5.01.02 Ingresos No Operacionales**

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

Una forma de identificar cuando un ingreso es no operacional, es primero determinando cual es la actividad económica principal de la empresa. Esto se consigue consultando en la Escritura pública o el Registro mercantil. Allí están enumeradas las actividades que la empresa desarrolla y que comúnmente se conoce como objeto social. (GestioPolis, 2000)

Dentro del presente proyecto no llegan a existir ingresos no operacionales, puesto que la empresa recién empieza su actividad productiva.

## **5.02 Costos**

El costo es el valor monetario o económico, considerado como un desembolso en efectivo, que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

### **5.02.01 Costo Directo.**

El costo directo hace referencia al costo que se asocia directamente con el producto a elaborar, estos son la mano de obra, la materia prima directa, y la cantidad que es necesaria.

Dentro del proyecto la materia prima son las hojas de penco, ya que son la base del producto.

**Tabla 45**

*Costo materia prima*

COSTO MATERIA PRIMA UNDS.					
<b>Rollo 40 m. Cada uno</b>	<b>15</b>				
Materiales	\$ Unidad	Hojas x Mes	Costo Mensual	Costo Unid. Producida	Costo Anual
Hoja de Penco	0,10	9750	975,00	65,00	11.700,00
			<b>Total</b>	<b>\$ 65,00</b>	<b>\$ 11.700,00</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

Con respecto a la mano de obra, para el proceso de producción se cuenta solo con dos operarios, que son las personas que supervisan el correcto funcionamiento y proceso de la maquinaria.

**Tabla 46**

*Mano de obra*

MANO DE OBRA						
Concepto	Sueldo Anual	Mes	Semanal	Día	Hora	Minutos x Producto
Personal operativo	11.950,50	995,88	229,82	33,20	4,15	0,69

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

De forma general a través de la Tabla 47 se muestra los costos directos dentro del proceso productivo del cuero vegetal.

**Tabla 47**

*Costos directos*

Descripción	Tamaño	MP	MO	CIF	CP Mes	CP Anual
Rollo de Cuero	40 mts.	15,00	995,88	200,00	1.210,88	14.530,50
<b>Total</b>		<b>15,00</b>	<b>\$ 995,88</b>	<b>\$ 200,00</b>	<b>\$ 1.210,88</b>	<b>\$ 14.530,50</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### 5.02.02 Costos Indirectos.

Los costos indirectos son aquellos gastos comunes, que no se atribuyen directamente al producto, ni departamento en particular, estos son los costos por servicios básicos como agua, luz y teléfono.

**Tabla 48**

*Costos indirectos*

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Descripción	Día	Semanal	Mes	Anual	CI Unitario
Arriendo	6,67	46,15	200,00	2.400,00	13,33
Luz	8,24	57,69	250,00	3.000,00	200,00
Agua	3,30	23,08	100,00	1.200,00	80,00
<b>Costos Indirectos Unitarios</b>					<b>293,33</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### 5.02.03 Gastos Administrativos.

La noción de gastos de administrativos hace referencia al dinero desembolsado por una empresa u organización en el desarrollo de sus actividades directamente relacionadas con la administración general del negocio, estos son los salarios del personal administrativo, el alquiler del local, la compra de suministros y otros.

Al ser una empresa que inicia sus actividades solo cuenta con una persona para la administración y dirección del negocio.

**Tabla 49**

*Rol administrativo*

	Sueldo Mensual	Aporte Patrón	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Valor Mensual	Valor Anual
Administrador	400,00	50,00	33,33	33,33	33,33	550,00	6.600,00
<b>Total Sueldo</b>	<b>\$ 400,00</b>	<b>\$ 50,00</b>	<b>\$ 33,33</b>	<b>\$ 33,33</b>	<b>\$ 33,33</b>	<b>\$ 550,00</b>	<b>\$ 6.600,00</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

En los gastos administrativos se puede apreciar los siguientes valores, mostrados de forma mensual y anual que la empresa tendrá dentro de sus operaciones.

**Tabla 50**

*Gastos administrativos*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Sueldo Personal Administración	1	-	550,00	6.600,00
Suministros de Oficina	1	10,00	10,00	120,00
Arriendos	1	200,00	200,00	2.400,00
Suministros de Limpieza	1	5,00	5,00	60,00
Agua Potable	1	10,00	10,00	120,00
Luz Eléctrica	1	40,00	40,00	480,00
Teléfono	1	20,00	20,00	240,00
Internet	1	25,00	25,00	300,00
Mantenimiento	1	40,00	40,00	480,00
<b>Total</b>			<b>\$ 900,00</b>	<b>\$ 10.800,00</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

Al realizar la proyección de los gastos administrativos dentro de los próximos 5 años, se obtiene los siguientes valores mostrados en la Tabla 51.

**Tabla 51**

*Gastos administrativos proyectados*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos	10.800,00	11.159,64	11.531,26	11.915,25	12.312,02
<b>Total</b>	<b>\$ 10.800,00</b>	<b>\$ 11.159,64</b>	<b>\$ 11.531,26</b>	<b>\$ 11.915,25</b>	<b>\$ 12.312,02</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

#### **5.02.04 Costo de Venta.**

Son aquellos valores relacionados directamente a la venta del producto elaborado, como la promoción del producto mediante artículos promocionales y el costo de transportar el producto hacia los clientes, es decir todos los gastos generales que incurren en la venta del cuero vegetal.

Segundo las NIC – Normas Internacionales de Contabilidad, los Gastos de Venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos. Se incluyen los gastos legales necesarios para transferir la propiedad del activo y las comisiones de venta. (Enciclopedia Temática, 2016).

Dentro de los costos de ventas que tiene la empresa se encuentran los gastos de publicidad mediante página web, llaveros como artículos promocionales y tarjetas de presentación.

**Tabla 52**

*Costos de ventas*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Artículos Promocionales Llaveros	500	0,50	250,00	250,00
Tarjetas de presentación 500 unid.	1	36,00	36,00	36,00
Rotulo	1	250,00	250,00	250,00
Página web	1	300,00	300,00	300,00
<b>Total</b>			<b>\$ 836,00</b>	<b>\$ 836,00</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

A continuación de determinar el valor mensual y el valor al cabo de un año de operación del negocio se realiza la proyección de los costos de ventas para los 5 años.

**Tabla 53**

*Costo de venta proyectado*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Ventas	836,00	863,84	892,60	922,33	953,04
<b>Total</b>	<b>\$ 836,00</b>	<b>\$ 863,84</b>	<b>\$ 892,60</b>	<b>\$ 922,33</b>	<b>\$ 953,04</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### 5.02.05 Costos Financieros.

Estos se relacionan con la obtención de fondos para la operación de la empresa, incluyendo el costo de los intereses que la compañía debe pagar por el préstamo realizado.

Costo por poseer una inversión, como por ejemplo el interés por el monto de dinero prestado para financiar las inversiones o compras de la mercadería a utilizarse, el costo

financiero también incluye el costo de almacenamiento y el seguro. (Investor Guide, 2016, pág. 65).

El costo financiero que posee la empresa es referente al préstamo para la adquisición de la maquinaria y equipo, la tasa de interés aplicada por el Banco Pichicha al momento de realizar el préstamo es del 11,23 % a 2 años plazo.

**Tabla 54**

*Costo financiero*

Concepto	Valor
Financiamiento	15.920,00
Tasa de interés anual	11,23 %
Total Año 1	696,80
Total Año 2	251,01
<b>Total</b>	<b>\$ 947,81</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

## 5.02.06 Costos Fijos y Variables

### 5.02.06.01 Costos Fijos.

Los costos fijos son aquellos valores cuyo montón total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción, estos valores varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, estarán presentes durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción.

Es un valor en que la empresa debe incurrir obligatoriamente, aun cuando la empresa opere a media marcha, o no lo haga, razón por la que son tan importantes en la estructura financiera de cualquier empresa. (Gerencie, 2010)

Dentro del presente proyecto como costos fijos se tiene a los gastos administrativos, costos de ventas y costo financiero.

**Tabla 55**  
*Costos fijos*

Descripción	Valor
Gasto Administrativo	10.800,00
Costo de Ventas	836,00
Costo Financiero	696,80
<b>Total</b>	<b>\$ 12.332,80</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

#### 5.02.06.02 Costos Variables.

Los costos variables se refieren a los gastos que van variando en proporción a la actividad o al nivel de producción que mantiene una empresa.

Todo aquel costo que aumenta o disminuye según aumente o disminuya la producción, se conoce como costo variable. (Gerencie, 2011).

Los costos variables dentro de la empresa están dados por la producción que se puede elaborar, es decir depende de la materia prima directa a utilizarse y por los costos indirectos de fabricación en base a la cantidad de producción, al cabo de un año se fabrica 180 rollos de 40 m. de cuero vegetal.

**Tabla 56**

*Costo variable*

Descripción	Tamaño	MP	MO	CIF	CP Mes	CP Anual
Rollo de Cuero	40 mts.	15,00	995,88	200,00	1.210,88	14.530,50
<b>Total</b>		<b>15,00</b>	<b>995,88</b>	<b>200,00</b>	<b>\$ 1.210,88</b>	<b>\$ 14.530,50</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### 5.03 Inversiones

Al decidir comenzar a invertir dentro de un negocio, se lo realiza con el fin principal de obtener una ganancia a futuro o una suma extra de lo que se invirtió al inicio del negocio.

Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias. (Definición ABC, 2016).

**Tabla 57**

*Cuadro de inversiones*

<b>INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Uso de Fondos</b>	<b>Recursos Propios</b>	<b>Recursos Financiados</b>
Vehículo	17.500,00	17.500,00	-
Maquinaria y Equipo	15.920,00	-	15.920,00
Muebles y Enceres	1.103,97	1.103,97	-
Equipo de Computación	784,00	784,00	-
Equipo de Oficina	35,00	35,00	-
<b>Total de Activos Fijos</b>	<b>35.342,97</b>	<b>19.422,97</b>	<b>15.920,00</b>
<b>INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
Gasto de Constitución	200,00	200,00	-
Estudio de Factibilidad	300,00	300,00	-
<b>Total de Activos Diferidos</b>	<b>500,00</b>	<b>500,00</b>	<b>0,00</b>
<b>INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Materia Prima	8.103,16	8.103,16	-
Mano de Obra	2.987,63	2.987,63	-
Arriendos	600,00	600,00	-
Servicios Básicos	300,00	300,00	-
Mantenimiento	120,00	120,00	-
Gasto Administrativo	1.815,00	1.815,00	-
Gasto Ventas	836,00	836,00	-
Gastos Financiero	214,64	214,64	-
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>14.976,43</b>	<b>14.976,43</b>	<b>0,00</b>
<b>Total de Inversión</b>	<b>\$ 50.819,40</b>	<b>\$ 34.899,40</b>	<b>\$ 15.920,00</b>
<b>Participación</b>	<b>100%</b>	<b>69%</b>	<b>31%</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

La inversión del presente proyecto asciende a los \$ 50.819,40 dólares, el 69% de la inversión equivalente a \$ 34.899,40 corresponde a los recursos propios y el 31% equivalente \$ 15.920 dólares como recursos financiador a través de una entidad

financiera que son destinados específicamente para la adquisición de la maquinaria y equipo.

### 5.03.01 Inversión Fija.

La estimación de la inversión fija se basa en cotizaciones y proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto. Forma parte de la infraestructura operativa del negocio, es decir la base para iniciar la producción para el mercado seleccionado.

Se considera como inversión a todas las compras o adquisiciones que forman parte de la propiedad de la empresa a constituirse en el proyecto.

#### 5.03.01.01 Activos Fijos.

Los activos fijos son un conjunto de bienes los cuales se adquieren al momento de la implementación de la empresa como parte del patrimonio de la misma, a través de los años estos se deprecian por el uso o desgaste.

**Tabla 58**

*Activos fijos*

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	
Concepto	Valor
Vehículo	17.500,00
Maquinaria y Equipo	15.920,00
Muebles y Enceres	1.103,97
Equipo de Computación	784,00
Equipo de Oficina	35,00
<b>Total de Activos Fijos</b>	<b>\$ 35.342,97</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### 5.03.01.02 Activos Nominales (diferidos).

Los activos nominales o diferidos son aquellos bienes intangibles pero son indispensables en el momento de comenzar un negocio, entre estos tenemos todo lo necesario para que inicie el negocio como: permisos de funcionamientos, permiso de bomberos, SRI, es decir todos los gastos de constitución de la empresa y el valor del estudio financiero.

**Tabla 59**

*Activos diferidos*

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS	
Concepto	Valor
Gasto de Constitución	200,00
Estudio de Factibilidad	300,00
<b>Total de Activos Diferidos</b>	<b>\$ 500,00</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### 5.03.02 Capital de Trabajo.

EL capital de trabajo se considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder entrar en operación, como son materia prima, mano de obra, valores de arriendos y servicios básicos, gastos financieros, administrativos y de ventas, los cuales deben estar disponibles a corto plazo es decir 3 meses, para cubrir las necesidad que posea la empresa.

**Tabla 60**

*Capital de Trabajo*

INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO				
Descripción	1 Mes	2 Mes	3 Mes	TOTAL
Materia Prima	2.701,05	2.701,05	2.701,05	8.103,16
Mano de Obra	995,88	995,88	995,88	2.987,63
Arriendos	200,00	200,00	200,00	600,00
Servicios Básicos	100,00	100,00	100,00	300,00
Mantenimiento	40,00	40,00	40,00	120,00
Gasto Administrativo	605,00	605,00	605,00	1.815,00
Gasto Ventas	836,00	-	-	836,00
Gasto Financiero	74,49	71,55	68,60	214,64
<b>Total</b>	<b>5.477,93</b>	<b>4.641,93</b>	<b>4.641,93</b>	<b>14.976,43</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### 5.03.03 Fuentes de Financiamiento y Usos de Fondos.

Para las fuentes de financiamiento y usos de fondos es necesario analizar y elegir lo más adecuado para la empresa definiendo entre que va a ir a la inversión a largo plazo y que valores a corto plazo y consecuentemente, el capital de trabajo necesario para la empresa.

En dependencia de las características de la empresa, deben definirse la combinación más adecuada entre financiación a largo plazo y a corto plazo. En la medida en que los activos circulantes experimenten variaciones, el financiamiento de la empresa también lo hará, afectándose la posición de riesgo y de capital de trabajo de la empresa. (Córdova Sotomayor, 2015, pág. 78)

Durante el estudio y análisis del el presente proyecto se determinó que del total de la inversión requerida, los recursos propios será 69% y el 31% será financiado por medio de una institución financiera.

**Tabla 61**

*Cuadro de inversiones*

<b>CUADRO DE INVERSIONES</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Uso de Fondos</b>	<b>Recursos Propios</b>	<b>Recursos Financiados</b>
<i>Inversiones en Activos Fijos</i>			
Vehículo	17.500,00	17.500,00	-
Maquinaria y Equipo	15.920,00	-	15.920,00
Muebles y Enceres	1.103,97	1.103,97	-
Equipo de Computación	784,00	784,00	-
Equipo de Oficina	35,00	35,00	-
<b>Total de Activos Fijos</b>	<b>35.342,97</b>	<b>19.422,97</b>	<b>15.920,00</b>
<i>Activos Diferidos</i>			
Gasto de Constitución	200,00	200,00	-
Estudio de Factibilidad	300,00	300,00	-
<b>Total de Activos Diferidos</b>	<b>500,00</b>	<b>500,00</b>	<b>0,00</b>
<i>Capital de trabajo</i>			
Materia Prima	8.103,16	8.103,16	-
Mano de Obra	2.987,63	2.987,63	-
Arriendos	600,00	600,00	-
Servicios Básicos	300,00	300,00	-
Mantenimiento	120,00	120,00	-
Gasto Administrativo	1.815,00	1.815,00	-
Gasto Ventas	836,00	836,00	-
Gastos Financiero	214,64	214,64	-
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>14.976,43</b>	<b>14.976,43</b>	<b>0,00</b>
<b>Total de Inversión</b>	<b>\$ 50.819,40</b>	<b>\$ 34.899,40</b>	<b>\$ 15.920,00</b>
<b>Participación</b>	<b>100%</b>	<b>69%</b>	<b>31%</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro


#### **5.03.04 Amortización de Financiamiento.**

“La amortización es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Adicionalmente se utiliza como sinónimo de depreciación en cualquiera de sus métodos” (Ieconomy, 2010)

El financiamiento como se mencionó previamente se lo realizara a través del Banco del Pichincha el cual nos concede el préstamo de \$ 15.920, a una tasa de interés anual del 11.23%, y con un plazo de 24 meses.

**Tabla 62**

*Tabla de amortización*

BANCO PICHINCHA					
Capital	\$ 15.920		 <b>BANCO PICHINCHA</b> <small>En confianza.</small>		
Tasa de Interés anual	11,23 %				
Pago mensual	24 meses				
Plazo	2 años				
Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	15.920,00	0,00	0,00	0,00	15.920,00
1	15.920,00	74,49	702,83	628,33	15.291,67
2	15.291,67	71,55	702,83	631,27	14.660,39
3	14.660,39	68,60	702,83	634,23	14.026,17
4	14.026,17	65,63	702,83	637,19	13.388,97
5	13.388,97	62,65	702,83	640,18	12.748,80
6	12.748,80	59,65	702,83	643,17	12.105,62
7	12.105,62	56,64	702,83	646,18	11.459,44
8	11.459,44	53,62	702,83	649,20	10.810,24
9	10.810,24	50,58	702,83	652,24	10.157,99
10	10.157,99	47,53	702,83	655,29	9.502,70
11	9.502,70	44,46	702,83	658,36	8.844,34
12	8.844,34	41,38	702,83	661,44	8.182,90
13	8.182,90	38,29	702,83	664,54	7.518,36
14	7.518,36	35,18	702,83	667,65	6.850,72
15	6.850,72	32,06	702,83	670,77	6.179,95
16	6.179,95	28,92	702,83	673,91	5.506,04
17	5.506,04	25,76	702,83	677,06	4.828,97
18	4.828,97	22,60	702,83	680,23	4.148,74
19	4.148,74	19,41	702,83	683,41	3.465,33
20	3.465,33	16,21	702,83	686,61	2.778,72
21	2.778,72	13,00	702,83	689,82	2.088,90
22	2.088,90	9,77	702,83	693,05	1.395,85
23	1.395,85	6,53	702,83	696,29	699,55
24	699,55	3,27	702,83	699,55	<b>0,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero, 2017

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

### 5.03.05 Depreciaciones.

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal y al completar su vida útil llega a ser inutilizable. (Gerencie, 2012)

**Tabla 63**

*Tabla de Depreciaciones*

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	17.500,00	5	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00
Maquinaria y Herramienta	15.920,00	10	1.592,00	1.592,00	1.592,00	1.592,00	1.592,00
Muebles y Enseres	1.103,97	10	110,40	110,40	110,40	110,40	110,40
Equipos de Oficina	35,00	10	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
Equipos de Computación	784,00	3	261,33	261,33	261,33	261,33	261,33
<b>Total</b>	<b>35.342,97</b>		<b>5.467,23</b>	<b>5.467,23</b>	<b>5.467,23</b>	<b>5.467,23</b>	<b>5.467,23</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

Como se observa en la Tabla 63, se depreció cada uno de los activos fijos para la vida útil que posee cada uno, tomando en consideración que el equipo de cómputo su vida útil es de 3 años, por lo que es necesario adquirir un nuevo equipo.

### 5.03.06 Estado de Situación Inicial.

Es un documento contable que refleja la situación económica de una determinada empresa, ya sea de una organización pública o privada, al momento de comenzar sus actividades, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma.

Un estado de situación inicial se formula de acuerdo con un formato y un criterio estándar para que la información básica de la empresa pueda obtenerse uniformemente como, por ejemplo: posición financiera, capacidad de lucro y fuentes de fondeo. (Easy Accontable, 2016)

**Tabla 64**

*Estado de situación inicial*

<b>EMPRESA PROCESADORA Y DISTRIBUIDOR DE CUERO</b>		
<b>Estado de Situación Financiero Inicial</b>		
<b>Activos</b>		
<b>Activo Corriente</b>		<b>14.976,43</b>
Bancos	14.976,43	
<b>Activo no Corriente</b>		<b>35.842,97</b>
Maquinaria y Equipo	15.920,00	
Vehículo	17.500,00	
Muebles y Enceres	1.103,97	
Equipo de Computación	784,00	
Equipo de Oficina	35,00	
Gasto de Constitución	200,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	
<b>Total activos</b>		<b>50.819,40</b>
<b>Pasivos no Corrientes</b>		
<b>Pasivos no Corrientes</b>		<b>15.920,00</b>
Préstamo Bancario por pagar	15.920,00	
<b>Patrimonio</b>		
<b>Patrimonio</b>		<b>34.899,40</b>
Capital	34.899,40	
<b>Total Pasivo más Patrimonio</b>		<b>50.819,40</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

### **5.03.07 Estado de Resultados Proyectado.**

Es un informe financiero de la empresa el cual refleja los ingresos y gastos que se efectuaron y al final de un periodo determinado muestra si se obtuvo utilidad o pérdida.

Este estado financiero te brinda una visión panorámica de cuál ha sido el comportamiento de la empresa, si ha generado utilidades o no. En términos sencillos es un reporte es muy útil para ti como empresario ya que te ayuda a saber si tu compañía está vendiendo, qué cantidad está vendiendo, cómo se están administrando los gastos y al saber esto, podrás saber con certeza si estás generando utilidades. (Crece Negocios, 2014)

El estado de resultado obtenido al final del primer periodo de haber iniciado sus operaciones la empresa, se lo proyecta para los siguientes años para así analizar si el presente proyecto será factible.

**Tabla 65**

*Estado de resultados proyectado a 5 años*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VENTAS</b>	33.930,00	36.898,88	40.127,53	43.638,69	47.457,07
(-) Costo de Ventas	14.530,50	14.688,88	14.848,99	15.010,85	15.174,46
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>19.399,50</b>	<b>22.209,99</b>	<b>25.278,54</b>	<b>28.627,84</b>	<b>32.282,61</b>
(-) Gastos Operacionales	-	-	-	-	-
Gastos Administrativos	10.800,00	11.159,64	11.531,26	11.915,25	12.312,02
Gastos de Ventas	836,00	863,84	892,60	922,33	953,04
Gastos Financieras	696,80	251,01	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>7.066,70</b>	<b>9.935,50</b>	<b>12.854,67</b>	<b>15.790,26</b>	<b>19.017,54</b>
(+) 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>(=) Utilidad A.P.E.I.</b>	<b>7.066,70</b>	<b>9.935,50</b>	<b>12.854,67</b>	<b>15.790,26</b>	<b>19.017,54</b>
(-) 15 % Participación Laboral	1.060,00	1.490,33	1.928,20	2.368,54	2.852,63
<b>(=) Utilidad Antes de I.R.</b>	<b>6.006,69</b>	<b>8.445,18</b>	<b>10.926,47</b>	<b>13.421,72</b>	<b>16.164,91</b>
(-) Impuesto a la Renta PNOC	0,00	0,00	0,00	0,00	243,75
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>6.006,69</b>	<b>8.445,18</b>	<b>10.926,47</b>	<b>13.421,72</b>	<b>15.921,16</b>
(+) Depreciaciones	5.467,23	5.467,23	5.467,23	5.467,23	5.467,23
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Excedente Operacional</b>	<b>11.473,92</b>	<b>13.912,41</b>	<b>16.393,70</b>	<b>18.888,96</b>	<b>21.388,39</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

En base a los resultados obtenidos se observa que la empresa en todos los años genera utilidad lo que es beneficioso para la empresa, por otra al estar constituidos como personal natural y no superar la fracción básica no se paga el impuesto a la renta.

### 5.03.08 Flujo de Caja.

El flujo de caja o flujo de efectivo es un estado que muestra cual es la liquides que posee la empresa en un determinado periodo.

El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. La diferencia entre los ingresos y los egresos se conoce como saldo o flujo neto, por lo tanto, constituye un importante indicador de la liquidez de la empresa. Si el saldo es positivo significa que los ingresos del período fueron mayores a los egresos; si es negativo significa que los egresos fueron mayores a los ingresos. . (BUIREU, 2012, pág. 78)

**Tabla 66**

*Flujo neto de efectivo proyectado a 5 años*

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
- Inversión Total	-50.819,40			-784,00		8.790,82
- Excedente Operacional		11.473,92	13.912,41	16.393,70	18.888,96	21.388,39
<b>Flujos de Efectivo</b>	<b>-50.819,40</b>	<b>11.473,92</b>	<b>13.912,41</b>	<b>15.609,70</b>	<b>18.888,96</b>	<b>30.179,21</b>

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

## 5.04 Evaluación

### 5.04.01 Tasa de Descuento.

La tasa mínima atractiva de retorno es aquella a la cual siempre se puede invertir porque tiene un alto número de oportunidades que generan ese retorno, siempre que se comprometa una cantidad de dinero en una propuesta de inversión, se va de las manos una oportunidad de invertir ese dinero a la TMAR, por eso se considera un costo de oportunidad.

“La tasa de descuento es un factor financiero que se utiliza, en general, para determinar el valor del dinero en el tiempo y, en particular, para: calcular el valor actual de un capital futuro.” (Morales, 2013).

El cálculo de la tasa de descuento, se lo calculara en base a la inflación (i) de 1.09% y el costo de oportunidad (f) de 8.95%.

### Calculo de TMAR

$$TMAR = i + f + (i * f)$$

$$TMAR = 0.0109 + 0.0895 + (0.0109 * 0.0895)$$

$$TMAR = 0.1014$$

$$TMAR = 10,14 \%$$

#### 5.04.02 Valor Actual Neto - VAN.

El valor actual neto es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable, caso contrario al ser negativo el proyecto se considera no viable.

Es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. (Enciclopedia Temática, 2016).

### Calculo del VAN

$$VAN = inversión\ inicial + \sum_{i=1}^n FE (1 + i)^{-n}$$

$$VAN = -P + \frac{FN_1}{(1+i)^1} + \frac{FN_2}{(1+i)^2} + \frac{FN_3}{(1+i)^3} + \frac{FN_4}{(1+i)^4} + \frac{FN_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -50.819,40 + \frac{11.473,92}{1.10137555} + \frac{13.912,41}{1.213028102} + \frac{15.609,70}{1.335999493} + \frac{18.888,96}{1.471437177} + \frac{30.179,21}{1.62060493}$$

$$VAN = -50.819,40 + 10.417,81 + 11.469,16 + 11683,91 + 12.837,08 + 18.622,19$$

$$VAN = -50.819,40 + 65.030,15$$

$$VAN = 14.210,75$$

Una vez realizado el cálculo del VAN y obtener una cifra positiva, se puede decir que el proyecto es viable.

#### 5.04.03 Tasa Interna de Retorno - TIR.

La tasa interna de retorno es aquella tasa de interés dentro de un proyecto de inversión la cual permite que el valor actual neto de un flujo de efectivo sea igual a la inversión.

“La TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el valor actual neto sea menor que la inversión (VAN menor que 0)”. (Campos, 2014).

Dentro de un proyecto de inversión si la TIR es mayor que cero dicho proyecto se considera rentable, si dicho valor es menor no será rentable, por lo general se tomó el concepto de que la TIR debe ser el doble de la TMAR para ser rentable.

### Calculo de la TIR

Inversión	
Año 0	-50.819,40
Año 1	11.473,92
Año 2	13.912,41
Año 3	15.609,70
Año 4	18.888,96
Año 5	30.179,21
<b>TIR</b>	<b>18,98%</b>

Analizando el indicador de evaluación financiera logramos determinar que el proyecto es factible debido a que la TIR es de 18.98% superior que la TMAR que es de 10.14 % concluyendo que desde el primer año se obtendrán ganancias y la inversión si se podrá recuperar.

#### 5.04.04 Periodo de Recuperación de la Inversión - PRI.

El PRI nos permite conocer el tiempo en años, meses y días en el que se recuperara la inversión inicial.

**Tabla 67**

*Periodo de recuperación a valores constantes*

Periodo	FNE	Acumulado	Ingresos	Inversión a Recuperar	
0	-50.819,40	-50.819,40	AÑO 3	18.888,96	-9.823,37
1	11.473,92	-39.345,48	1 mes	1.574,08	-8.249,29
2	13.912,41	-25.433,07	2 mes	1.574,08	-6.675,21
<b>3</b>	<b>15.609,70</b>	<b>-9.823,37</b>	3 mes	1.574,08	-5.101,13
4	18.888,96	9.065,59	4 mes	1.574,08	-3.527,05
5	30.179,21	39.244,80	5 mes	1.574,08	-1.952,97
			6 mes	1.574,08	-378,89
			<b>7 mes</b>	<b>1.574,08</b>	<b>1.195,19</b>
			8 mes	1.574,08	2.769,27
			9 mes	1.574,08	4.343,35
			10 mes	1.574,08	5.917,43
			11 mes	1.574,08	7.491,51
			12 mes	1.574,08	9.065,59

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

**Tabla 68**

*Periodo de recuperación a valores actualizados*

Periodo	FNE	Acumulado	Inversión a		
			Ingresos	Recuperar	
			AÑO 4	18.622,19	-4.411,44
0	-50.819,40	-50.819,40	1 mes	1.551,85	-2.859,59
1	11.473,92	-39.345,48	2 mes	1.551,85	-1.307,74
2	13.912,41	-25.433,07	<b>3 mes</b>	<b>1.551,85</b>	<b>244,11</b>
3	15.609,70	-9.823,37	4 mes	1.551,85	1.795,96
<b>4</b>	<b>18.888,96</b>	<b>9.065,59</b>	5 mes	1.551,85	3.347,81
5	30.179,21	39.244,80	6 mes	1.551,85	4.899,66
			7 mes	1.551,85	6.451,50
			8 mes	1.551,85	8.003,35
			9 mes	1.551,85	9.555,20
			10 mes	1.551,85	11.107,05
			11 mes	1.551,85	12.658,90
			12 mes	1.551,85	14.210,75

*Fuente:* Estudio Financiero, 2017

*Elaborado por:* Jessica Montenegro

Según los datos obtenidos el periodo de recuperación del proyecto a valores constantes es de 3 años 7 meses, mientras que el periodo de recuperación a valores actuales es de 4 años y 3 meses.

#### 5.04.05 Relación Costo Beneficio – RCB.

Es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TMAR).

$$RCB = \frac{\sum \text{Flujos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$RCB = \frac{65.030,15}{50.819,40}$$

$$RCB = 1,28$$

Calculado la relación costo beneficio podemos determinar que por cada dólar invertido se tiene una utilidad de \$ 0.28 ctvs.

#### 5.04.06 Punto de Equilibrio.

Es aquel punto de actividad o volumen de ventas, en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida. (CreceNegocios, 2016).

Dentro del punto de equilibrio hay que tomar en cuenta tanto los costos fijos como los costos variables, puesto que deben ser cubiertos por la producción.

En el proyecto se mostrará el punto de equilibrio que existirá al fabricar los rollos de 40 m. de cuero vegetal a base de la fibra del penco.

#### Calculo del punto de equilibrio

$$P.E = \frac{CF}{p - Cvu}$$

En donde se tiene:

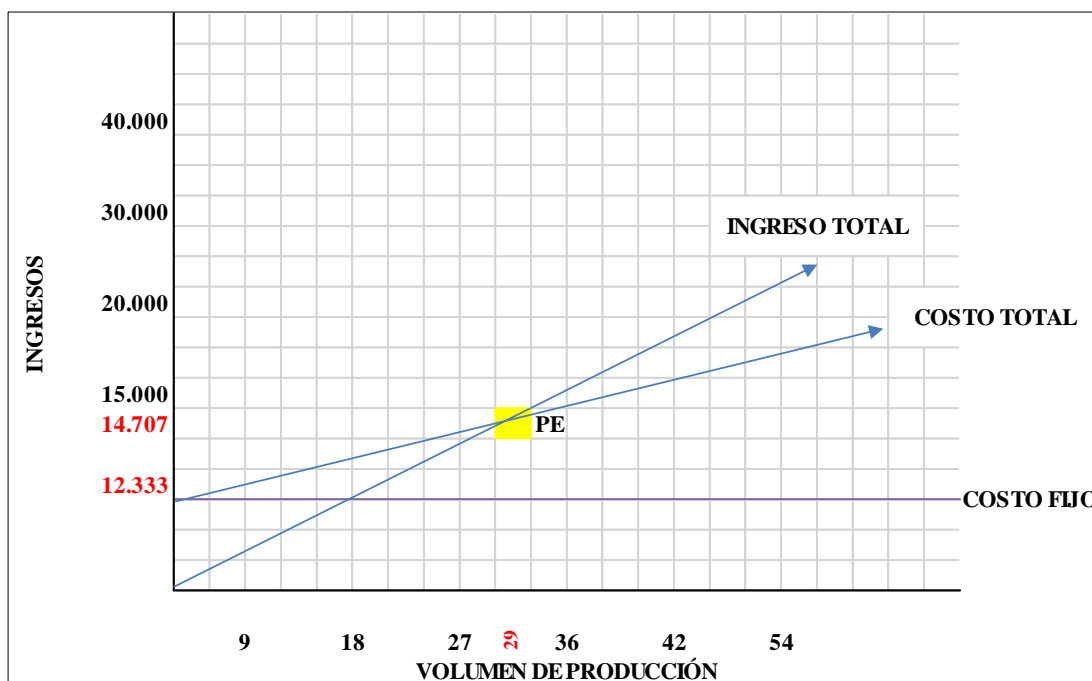
<b>Costos Fijos:</b>	
Gastos Administrativos	10.800,00
Gastos de Ventas	836,00
Gasto Financiero	696,80
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>12.332,80</b>
<b>Precio de Venta</b>	<b>500</b>
<b>Costo Variable Unitario</b>	<b>80,73</b>

$$P.E = \frac{12.332,80}{419,275}$$

$$P.E = 29 \text{ unidades}$$

$$P.E = 29 * 500$$

$$P.E = 14.707,30 \text{ Ventas}$$



**Figura 34:** Grafico Punto de Equilibrio

**Fuente:** Estudio Financiero, 2017

**Elaborado por:** Jessica Montenegro

En base a los datos obtenidos se puede determinar que para que exista un punto de equilibrio se debe vender 29 rollos de cuero vegetal, el momento en que se comience a vender más de esta cantidad se comienza a general utilidades.

#### 5.04.07 Análisis de Índices Financieros.

##### 5.04.07.01 Rentabilidad sobre patrimonio

La empresa genera una rentabilidad de 17.21% sobre el patrimonio lo que es beneficioso para la empresa, puesto que la utilidad que se genere ayuda a cubrir el patrimonio de la empresa.

### Rentabilidad sobre el patrimonio

$$\begin{aligned} \text{R.O.E} &= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} \\ \text{R.O.E} &= \frac{6.006,69}{34.899,40} \\ \text{R.O.E} &= 0,17 \\ \text{R.O.E} &= 17,21 \% \end{aligned}$$

#### 5.04.07.02 Rentabilidad sobre activos

La empresa genera un 11.82% sobre el activo total, mientras más alto sea el porcentaje mayor será el beneficio para la empresa.

### Rentabilidad sobre activos

$$\begin{aligned} \text{R.O.A} &= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}} \\ \text{R.O.A} &= \frac{6.006,69}{50.819,40} \\ \text{R.O.A} &= 0,12 \\ \text{R.O.A} &= 11,82 \% \end{aligned}$$

## CAPÍTULO VI.

### ANÁLISIS DE IMPACTOS

#### 6.01 Impacto Ambiental

La elaboración de cuero vegetal a base de la hoja del penco genera residuos orgánicos que llegan a resultar contaminantes para el medio ambiente si es que no se toma las medidas de precaución necesarias, por tal motivo la empresa debe tener en cuenta el tratamiento o reutilización de este tipo de desechos antes de ser arrojados en el suelo o arrojados agua.

En el proceso de decortinado de las fibras de penco se extrae sábila y componentes químicos altamente contaminantes, si no se los trata de forma especializada. Es por eso en el proceso de lavado de las fibras, para el agua utilizada es necesario tomar medidas específicas para la prevención del medio ambiente.

La sábila y los componentes líquidos recolectados de la maquina decorticadora, pueden ser aprovechados de otra manera, ya que pueden ser útiles si son tratados de forma adecuada puesto que con ellos se puede realizar detergente o medicamentos antiinflamatorios.

En el presente proyecto se considera como un impacto ambiental las emisiones atmosféricas realizadas por las máquinas y el ruido que estas producen, a la vez el consumo de energía eléctrica en todas las fases de la elaboración del producto.

Para contrarrestar estos impactos la empresa necesita tener implementado un procesamiento de agua para purificarla, a las maquinarias se les debe dar un mantenimiento y limpieza de forma periódica al igual que a la planta de producción.

## **6.02 Impacto Socio - Económico**

La Evaluación de los Impactos socioeconómicos debe considerar la demografía existente, el valor de los terrenos, la distribución de los ingresos, tarifas de impuestos y otra información relacionada a la estructura y función de las comunidades humanas afectadas por la acción propuesta. Los cambios de estas propiedades que resulten de la implementación de la acción a menudo pueden estimarse como costos o beneficios monetarios, resultando en ganancias o pérdidas netas de los caudales económicos.

(Dr. Rodríguez Cordova Roberto, 2015)

El impacto socio económico está ligado con el bienestar de la sociedad, por lo tanto, se puede determinar que el proyecto a realizarse tiene un impacto bastante satisfactorio, en lo que respecta a mejorar los ingresos familiares es bastante positivo puesto que las personas contratadas contarán con un sueldo fijo mensual, mejorar la calidad de vida de la misma manera es positivo porque el trabajo fijo genera en las personas un pensamiento positivo y eso hace que su autoestima funcione de mejor manera y mejores sus vidas.

La generación de fuentes de trabajo es uno de los puntos fuertes del proyecto, ya que uno de sus principales objetivos es generar fuentes de empleo y se aspira que la generación de las mismas se amplíe con el paso del tiempo.

### **6.03 Impacto Productivo**

Al ser una empresa que apoya al sector industrial el impacto productivo es bueno, además que actualmente el gobierno ecuatoriano está dando un gran apoyo ya que el objetivo es transformar a la matriz productiva del país, y al contar con los recursos necesarios, con mejor preparación de la personas y los avances tecnológicos se puede hacer factible este cambio.

En base al objetivo del proyecto de ayudar a que suceda un cambio productivo a nivel país, ofreciendo un bien nuevo y de cierta manera ecológica que no genere más desechos, al contrario que estos desechos sean utilizados para elaborar más productos.

Al sacar un cuero vegetal a base de fibra de penco se genera una opción más para las empresas o industrias que se dedican a la fabricación de artículos de cuero en Ecuador, abriendo nuevos mercados no solo locales sino internacionales beneficiando al país.

## CAPÍTULO VII.

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.01 Conclusiones

El presente estudio del proyecto se lo ha realizado con el objetivo de conocer la factibilidad de implementar una microempresa productora y comercializadora de cuero vegetal a base de las fibras de la hoja del penco, teniendo en cuenta todas las variables que influyen sobre él.

- Mediante el estudio financiero realizado al proyecto, analizando y tomando en cuenta todos los factores externos como internos dentro del negocio se determinó que el proyecto es viable, por lo que refleja ganancias al término de su primer periodo de operación.
- A través de la recolección de datos en diferentes empresas encuestadas se pudo determinar el porcentaje de aceptación que tendrá el proyecto es del 100% al ser un producto nuevo y novedoso tiene gran acogida, pero a la vez

implica ofrecer un producto de muy alta calidad, para competir con un mercado que esta ya posicionado.

- Por medio del estudio técnico se llegó a calcular y determinar cuáles eran las maquinas más adecuadas para el proceso productivo, y cuál era su capacidad de producción, verificando que cada proceso esté bien ejecutado para así fabricar cuero vegetal que se duradero y manejable para la elaboración de todo tipo de artículos.
- El estudio financiero fue de importancia para conocer la factibilidad y viabilidad del proyecto, puesto que mediante su evaluación financiera se determinó la rentabilidad, y establecer que la inversión se recuperara en el lapso de 3 años 3 meses lo cual significa algo favorable para el proyecto

## 7.02 Recomendaciones

- Es recomendable que al inicio de las actividades de la microempresa se lleve a cabo cada uno de los trámites para que la constitución este bajo normativas legales y cumpla con las mismas evitando de esta manera inconvenientes a futuro.
- Se recomienda tener en cuenta dos proveedores de cada uno de los servicios o productos requeridos para el desarrollo de actividades en el supuesto caso de que la primera opción de proveedor no se encuentre disponible.

- Para obtener mayor identificación de la microempresa y de los servicios que ofrece, se recomienda emplear técnicas de propaganda y venta que ayuden a garantizar no la cobertura total del mercado, pero si una mayoría considerable.
- Se recomienda apegarse al flujo de caja inicial para que las proyecciones sean las esperadas con el transcurso de los años, dicho aspecto garantizara la ganancia de valores por parte de la empresa, así mismo velara por el cumplimiento de objetivos dentro de la organización.
- La responsabilidad social atañe a todos y cada uno de los habitantes a nivel mundial, por ello y con el objetivo de no irrumpir en los derechos de ninguna persona se recomienda vigilar continuamente el impacto que presente el desarrollo de actividades de la microempresa, de presentar daño en alguno de los impactos más relevantes se deberá emplear técnicas y métodos que permitan corregir el daño a tiempo.

## BIBLIOGRAFÍA

(Catelotti, F. A. (03 de 07 de 2006). *Gestiopolis*. Obtenido de Tasas de Interes:

<https://www.gestiopolis.com/tasas-de-interes/>

Accion Democratica. (s.f.). *Accion Democratica*. Obtenido de Principios y Valores:

<http://americo.usal.es/oir/opal/Documentos/Venezuela/AD/PrincipiosAD.pdf>

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Mexico : Mc Graw Hill.

Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de

[https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)

*Banco Solidario*. (09 de Noviembre de 2016). Obtenido de banco Solidario:

<http://www.banco-solidario.com/>

Bolsa de Valores de Quito. (2012). *Bolsa de Valores de Quito*. Obtenido de

<http://www.bolsadequito.info/inicio/boletines-mensuales/renta-variable1/>

Borja , R. (2012). *Enciclopedia de la Política. Tomo II*. México: Fondo de Cultura

Económica - FCE. Obtenido de

<http://www.encyclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=&por=p&idind=1183&termino=>

BUIREU, J. (2012). *Prontuario Contable*. Lima: CISS.

Casares Hontañón, P., & Tezanos Vázquez, S. (2009). *Universidad de Cantabria*.

Obtenido de Open Course Ware: <http://ocw.unican.es/ciencias-sociales-y-juridicas/principios-de-economia/materiales/Principios-economia3.pdf>

Cenizo, R. d., & Stephens, D. (2014). *Fundamento Administrativo*. Londres:

Amazon.

Concepto.de. (2015). *Concepto.de*. Recuperado el 2016, de Concepto de Misión y

Visión: <http://concepto.de/mision-y-vision/>

Córdova Sotomayor, E. A. (18 de Diciembre de 2015). PYMES en el Ecuador. *El*

*Comercio*, pág. 12.

correa, c. t. (6 de diciembre de 2012). *Gestion Operativa de las Organizaciones*.

Obtenido de

<http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html>

*Crece Negocios*. (06 de Mayo de 2014). Obtenido de Crece Negocios:

<http://www.crecenegocios.com/el-estado-de-resultados/>

CreceNegocios. (13 de Noviembre de 2013). *CreceNegocios*. Obtenido de

CreceNegocios: <http://www.crecenegocios.com/>

CreceNegocios. (21 de Junio de 2014). *CreceNegocios*. Obtenido de Los objetivos

de una empresa: <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>

*CreceNegocios*. (2016). Obtenido de [http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-](http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/)

[equilibrio/](http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/)

DeConceptos. (2017). *DeConceptos.com*. Obtenido de Concepto de organigrama:

<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/organigrama>

Definición ABC. (2016). *Definición ABC*. Obtenido de

<http://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php>

Dr. Rodríguez Cordova Roberto. (05 de Febrero de 2015). *MONOGRAFIAS.COM*.

Obtenido de MONOGRAFIAS.COM: <http://www.monografias.com/trabajos-pdf5/ponencias-biotur-segundo-evento-27/ponencias-biotur-segundo-evento-27.shtml>

*Easy Accontable*. (21 de Febrero de 2016). Obtenido de Easy Accontable:

<http://www.ahcipa.com/NEWSite>

El Pensante. (23 de Abril de 2016). *El Pensante*. Obtenido de El análisis de

Información.: <https://educacion.elpensante.com/el-analisis-de-informacion/>

Enciclopedia Temática. (17 de 01 de 2016). *Knoow Net*. Obtenido de Knoow Net:

<http://knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/gastos-de-venta/>

Erosa. (2004). *Proyecto de inversion en ingenieria*. Mexico: Limusa.

Fondo Monetario Internacional. (2009). *Manual de Balanza de Pagos Y Posición de Inversión Internacionla*. Washinfon, D.C.

Fuentelsaz Gallego, C., Icart Isern, M. T., & Pulpón Segura, A. M. (2006).

*Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*.

Barcelona: Edicions Universitat Barcelona.

Gerencie. (13 de Junio de 2010). *Gerencie.com*. Recuperado el 2016, de

<http://www.gerencie.com/costos-fijos.html>

Gerencie. (13 de Junio de 2011). *Gerencie.com*. Recuperado el 2016, de

<http://www.gerencie.com/costo-variable.html>

Gerencie. (09 de Abril de 2012). *Gerencie.com* . Obtenido de

<http://www.gerencie.com/la-imagen-corporativa.html>

- GestioPolis, E. (02 de Noviembre de 2000). *GestioPolis.com*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/tasa-activa-y-tasa-pasiva-que-son/>
- Guevara Samaniego, J. (2015).
- Guevara Samaniego, M. F. (2014). *Captación de Clientela*. Santiago: Thomas.
- Guevara Samaniego, M. F. (2014). *Captación de Clientela*. Santiago: Thomas.
- Hernández Mangones, G. (2006). *Diccionario de Economía*. Medellín: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Herrscher, E. G. (2014). *Introducción a la Administración de Empresas*. Lima: Granica S.A.
- Hitt, M. A. (2006). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Humel Humel, C. A. (2012). *Bureau of Education*. Manhatang: Education A y B.
- Humel Humel, C. A. (2012). *Bureau of Education*. Manhatang : Education A y B.
- Ieconomy. (2010). *Innovation and human resources*. Obtenido de <http://www.oecd.org/sti/ieconomy/1960944.pdf>
- IMART. (s.f.). *IMART*. Obtenido de Manual de Identidad Corporativa: [http://www.imart.es/descargas/manual\\_IMART100308.pdf](http://www.imart.es/descargas/manual_IMART100308.pdf)
- Instituto PYMES. (01 de Agosto de 2016). *Herramientas PYMES*. Obtenido de Los competidores: <http://mexico.smetoolkit.org/>
- Investor Guide. (15 de 03 de 2016). *Investor Guide*. Obtenido de Investor Guide: <http://www.investorguide.com/definicion/costo-financiero.html>
- James Brian, J. V. (2015). *Procesos Estratégicos*. Canadá: Mintzberg.
- James, B., & Voger, J. (2015). *Procesos Estratégicos*. Canadá: Mintzberg.

- La Gran Enciclopedia de Economía. (2009). *Economia48*. Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/subempleo/subempleo.htm>
- Larraín B, F., & Sachs, J. (2006). *Macroeconomía en la economía global*. Buenos Aires: Pearson Educación.
- Lazzo, A. (2012). *Gestión Administrativa*. Obtenido de <http://gestionadministrativaconceptos.blogspot.com/p/importancia.html>
- Marketigdirecto. (07 de Mayo de 2013). *Marketigdirecto.com*. Recuperado el 2016, de <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/mision-vision-y-valores-conceptos-fundamentales-para-el-buen-desarrollo-de-una-empresa/>
- Mejia Cañas, C. A. (Julio de 2013). *Planning*. Obtenido de [http://www.planning.com.co/bd/valor\\_agregado/Julio2013.pdf](http://www.planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf)
- Meryan. (s.f.). *Meryan.com*. Obtenido de Misión, Visión, Valores: <https://www.meryancor.com/es/mision-vision-valores>
- Mishkyhuarmy. (2015). *Mishkyhuarmy* . Obtenido de <https://mishkyhuarmi.wordpress.com/preguntas-frecuentes/>
- Morales Vallejo, P. (13 de Diciembre de 2012). *Upcomillas*. Obtenido de <http://www.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1oMuestra.pdf>
- Muso, J. (Enero de 2011). *Repositorio Universidad Técnica de Cotopaxi*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/241/1/T-UTC-0112.pdf>
- Namakforoosh, M. N. (2000). *Metodología de la investigación*. México: Limusa.

- Peñalver, P. (17 de Noviembre de 2012). *Proyecto Empresarial 2.0*. Obtenido de <https://proyectoempresarial.wordpress.com/2012/11/17/entorno-tecnologico/>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2008). *Definicion.de*. Obtenido de Definición de planeación estratégica: <http://definicion.de/planeacion-estrategica/>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2012). *Definicion.de*. Obtenido de Definición de Demografía: <http://definicion.de/demografia/>
- Quiroga Leo, G. A. (2016). *Organización y Métodos de Administración*. Quito: Justy.
- Ramirez Valencia, J. G. (2014). *Introducción a la Administración*. Londres: A&Y.
- Rico, V. (06 de Agosto de 2016). *Estudios de Mercado*. Obtenido de EM: <http://www.estudiosdemercado.org/>
- Rivas Serrano, M. (13 de Abril de 2015). *Vice*. Obtenido de El cuero a base de fibras de piña que revolucionará el mundo textil: [https://www.vice.com/es\\_co/article/el-cuero-a-base-de-fibras-de-pia-que-revolucionar-el-mundo-textil](https://www.vice.com/es_co/article/el-cuero-a-base-de-fibras-de-pia-que-revolucionar-el-mundo-textil)
- Rivera, Sánchez, & Blanco. (2011).
- Rojas, F. (11 de 2007). *mail-mail*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Sánchez, A. (04 de 01 de 2016). <https://eala.files.wordpress.com/2011/02/apuntes-gestion-operativa.pdf>. Obtenido de <https://eala.files.wordpress.com/2011/02/apuntes-gestion-operativa.pdf>: <https://eala.files.wordpress.com>

Santos Saenz, R. A. (2015). *Análisis y Planeamiento Administrativo*. Caracas:

Norma.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional del Buen*

*Vivir*. Obtenido de Objetivos Nacionales para el Buen Vivir:

[http://www.planificacion.gob.ec/wp-](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/07/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf)

[content/uploads/downloads/2017/07/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/07/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf)

[2021.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/07/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf)

Sevilla Arias , A. (2012). *Economipedia*. Obtenido de Definiciones Economía:

<http://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto.html>

Tesipro Solutions. (2013). *Productos Gestión Comercial*. Obtenido de

<http://www.tesipro.com/content/gestion-comercial>

Thompson Valdivieso, M. J. (2016). *Costos Fijos*. Mexico: ithompson.

Torres Correa, C. (5 de Diciembre de 2012). *Blogspot*. Obtenido de Gestion

Operativa de las Organizaciones:

[http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-](http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html)

[gestion-operativa.html](http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html)

# ANEXOS

Anexo 1: Planta de Penco o Agave



Anexo 2: Logo Empresarial



Anexo 3: Tarjeta de Presentación



#### Anexo 4: Máquina Decortadora Semi-automática GM-600



Máquina de procesamiento profesional para la extracción de fibra.  
Pineapple Leaf Decorticator

FOB Precio de referencia : [Get Latest Price](#)

US \$ 1 - 2 / Unidad | 1 unidad / unidades (orden mínima)

Capacidad de suministro: 1000000 Unidad / Unidades por Mes

Puerto: Zhanjiang

[Contactar al proveedor](#)

[Deja mensajes](#)

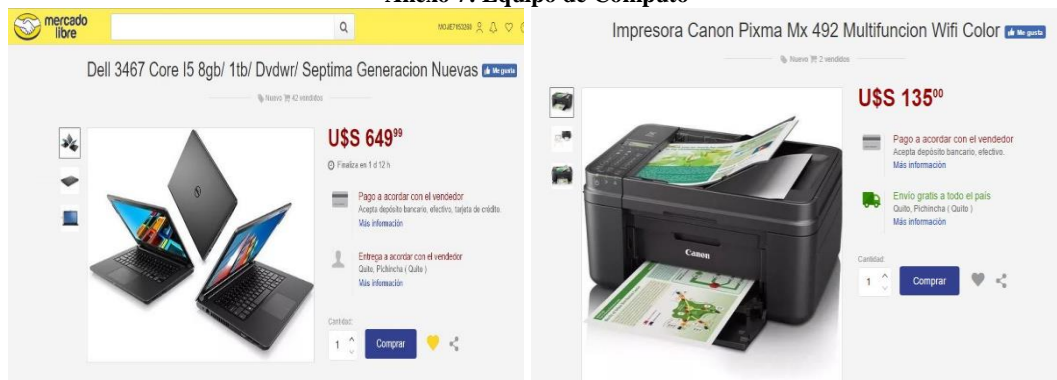
#### Anexo 5: Máquina de Cardado y de Secado de Fibras Semi-automáticas



#### Anexo 6: Racks de Producto Terminado



### Anexo 7: Equipo de Computo



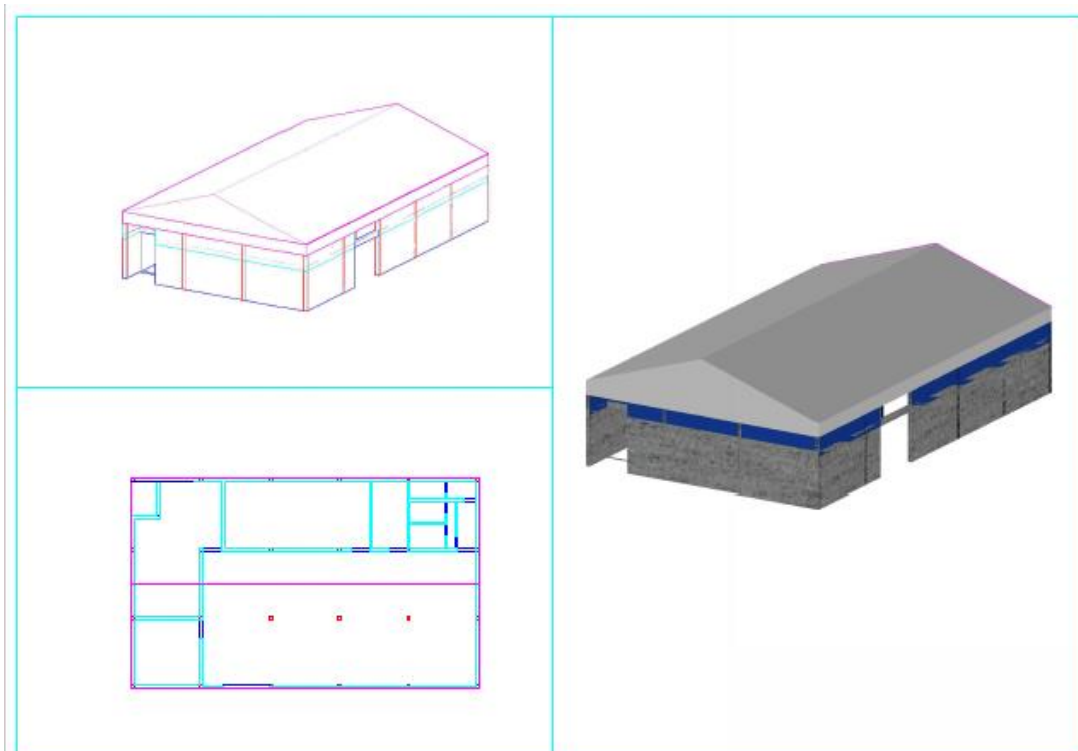
### Anexo 8: Muebles y Enseres



### Anexo 9: Oferta para Tarjetas de Presentación



**Anexo 10: Vistas 3D de Planta de Producción**



**Anexo 11: Proceso de Secado de Fibras de Penco**



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** Jessica Karina Montenegro Guachamin - Tesis.docx (D30451665)  
**Submitted:** 9/9/2017 6:56:00 AM  
**Submitted By:** dea\_saory@hotmail.com  
**Significance:** 3 %

### Sources included in the report:

PROYECTO GRACE GUAMAN.docx (D23313534)  
tesis alban katherine.doc (D30353259)  
PROYECTO TERMINAD NEIRA CARMITA .pdf (D30341716)  
TESIS YA LISTA.docx (D26936833)  
Cristhian Ibarra-proyecto bocaditos.docx (D30286473)  
TESIS FINAL CAMISETAS.pdf (D26706233)  
<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/organigrama>  
<https://www.meryancor.com/es/mision-vision-valores>  
<https://mishkyhuami.wordpress.com/preguntas-frecuentes/>  
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/241/1/T-UTC-0112.pdf>

### Instances where selected sources appear: