

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del Título de: INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA INCORPORAR EL PROCESO PRODUCTIVO, A LA EMPRESA ARTECUERO, LOCALIZADA EN LA CIUDAD DE CAYAMBE”

AUTORA:

MARÍA FERNANDA VACA GUEVARA

DIRECTOR:

ING. EDWIN ROBERTO GÓMEZ

Quito, Noviembre del 2011

AUTORÍA

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Quito, noviembre del 2011

(f) _____

Ma. Fernanda Vaca Guevara

DEDICATORIA

Con todo mi amor y gratitud dedico el presente proyecto a:

Dios por ser mi principal pilar; así como mi guía y compañero fiel durante mí andar.

A mi Martín Alejandro, quien es mi vida entera, pero sobre todo mi fuente de motivación e inspiración, en Él encuentro siempre la fuerza que necesito para mantenerme de pie. Porque por Él son y serán todos mis esfuerzos. A pesar de tu corta edad he aprendido tanto de ti, gracias porque con tu sonrisa logras revitalizarme completamente. Solo pido que Diosito me dé la suficiente sabiduría para poder educarte y hacerte un hombre de bien y que además me permita verte crecer.

A Juan Carlos, porque a pesar de las circunstancias de la vida y de los tantos obstáculos que se han presentado ha sabido estar siempre pendiente de mí, he encontrado en ti un amigo y un compañero que me ha sabido escuchar, entender, apoyar, perdonar y querer. Gracias por tu paciencia y ayuda, porque aportaste mucho para que yo pueda terminar este proyecto, siempre estuviste a mi lado y lo más importante de mi lado Sin ti nada sería igual.

A mi papi por ser un ejemplo de superación para mis hermanos y para mí, porque ha estado al pendiente de nuestro progreso. Gracias por sus palabras de aliento y también por sus palabras enérgicas, las que han servido para que logre culminar esta etapa de mi vida, que será el comienzo de otra profesional y a la vez personal; etapas en las que le quiero a usted cerca para que observe y festeje mis triunfos, pero también quiero que se encuentre en mis caídas para que me extienda su mano y así poder seguir en esta marcha que a pesar de que no sea fácil, valdrá la pena si cuento con las personas que amo.

A mi mami porque ha sido un apoyo fundamental en mi vida, porque me ha brindado todo el amor que solo una madre puede dar. Sin ella no habría sido lo que hoy soy,

con sus cuidados, sus consejos, sus lecciones de vida, han hecho que valore todo lo que tengo, más aún ahora que soy madre; espero ser tan ejemplar como lo ha sido ella para mí. Gracias mami porque siempre he encontrado en ti a una amiga que me ha sabido escuchar y comprender, has sabido pronunciar las palabras correctas en el momento preciso.

A mi hermana Helen, por ser mi confidente, una persona muy importante para mí alguien a quien quiero mucho a pesar de su carácter. Tengo mucho que agradecerte y lo hago en esta oportunidad. A mi hermano Cristian, porque siempre has querido verme bien y feliz. Gracias por tu forma de ser. No duden en contar siempre conmigo.

En sí se lo dedico a toda mi familia y amigos, porque son personas de quienes siento un inmenso cariño y sé que si yo logro algo ellos estarán ahí para compartirlo conmigo.

María Fernanda Vaca G.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar a Dios por haberme bendecido tanto durante todo mi existir, por darme la familia que tengo y un hijo tan maravilloso, a mis padres por su apoyo y amor incondicional, gracias por todo lo que han hecho por mí y Martín, a mis hermanos, demás familiares, amigos y amigas quienes siempre han estado a mi lado en todo momento, a mi querida Universidad y a todos y cada uno de los maestros que aportaron a mi saber con sus conocimientos y experiencia.

Un especial y profundo agradecimiento al Ingeniero Edwin Gómez, que supo compartir su valioso tiempo para guiarme y asesorarme con gran voluntad y paciencia, con su ayuda hizo posible la presentación de este trabajo.

A todas las personas que de una u otra forma han sido parte de mi crecimiento personal y profesional.

María Fernanda Vaca G.

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente documento se encuentra desarrollado un proyecto de factibilidad para la incorporación del proceso productivo a la microempresa Artecuerdo, localizada en la ciudad de Cayambe.

Artecuerdo comercializa todo tipo de artículos de cuero en la ciudad ya mencionada, la propuesta busca que la microempresa se convierta en su propio proveedor, es decir que no solo expendan los productos de cuero sino que también pueda elaborarlos.

Determinar la factibilidad de la realización del presente proyecto implica el desarrollo de estudios previos como son: el mercado, técnico, y financiero.

En el estudio de mercado, utilizando los datos históricos de Artecuerdo se pudo analizar la tendencia de la demanda y los productos más comercializados. Como consecuencia del estudio realizado tenemos que: las ventas anuales siempre se mostraron en aumento, por lo que la demanda tiene una tendencia creciente. Por otro lado a través de la curva ABC pudimos conocer que los productos que se expenden con mayor frecuencia son las chompas, carteras y correas.

Mediante el desarrollo del estudio técnico se llegó a determinar los requerimientos de la empresa en cuanto a materiales, herramientas, maquinarias, equipos, personal, proveedores, distribución de la empresa y la localización óptima del proyecto, la misma que es en las instalaciones propias de Artecuerdo, lugar que resulta apropiado en virtud de un análisis previo que toma en cuenta importantes factores de localización de la empresa.

En lo que respecta al estudio financiero se realizó un análisis de la inversión inicial que es de \$ 28.851,27 USD los cuales serán financiados mediante un crédito hipotecario otorgado por el Banco del Pichincha.

Tomando en cuenta la falta de experiencia, en lo que a producción se refiere, y por otro lado conociendo la tendencia de las ventas, se tomó la decisión de en el primer año producir el 50% y el restante 50% comprar, para vender. En el segundo año la producción será del 75% y el 25% se seguirá adquiriendo los productos para posteriormente expendierlos. A partir del tercer año se consideró que la empresa ya estará en condiciones de producir el 100%. Cabe indicar que adicionalmente se comercializará normalmente el resto de productos que Artecuerdo no elaborará.

Continuando con el estudio financiero se determinaron los ingresos y egresos del proyecto, y los datos arrojados muestran que se conseguirán los beneficios esperados con la incorporación del proceso productivo. La producción del primer año está bajo el punto de equilibrio, por lo que el primer año se obtuvo pérdida. Pero a partir del segundo año se empiezan a ver resultados positivos y alentadores, porque además los costos de producción siguen disminuyendo.

Después de analizar la Tasa Mínima de Retorno (TIR) correspondiente al 56% y comparándola con la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) del 13,68%, se puede manifestar que es un proyecto con bases sólidas que garantizan su rentabilidad, puesto a que la TIR cubre el costo de oportunidad del 13,68%.

Se obtuvo también la tasa interna de retorno (TIR) sin proyecto la cual fue del 54%; dicho porcentaje muestra que la empresa como comercializadora es un negocio rentable. Y la tasa interna de retorno con proyecto (TIR) corresponde al 56% lo cual demuestra que al actualizar los valores del flujo neto de efectivo se igualan a cero, determinando que con dicha tasa las entradas de efectivo sean iguales a la inversión inicial.

El tiempo que se tardará en recuperar la inversión inicial basándose en los flujos actualizados y acumulados corresponde a 2 años, 1 mes y 7 días.

ÍNDICE GENERAL

<i>AUTORÍA</i>	<i>ii</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>iii</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i>	<i>v</i>
<i>RESUMEN EJECUTIVO</i>	<i>vi</i>
<i>1. Introducción</i>	<i>1</i>
1.1. Antecedentes de la Investigación	1
1.2. Problema de Investigación	2
1.3. Justificación.....	3
1.4. Objetivos	7
1.4.1. Objetivo General	7
1.4.2. Objetivos Específicos.....	7
1.4.3. Resultados y Metas	7
1.5. Metodología.....	8
<i>2. Diagnóstico de la Situación Actual Interna de la Empresa Artecuero</i>	<i>9</i>
2.1. Generalidades	9
2.1.1. Historia de la Empresa	9
2.1.2. Definición del ámbito de la Actividad	10
2.1.3. Misión	11
2.1.4. Visión.....	11
2.1.5. Objetivos	12
2.2. Análisis Interno	12
2.2.1. Capacidad Gerencial	12
2.2.2. Capacidad Contable y Financiera.....	13
2.2.3. Capacidad del Talento Humano	13
2.2.4. Cadena de Valor.....	14
2.2.5. Análisis de las Actividades de Marketing de la Institución	17
2.2.6. Matriz de Evaluación del Factor Interno.....	17
<i>3. Diagnóstico de la Situación Actual Externa</i>	<i>21</i>
3.1. Análisis Externo	21
3.1.1. Fuerzas Económicas.....	21
3.1.2. Fuerzas Sociales y Culturales	22
3.1.3. Fuerzas Tecnológicas.....	25
3.1.4. Análisis Competitivo: Modelo de las 5 fuerzas competitivas.....	27
3.2. Diseño de la Investigación.....	31
3.2.1. Objetivos de la Investigación	31
3.2.2. Diseño de la Muestra.....	31

3.2.3.	Diseño de la Encuesta	32
3.2.4.	Datos históricos de la empresa Artecuero	34
3.2.5.	Datos Proyectados	126
4.	<i>Estudio Técnico</i>	133
4.1.	Objetivo del Estudio Técnico	133
4.2.	Determinación del Tamaño del Proyecto	133
4.2.1.	Factores determinantes del Tamaño del Proyecto	133
4.3.	Localización del Proyecto	141
4.3.1.	Macro Localización	141
4.3.2.	Micro Localización	144
4.4.	Ingeniería del Proyecto	146
4.1.1.	Definición del proceso de producción	147
4.1.2.	Especificación Técnica de Maquinaria y Equipos	158
4.1.3.	Requerimiento de Herramientas, Equipos, Vehículo y Servicios	159
4.1.4.	Mano de Obra	161
4.1.5.	Distribución de la Planta	163
5.	<i>Estudio financiero</i>	165
5.1.	Objetivos del Estudio Financiero	165
5.2.	Presupuestos	165
5.2.1.	Presupuestos de Inversión	165
5.2.2.	Depreciaciones	169
5.2.3.	Presupuestos de Operación	171
5.2.4.	PUNTO DE EQUILIBRIO	188
5.3.	Estados Financieros Pro forma	194
5.3.1.	Estado de Resultados	194
5.3.2.	Balance General	196
5.3.3.	FLUJO NETO DE FONDOS (EFECTIVO)	199
5.4.	Evaluación Financiera	202
5.4.1.	Criterios de Evaluación	202
	<i>Conclusiones y Recomendaciones</i>	214
	Conclusiones	214
	Recomendaciones	216
	<i>ANEXOS</i>	218
	<i>Bibliografía</i>	239

ÍNDICE DE CUADROS

<i>CUADRO 2.1: Proveedores Directos de Artecuero</i>	15
<i>CUADRO 2.2: Proveedores Indirectos de Artecuero</i>	16
<i>CUADRO 2.3: Matriz FODA</i>	18
<i>CUADRO 2.4: Matriz DAFO</i>	19
<i>CUADRO 3.1: Ventas Marzo 2004</i>	35
<i>CUADRO 3.2: Ventas Abril 2004</i>	36
<i>CUADRO 3.3: Ventas Mayo 2004</i>	36
<i>CUADRO 3.4: Ventas Junio 2004</i>	37
<i>CUADRO 3.5: Ventas Julio 2004</i>	38
<i>CUADRO 3.6: Ventas Agosto 2004</i>	39
<i>CUADRO 3.7: Ventas Septiembre 2004</i>	40
<i>CUADRO 3.8: Ventas Octubre 2004</i>	41
<i>CUADRO 3.9: Ventas Noviembre 2004</i>	42
<i>CUADRO 3.10: Ventas Diciembre 2004</i>	43
<i>CUADRO 3.11: Ventas Enero 2005</i>	45
<i>CUADRO 3.12: Ventas Febrero 2005</i>	46
<i>CUADRO 3.13: Ventas Marzo 2005</i>	47
<i>CUADRO 3.14: Ventas Abril 2005</i>	48
<i>CUADRO 3.15: Ventas Mayo 2005</i>	49
<i>CUADRO 3.16: Ventas Junio 2005</i>	50
<i>CUADRO 3.17: Ventas Julio 2005</i>	51
<i>CUADRO 3.18: Ventas Agosto 2005</i>	52
<i>CUADRO 3.19: Ventas Septiembre 2005</i>	53
<i>CUADRO 3.20: Ventas Octubre 2005</i>	54
<i>CUADRO 3.21: Ventas Noviembre 2005</i>	55
<i>CUADRO 3.22: Ventas Diciembre 2005</i>	56
<i>CUADRO 3.23: Ventas Enero 2006</i>	58
<i>CUADRO 3.24: Ventas Febrero 2006</i>	59

<i>CUADRO 3.25: Ventas Marzo 2006</i>	60
<i>CUADRO 3.26: Ventas Abril 2006</i>	61
<i>CUADRO 3.27: Ventas Mayo 2006</i>	62
<i>CUADRO 3.28: Ventas Junio 2006</i>	63
<i>CUADRO 3.29: Ventas Julio 2006</i>	64
<i>CUADRO 3.30: Ventas Agosto 2006</i>	65
<i>CUADRO 3.31: Ventas Septiembre 2006</i>	66
<i>CUADRO 3.32: Ventas Octubre 2006</i>	67
<i>CUADRO 3.33: Ventas Noviembre 2006</i>	68
<i>CUADRO 3.34: Ventas Diciembre 2006</i>	69
<i>CUADRO 3.35: Ventas Enero 2007</i>	71
<i>CUADRO 3.36: Ventas Febrero 2007</i>	72
<i>CUADRO 3.37: Ventas Marzo 2007</i>	73
<i>CUADRO 3.38: Ventas Abril 2007</i>	74
<i>CUADRO 3.39: Ventas Mayo 2007</i>	75
<i>CUADRO 3.40: Ventas Junio 2007</i>	76
<i>CUADRO 3.41: Ventas Julio 2007</i>	77
<i>CUADRO 3.42: Ventas Agosto 2007</i>	78
<i>CUADRO 3.43: Ventas Septiembre 2007</i>	79
<i>CUADRO 3.44: Ventas Octubre 2007</i>	80
<i>CUADRO 3.45: Ventas Noviembre 2007</i>	81
<i>CUADRO 3.46: Ventas Diciembre 2007</i>	82
<i>CUADRO 3.47: Ventas Enero 2008</i>	84
<i>CUADRO 3.48: Ventas Febrero 2008</i>	85
<i>CUADRO 3.49: Ventas Marzo 2008</i>	86
<i>CUADRO 3.50: Ventas Abril 2008</i>	87
<i>CUADRO 3.51: Ventas Mayo 2008</i>	88
<i>CUADRO 3.53: Ventas Julio 2008</i>	91
<i>CUADRO 3.54: Ventas Agosto 2008</i>	92
<i>CUADRO 3.55: Ventas Septiembre 2008</i>	93

<i>CUADRO 3.56: Ventas Octubre 2008</i>	94
<i>CUADRO 3.57: Ventas Noviembre 2008</i>	95
<i>CUADRO 3.58: Ventas Diciembre 2008</i>	96
<i>CUADRO 3.59: Ventas Enero 2009</i>	97
<i>CUADRO 3.60: Ventas Febrero 2009</i>	98
<i>CUADRO 3.61: Ventas Marzo 2009</i>	99
<i>CUADRO 3.62: Ventas Abril 2009</i>	100
<i>CUADRO 3.63: Ventas Mayo 2009</i>	101
<i>CUADRO 3.64: Ventas Junio 2009</i>	102
<i>CUADRO 3.65: Ventas Julio 2009</i>	104
<i>CUADRO 3.66: Ventas Agosto 2009</i>	105
<i>CUADRO 3.67: Ventas Septiembre 2009</i>	106
<i>CUADRO 3.68: Ventas Octubre 2009</i>	107
<i>CUADRO 3.69: Ventas Noviembre 2009</i>	108
<i>CUADRO 3.70: Ventas Diciembre 2009</i>	109
<i>CUADRO 3.71: Ventas Enero 2010</i>	110
<i>CUADRO 3.72: Ventas Febrero 2010</i>	111
<i>CUADRO 3.73: Ventas Marzo 2010</i>	112
<i>CUADRO 3.75: Ventas Abril 2010</i>	113
<i>CUADRO 3.76: Ventas Mayo 2010</i>	114
<i>CUADRO 3.77: Ventas Junio 2010</i>	115
<i>CUADRO 3.78: Ventas Julio 2010</i>	117
<i>CUADRO 3.79: Ventas Agosto 2010</i>	118
<i>CUADRO 3.80: Ventas Septiembre 2010</i>	119
<i>CUADRO 3.81: Ventas Octubre 2010</i>	120
<i>CUADRO 3.82: Ventas Noviembre 2010</i>	121
<i>CUADRO 3.83: Ventas Diciembre 2010</i>	122
<i>CUADRO 3.84: Ventas Anuales</i>	123
<i>CUADRO 3.85: Ventas Curva de Productos ABC</i>	125
<i>CUADRO 3.86: Ventas Anuales Proyectadas</i>	127

<i>CUADRO 3.87: Ventas Anuales Proyectadas</i>	<i>128</i>
<i>CUADRO 3.88: Ventas Anuales Proyectadas</i>	<i>129</i>
<i>CUADRO 3.89: Ventas Anuales Proyectadas</i>	<i>130</i>
<i>CUADRO 3.90.: Ventas Anuales Proyectadas</i>	<i>131</i>
<i>CUADRO 3.91: Ventas Anuales Proyectadas</i>	<i>132</i>
<i>CUADRO 4.1: Entidades Financieras.....</i>	<i>135</i>
<i>CUADRO 4.2: Personal Área de Producción</i>	<i>139</i>
<i>CUADRO 4.3: Personal Área Administrativa y Ventas</i>	<i>139</i>
<i>CUADRO 4.4: Proveedores de Materia Prima: Cuero.....</i>	<i>140</i>
<i>CUADRO 4.5: Insumos y Materiales en General Para la Confeción.....</i>	<i>141</i>
<i>CUADRO 4.6: Micro Localización Método por Puntos.....</i>	<i>144</i>
<i>CUADRO 4.7: Flujograma del Proceso de Producción.....</i>	<i>146</i>
<i>CUADRO 4.8: Herramientas.....</i>	<i>160</i>
<i>CUADRO 4.9: Equipos de Computación.....</i>	<i>160</i>
<i>CUADRO 4.10: Equipos de Oficina</i>	<i>160</i>
<i>CUADRO 4.11: Muebles y Enseres</i>	<i>160</i>
<i>CUADRO 4.12: Servicios Básicos.....</i>	<i>161</i>
<i>CUADRO 4.13: Maquinaria Industrial Para Cuero</i>	<i>161</i>
<i>CUADRO 4.14: Personal de Producción Primer Año.....</i>	<i>162</i>
<i>CUADRO 4.15: Personal de Producción Segundo Año.....</i>	<i>162</i>
<i>CUADRO 4.16: Personal de Ventas Primer Año.....</i>	<i>163</i>
<i>CUADRO 4.17: Personal de Ventas Segundo Año</i>	<i>163</i>
<i>CUADRO 5. 1: Inversiones en Activos Fijos.....</i>	<i>166</i>
<i>CUADRO 5. 2: Inversión del Capital de Trabajo.....</i>	<i>167</i>
<i>CUADRO 5. 3: Inversión total</i>	<i>168</i>
<i>CUADRO 5. 4: Cálculo de Depreciaciones Artecuero.....</i>	<i>169</i>
<i>CUADRO 5.5: Cálculo de Depreciaciones Proyecto</i>	<i>169</i>
<i>CUADRO 5. 6: Resumen Depreciaciones Artecuero.....</i>	<i>170</i>
<i>CUADRO 5. 7: Resumen Depreciaciones Proyecto</i>	<i>170</i>
<i>CUADRO 5. 8: Precio de los Productos.....</i>	<i>171</i>

<i>CUADRO 5. 9: Unidades Vendidas Proyectadas</i>	172
<i>CUADRO 5. 10: CAPACIDAD INSTALADA</i>	173
<i>CUADRO 5. 11: INGRESOS PRODUCTOS COMPRADOS</i>	174
<i>CUADRO 5. 12: RESUMEN DE PRESUPUESTOS DE INGRESOS</i>	175
<i>CUADRO 5.13: Compras de Materia Prima</i>	178
<i>CUADRO 5.14 Compras de Materiales Indirectos</i>	181
<i>CUADRO 5.15: Costo de Materia Prima (Dólares)</i>	184
<i>CUADRO 5.16: Costo de Materiales Indirectos (Dólares)</i>	184
<i>CUADRO 5.17: Estado de Costos de Producción</i>	184
<i>CUADRO 5. 18: Presupuesto de Egresos</i>	187
<i>CUADRO 5.19: Costos Fijos y Variables</i>	188
<i>CUADRO 5.20: Punto de Equilibrio por Productos</i>	191
<i>CUADRO 5.21: Punto de Equilibrio de Chompas</i>	191
<i>CUADRO 5.22: Punto de Equilibrio de Carteras</i>	192
<i>CUADRO 5.23: Punto de Equilibrio de Correas</i>	192
<i>CUADRO 5.24: Estado de Resultados Proyectado</i>	195
<i>CUADRO 5.25: Balance General Sin Proyecto</i>	197
<i>CUADRO 5.26: Balance General Con Proyecto</i>	198
<i>CUADRO 5. 27: Flujo Neto de Fondos Sin Proyecto</i>	200
<i>CUADRO 5. 28: Flujo Neto de Fondos Con Proyecto</i>	201
<i>CUADRO 5. 29: Costo Promedio Ponderado de Capital</i>	204
<i>CUADRO 5. 30: Cálculo Valor Actual Neto Sin Proyecto</i>	205
<i>CUADRO 5. 31: Cálculo Valor Actual Neto Con Proyecto</i>	205
<i>CUADRO 5. 32: Cálculo Tasa Interna de Retorno Sin Proyecto</i>	207
<i>CUADRO 5. 33: Cálculo Tasa Interna de Retorno Con Proyecto</i>	207
<i>CUADRO 5. 34: Cálculo Relación Beneficio Costo</i>	208
<i>CUADRO 5. 35: Periodo de Recuperación de la Inversión</i>	210

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>GRÁFICO 3.1: Actividad Artesanal en el Ecuador</i>	24
<i>GRÁFICO 3.2: Ventas Marzo 2004</i>	35
<i>GRÁFICO 3.3: Ventas Abril 2004</i>	36
<i>GRÁFICO 3.4: Ventas Mayo 2004</i>	37
<i>GRÁFICO 3.5: Ventas Junio 2004</i>	38
<i>GRÁFICO 3.6: Ventas Julio 2004</i>	39
<i>GRÁFICO 3.7: Ventas Agosto 2004</i>	40
<i>GRÁFICO 3.8: Ventas Septiembre 2004</i>	41
<i>GRÁFICO 3.9: Ventas Octubre 2004</i>	42
<i>GRÁFICO 3.10: Ventas Noviembre 2004</i>	43
<i>GRÁFICO 3.11: Ventas Diciembre 2004</i>	44
<i>GRÁFICO 3.12: Ventas Enero 2005</i>	45
<i>GRÁFICO 3.13: Ventas Febrero 2005</i>	46
<i>GRÁFICO 3.14: Ventas Marzo 2005</i>	47
<i>GRÁFICO 3.15: Ventas Abril 2005</i>	48
<i>GRÁFICO 3.16: Ventas Mayo 2005</i>	49
<i>GRÁFICO 3.17: Ventas Junio 2005</i>	50
<i>GRÁFICO 3.18: Ventas Julio 2005</i>	51
<i>GRÁFICO 3.19: Ventas Agosto 2005</i>	52
<i>GRÁFICO 3.20: Ventas Septiembre 2005</i>	53
<i>GRÁFICO 3.21: Ventas Octubre 2005</i>	54
<i>GRÁFICO 3.22: Ventas Noviembre 2005</i>	55
<i>GRÁFICO 3.23: Ventas Diciembre 2005</i>	56
<i>GRÁFICO 3.24: Ventas Enero 2006</i>	58
<i>GRÁFICO 3.25: Ventas Febrero 2006</i>	59
<i>GRÁFICO 3.26: Ventas Marzo 2006</i>	60
<i>GRÁFICO 3.27: Ventas Abril 2006</i>	61
<i>GRÁFICO 3.28: Ventas Mayo 2006</i>	62
<i>GRÁFICO 3.29: Ventas Junio 2006</i>	63

<i>GRÁFICO 3.30: Ventas Julio 2006</i>	64
<i>GRÁFICO 3.31: Ventas Agosto 2006</i>	65
<i>GRÁFICO 3.32: Ventas Septiembre 2006</i>	66
<i>GRÁFICO 3.33: Ventas Octubre 2006</i>	67
<i>GRÁFICO 3.34: Ventas Noviembre 2006</i>	68
<i>GRÁFICO 3.35: Ventas Diciembre 2006</i>	69
<i>GRÁFICO 3.36: Ventas Enero 2007</i>	71
<i>GRÁFICO 3.37: Ventas Febrero 2007</i>	72
<i>GRÁFICO 3.38: Ventas Marzo 2007</i>	73
<i>GRÁFICO 3.39: Ventas Abril 2007</i>	74
<i>GRÁFICO 3.40: Ventas Mayo 2007</i>	75
<i>GRÁFICO 3.41: Ventas Junio 2007</i>	76
<i>GRÁFICO 3.42: Ventas Julio 2007</i>	77
<i>GRÁFICO 3.43: Ventas Agosto 2007</i>	78
<i>GRÁFICO 3.44: Ventas Septiembre 2007</i>	79
<i>GRÁFICO 3.45: Ventas Octubre 2007</i>	80
<i>GRÁFICO 3.46: Ventas Noviembre 2007</i>	81
<i>GRÁFICO 3.47: Ventas Diciembre 2007</i>	82
<i>GRÁFICO 3.48: Ventas Enero 2008</i>	84
<i>GRÁFICO 3.49: Ventas Febrero 2008</i>	85
<i>GRÁFICO 3.50: Ventas Marzo 2008</i>	86
<i>GRÁFICO 3.51: Ventas Abril 2008</i>	87
<i>GRÁFICO 3.52: Ventas Mayo 2008</i>	88
<i>GRÁFICO 3.53: Ventas Junio 2008</i>	89
<i>GRÁFICO 3.54: Ventas Julio 2008</i>	91
<i>GRÁFICO 3.55: Ventas Agosto 2008</i>	92
<i>GRÁFICO 3.56: Ventas Septiembre 2008</i>	93
<i>GRÁFICO 3.57: Ventas Octubre 2008</i>	94
<i>GRÁFICO 3.58: Ventas Noviembre 2008</i>	95
<i>GRÁFICO 3.59: Ventas Diciembre 2008</i>	96
<i>GRÁFICO 3.60: Ventas Enero 2009</i>	97

<i>GRÁFICO 3.61: Ventas Febrero 2009</i>	98
<i>GRÁFICO 3.62: Ventas Marzo 2009</i>	99
<i>GRÁFICO 3.63: Ventas Abril 2009</i>	100
<i>GRÁFICO 3.64: Ventas Mayo 2009</i>	101
<i>GRÁFICO 3.65: Ventas Junio 2009</i>	102
<i>GRÁFICO 3.66: Ventas Julio 2009</i>	104
<i>GRÁFICO 3.67: Ventas Agosto 2009</i>	105
<i>GRÁFICO 3.68: Ventas Septiembre 2009</i>	106
<i>GRÁFICO 3.69: Ventas Octubre 2009</i>	107
<i>GRÁFICO 3.70: Ventas Noviembre 2009</i>	108
<i>GRÁFICO 3.71: Ventas Diciembre 2009</i>	109
<i>GRÁFICO 3.72: Ventas Enero 2010</i>	110
<i>GRÁFICO 3.73: Ventas Febrero 2010</i>	111
<i>GRÁFICO 3.74: Ventas Marzo 2010</i>	112
<i>GRÁFICO 3.75: Ventas Abril 2010</i>	113
<i>GRÁFICO 3.76: Ventas Mayo 2010</i>	114
<i>GRÁFICO 3.77: Ventas Junio 2010</i>	115
<i>GRÁFICO 3.78: Ventas Julio 2010</i>	117
<i>GRÁFICO 3.79: Ventas Agosto 2010</i>	118
<i>GRÁFICO 3.80: Ventas Septiembre 2010</i>	119
<i>GRÁFICO 3.81: Ventas Octubre 2010</i>	120
<i>GRÁFICO 3.82: Ventas Noviembre 2010</i>	121
<i>GRÁFICO 3.83: Ventas Diciembre 2010</i>	122
<i>GRÁFICO 3.84: Ventas Anuales</i>	124
<i>GRÁFICO 3.85: Curva de Productos ABC</i>	125
<i>GRÁFICO 3.86: Ventas Anuales</i>	126
<i>GRÁFICO 3.87: Ventas Anuales</i>	127
<i>GRÁFICO 3.88: Ventas Anuales</i>	128
<i>GRÁFICO 3.89: Ventas Anuales</i>	129
<i>GRÁFICO 4.1: Ventas Anuales</i>	134
<i>GRÁFICO 4.2: Organigrama</i>	161

<i>GRÁFICO 5.1: Punto de Equilibrio de Chompas.....</i>	<i>191</i>
<i>GRÁFICO 5.2: Punto de Equilibrio de Carteras.....</i>	<i>192</i>
<i>GRÁFICO 5.3: Punto de Equilibrio de Correas.....</i>	<i>193</i>

CAPÍTULO I

1. Introducción

1.1. Antecedentes de la Investigación

La historia nos dice que desde tiempos remotos el hombre se ha preocupado en aprovechar las pieles de los animales que cazaba, y más tarde los que constituyeron sus primeros rebaños.

Podemos decir que las técnicas de curtir fue uno de los primeros descubrimientos realizados por nuestro homo sapiens.

Se decía que el primer curtidor fue nuestro padre Adán y que los primeros cueros que se curtieron fueron de cabra¹.

Aprendió a transformar el cuero y convertirlo en vestidos y calzado, transmitiendo esas enseñanzas a sus hijos y nietos; esta tradición con el tiempo no se ha perdido sino que más bien se ha ido perfeccionando empleando nuevas técnicas y tecnología.

De esta manera nacieron los primeros curtidores, zapateros, talabarteros, guarnicioneros y peleteros, tan indispensables en aquellos tiempos como en los actuales.

Desde entonces, el hombre aprovecha las pieles de los animales que en el principio de los tiempos cazaba para alimentarse. Al utilizar el cuero, experimentó con diversos procesos de transformación. Esto sucedía en todos los continentes, y en la mayoría de los casos sin aparente relación entre ellos.

Con el descubrimiento de América, los conquistadores comprobaron que los indígenas empleaban técnicas para la transformación del cuero, no muy diferentes a las artes de curtición del viejo mundo.

De cuero eran las faldillas y taparrabos, las sandalias, los recipientes para el agua, leche y vino, el flotador de las balsas, los fuelles. Con cuero recubrían las ruedas de madera de las carrozas reales, se hacían los cinturones, los brazaletes protectores, los porta flechas, los mantos de ceremonia de los

¹ www.capraproyecto.iespana.es/capraproyecto/cueros/historia.htm

sacerdotes, las vestiduras festivas de los reyes, en diversos colores y recubierto de oro de las más variadas formas.

Estas historias nos recuerdan la importancia que tuvo y sigue teniendo el curtido de pieles, pero lo importante de destacar es que los primeros cueros utilizados por el hombre fueron de cabra.

Con la incorporación de maquinarias para el procesamiento de división de cueros, palizones y fulones, más nuevos productos de curtición, como por ejemplo las sales de cromo y nuevos curtientes vegetales permitieron un avance sustancial en las técnicas de curtido.

1.2. Problema de Investigación

Desde que se implementó el sistema de dolarización en nuestro país, hemos atravesado una aguda crisis económica y social; de la cual no hemos salido aún o por lo menos no en su totalidad. Para mejorar nuestra situación actual una de las principales soluciones sería estimular al sector productivo.

Si bien es cierto cada uno de los ecuatorianos estamos en la capacidad de generar o contribuir con el país invirtiendo en proyectos productivos donde uno de los objetivos sea lograr el crecimiento económico colectivo. Sin embargo la opción inversionista del Ecuador padece de grandes problemas entre los que podemos mencionar: el no tener un buen dominio en la formulación de proyectos de inversión, la falta de planificación a mediano y largo plazo y el poco apoyo económico ofrecido a los nuevos proyectos (falta de recursos).

Es así que los nuevos proyectos solo se quedan en ideas sin poder desarrollarse en su totalidad, lo que origina además un conformismo con el país y enfatizar el consumismo en el Ecuador en vez de robustecer la producción, misma que beneficiará no solo a uno sino a toda la nación.

El propósito de esta indagación es lograr que este proyecto, si es viable, se ponga en marcha, por un sin número de razones. En primer lugar lograría

cumplir con el objetivo de la presente investigación, hacer que Artecuerdo se convierta en una empresa productora de artículos de cuero con lo que contribuiría al crecimiento de la empresa. Por otro lado porque ejecutando dicho proyecto colaboraría con mi país, ya que se crearían fuentes de trabajo, generaría beneficios para mis futuros proveedores de maquinaria y materia prima. Pero sobretodo cumpliendo de esta manera una meta personal.

El proyecto utilizará recursos ecuatorianos, tanto en mano de obra como en capital y maquinaria.

En tanto a la producción, se debe mencionar que nuestros productos serán de buena calidad siempre tratando de superar a los productos actuales. El cliente será considerado en todo momento como uno de nuestros pilares de crecimiento por lo que en nuestras actividades se tomará muy en cuenta su opinión con el objetivo de satisfacerlo a cabalidad. Nuestros precios deberán ir acorde con los del mercado para poder competir en el mismo.

1.3. Justificación

En el Ecuador una de las actividades económicas más sobresalientes es la manufactura, según datos estadísticos más recientes del INEC durante el año 2005 la producción generada por el sector manufacturero fue de 12'476. 000 000 de dólares. Dentro de dicho sector económico se encuentra el CURTIDO Y ADOBO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE CUERO, mismo que durante el año mencionado aportó con 29'418.690 de dólares².

En nuestro país los productos de Cuero son confeccionados por artesanos de la Región Andina del Ecuador, principalmente de las provincias de Imbabura, Tungurahua, Pichincha y Azuay.

² www.inec.gov.ec

Si bien es cierto Cayambe es una ciudad relativamente pequeña, pero con el transcurso del tiempo ha ido desarrollándose con una rapidez considerable. Dentro de esta ciudad se encuentra Artecuero la cual aporta de una u otra forma con el crecimiento de la misma.

La empresa se dedica a la comercialización en todo lo referente al cuero y artículos complementarios al cuero. Artecuero lleva ya 15 años en el mercado dedicada a la venta de los productos anteriormente mencionados.

Una de las principales ventajas de la institución es que no cuenta con competencia directa, ya que dicha organización es la única empresa en la ciudad de Cayambe dedicada exclusivamente a esta actividad económica.

Por otro lado la competencia indirecta principalmente se constituye por almacenes que venden ciertos artículos de cuero además de otros productos; es decir no se especializan en el cuero como lo hace la empresa en cuestión. Así mismo se considera competencia indirecta a las ciudades cercanas a Cayambe, sobre todo Cotacachi ya que es una ciudad reconocida por vender productos de cuero.

A parte de no tener competencia directa, Artecuero crea fidelidad a los consumidores brindándoles una excelente atención, haciéndoles sentir importantes y ofreciendo ciertas garantías de los productos. Así como también ofreciendo precios accesibles a la economía de los clientes que en su mayoría son de parroquias de Cayambe.

Los principales proveedores de Artecuero se encuentran en Ambato y Cotacachi, quienes surten de los productos más relevantes a la empresa y que ésta pone a disposición de sus clientes; entre ellos tenemos: chompas, carteras, correas y billeteras.

Brinda también servicios de cocido, pintura y arreglo de toda clase de artículos de cuero; con el afán de abarcar con las prestaciones relacionadas a los productos que ofrece la empresa.

Para el desarrollo y crecimiento de la empresa, Artecuerdo ha tomado como factor fundamental la opinión del cliente y todos sus esfuerzos han ido e irán siempre encaminados a la satisfacción del mismo. De aquí nace la idea de trabajar bajo pedido; esto es, que los modelos de las chompas de cuero son confeccionados bajo especificaciones propias del cliente. De esta manera el cliente no se limita a escoger los productos en stock, sino que le ofrecemos la manufactura del producto a su gusto. Sin embargo en ocasiones los clientes no quedan totalmente satisfechos con el producto final, a pesar de que este sistema, “bajo pedido”, se creó con el propósito de atender de mejor manera a los clientes, vemos que no cumple con la meta inicial. Esto se debe principalmente a lo siguiente:

1. Artecuerdo no realiza el proceso productivo correspondiente para la obtención de las chompas de cuero y en sí de ningún producto; pues como se mencionó anteriormente solo se dedica a la comercialización.
2. Los productores con los que Artecuerdo trabaja para la fabricación de las chompas de cuero con especificaciones y medidas diferentes a las comunes, se encuentran en Ambato; lo que dificulta la comunicación entre ambas partes.
3. Los pedidos no llegan para la fecha acordada, puesto que el proveedor no trabaja únicamente para Artecuerdo, sino que surte de artículos de cuero a distintos lugares diferentes al nuestro.

En síntesis, el producto esporádicamente no cumple en su totalidad con las especificaciones del cliente lo que crea descontento por parte del comprador.

Es por esto que la propuesta trata de erradicar dicho problema, misma que consiste en realizar un estudio de factibilidad para la incorporación del proceso productivo a la empresa en cuestión. De esta manera conseguiremos

un cliente satisfecho con su adquisición. Ya que la empresa podrá confeccionar sus propios productos, sobre todo las chompas de cuero ya que estas necesitan cumplir con todas las especificaciones que tenga el comprador. Además con el sobrante del cuero (retazos) se podrá elaborar productos como monederos o billeteras, evitando el desperdicio de la materia prima.

Al mismo tiempo se pretende estudiar la posibilidad de distribuir los productos que Artecuero produzca a empresas de la ciudad de Quito que se dediquen a la comercialización de artículos de cuero. Dicho de otra manera, una vez que Artecuero se dedique a la producción, poder ofertar los productos en calidad de mayoristas

Otra de las ventajas para Artecuero es que, para la producción de los artículos de cuero no se necesita de una planta colosal, ni maquinaria espaciosa, y mucho menos de excesivo personal.

Adicionalmente una de las razones más importantes por las que se decidió realizar el presente tema es sencillamente porque no se pretende que la presente investigación permanezca por siempre en un documento escrito que tal vez solo se lo utilizará como fuente de información. Sino que mi deseo es realizar una investigación que un futuro pueda ponerlo en práctica. Será un documento que servirá para tomar decisiones en cuanto al mejoramiento de la empresa.

Además es importante recalcar que al realizar la investigación en Artecuero y al ser una empresa familiar será menos complicada la obtención de información necesaria para el desarrollo del tema. Es decir, se podrá tener acceso a datos propios de la empresa lo que facilitará el cumplimiento del propósito principal.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la incorporación del proceso productivo a la empresa Artecuerdo, localizada en la ciudad de Cayambe; aplicando los conocimientos pertinentes adquiridos en la carrera universitaria y mediante ciertas técnicas de investigación, con el fin de mejorar la satisfacción del cliente.

1.4.2. Objetivos Específicos

1. Determinar qué productos tienen mayor movimiento.
2. Conocer el proceso productivo de los principales productos que expende la empresa.
3. Buscar proveedores de materia prima para la producción de los artículos de cuero.
4. Innovar los diseños de artículos a producir.
5. Medir la satisfacción del cliente en cuanto a diseños, calidad y precio.
6. Realizar un seguimiento post venta

1.4.3. Resultados y Metas

1. Conocer los productos que le empresa debe producir, tomando en cuenta la demanda, la capacidad de producción y los recursos que serán necesarios para obtener el producto final.
2. Convertir a Artecuerdo en un productor y tratar de no depender de los proveedores en productos que la empresa pueda abastecerse sola. Así como fabricar los productos bajo requerimientos del cliente para cumplir a cabalidad con el respectivo pedido.
3. Conseguir proveedores de materia prima de calidad y a precios razonables, con los que podamos trabajar una vez que Artecuerdo se convierta en un productor.

4. Fabricar diseños de vanguardia que atraiga la atención del cliente y poder cautivarlo con nuestros acabados.
5. Conseguir un cliente satisfecho el cual tenga una buena referencia de la empresa y pueda confiar en nuestro trabajo con el propósito de crear lealtad hacia Artecuro.
6. Cuidar y retener al cliente haciéndolo sentir como parte importante de Artecuro.

1.5. Metodología

El Diseño Metodológico expone, los medios y las posibilidades que dispone el investigador para atender los objetivos específicos que persigue el presente tema.

Las fuentes primarias nos permitirán extraer información del mercado es decir, del consumidor del producto, de los proveedores, de los productores, distribuidores, expertos que trabajan en la rama a través de encuestas, entrevistas, observación, etc. Estas técnicas de recopilación de datos nos permitirán conocer y determinar si comercialmente es factible nuestro proyecto.

Para el desarrollo del presente proyecto una de las técnicas más importantes será la observación, ya que en un comienzo la utilizaré para conocer y aprender el proceso productivo de los artículos de cuero para ponerlos en práctica en Artecuro. Así como la materia prima, talento humano y técnicas para la confección de dichos productos.

Las fuentes secundarias nos permitirán reunir información escrita ya existente sobre el tema, ya sean estadísticas del gobierno, libros, publicaciones de revistas, noticias e Internet.

Además se utilizarán técnicas documentales, mismas que me facilitarán el ordenamiento de ideas con la finalidad de disponer de forma clara y fácil los elementos con los que se ha trabajado en el proceso investigativo. Entre ellas tenemos (fichas: Bibliográficas, Biobibliográficas y Nmemotécnicas)

CAPÍTULO II

2. Diagnóstico de la Situación Actual Interna de la Empresa Artecuero

2.1. Generalidades

2.1.1. Historia de la Empresa

La empresa nace en junio de 1990 en la ciudad de Cayambe, localizada en la calle Rocafuerte N. 3-75 entre 9 de Octubre y 24 de Mayo. En sus inicios se dedicaba a la venta de ropa deportiva e infantil y se denominaba “ROSE GARDEN FASHION”.

Dos años más tarde cambia de nombre a “ARTÍCULOS DE CUERO Y CALZADO LIZETH”, ofreciendo desde aquel entonces productos de cuero así como calzado. Desde siempre la empresa consideró al cliente como un pilar fundamental para el crecimiento; es por ello que poco a poco se fueron implementando productos que el cliente requería y de igual forma se excluyó el calzado puesto que no se contaba con toda la variedad que se necesita para expender dicho producto.

En el 2002 la empresa cambia de denominación por “ARTECUERO” sintiéndose identificada con este nombre, ya que con una sola palabra el cliente sabe lo que la empresa es y lo que ofrece y con el cual se ha tenido una gran aceptación en el mercado. Desde entonces la empresa se dedica a la comercialización en todo lo referente al cuero. Además se realizan varias remodelaciones y ampliaciones con la finalidad de mejorar la atención al cliente.

Con el tiempo se incrementa la actividad económica y con ello la necesidad y a la vez la exigencia de llevar un mejor control interno, es por esta razón que se decide incorporar el Sistema Administrativo Financiero Integrado SAFI. De esta manera los productos tienen su respectiva codificación y se maneja una correcta técnica de facturación y contabilidad.

A partir del año 2005 se incorporan a la empresa productos de Fashionlana y FABICON, que surten de artículos de lana y ropa casual; respectivamente, ya que son productos complementarios a los principales que Artecuero comercializa.

Paulatinamente se ha ido incrementado la demanda, lo que significa también mayor exigencia por parte de los clientes, por lo que se ha decidido incrementar una nueva forma de trabajo. Es decir la empresa a más de ofrecer los distintos productos terminados en cuanto a chompas de hombre y de mujer que posee en stock se dedicará también a vender dichos productos pero bajo pedido; esto es, mandar a fabricar las chompas con especificaciones y medidas propias del cliente tratando de esta manera cumplir con sus expectativas y requerimientos.

A más de trabajar bajo pedido, se incorpora el plan acumulativo creando así facilidades de pago con la finalidad de motivar al cliente a realizar su compra.

Es de esta manera como la empresa ha ido creciendo con el transcurso del tiempo tratando de adaptarse a las exigencias del cliente y del mercado para poder competir en este entorno tan competitivo que vivimos actualmente.

2.1.2. Definición del ámbito de la Actividad

Como se mencionó anteriormente Artecuero se dedica a la comercialización de artículos de cuero, entre los que podemos mencionar a los siguientes:

- Chompas de cuero; en varios diseños, colores y tallas.
- Carteras
- Billeteras

- Correas
- Sombreros
- Boínas, Gorras y Sombreros
- Monederos y artesanías

Comercializa también ropa casual y de lana pero no en grandes cantidades, ya que su especialidad es el cuero y que gracias a no tener competencia directa se ha convertido en una empresa líder en el mercado. Nuestros principales proveedores son de Ambato, Cotacachi, Ibarra y Quito.

Los productos que expende Artecuero están dirigidos para damas, caballeros y niños, de clase social media y media alta. Pero gracias a la facilidad de pago (plan acumulativo), la empresa ha ganado nuevos clientes de nivel económico medio bajo.

Además la empresa trabajo bajo pedido y sobre medida, confecciona productos de cuero para artistas cayambeños, orquestas, bandas e instituciones. Todo esto se consigue gracias a la ayuda del proveedor que se encuentra en Ambato.

2.1.3. Misión

Somos una empresa dedicada a la comercialización de artículos de cuero cuya finalidad es satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros Clientes, ofreciendo productos de calidad a precios asequibles; mediante el trabajo de un personal comprometido con la empresa y con la colaboración honesta de nuestros proveedores.

2.1.4. Visión

Ser reconocidos como una empresa líder en el sector de manufactura de cuero y llegar a ser los fabricantes de nuestros productos más relevantes.

Queremos crear lealtad y confianza en nuestros clientes, que nuestros trabajadores y proveedores estén orgullosos y satisfechos de trabajar con nosotros.

2.1.5. Objetivos

1. Ofrecer productos de la mejor calidad y proporcionar más valor a los clientes ya que son nuestra razón de ser.
2. Crecer ofreciendo continuamente productos de calidad y extender nuestra actividad hacia la producción de nuestros principales productos.
3. Extender nuestro mercado hacia nuevas áreas a las que podamos atender, viendo los cambios del mercado siempre como una oportunidad para crecer.
4. Producir y comercializar productos innovadores que satisfagan las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

2.2. Análisis Interno

2.2.1. Capacidad Gerencial

A la gerencia se la puede definir como "el arte de hacer que las cosas ocurran"³.

Y por otro lado según Ditcher el gerente "es un término para designar el acto de guiar a los demás, lograr que las cosas se hagan, dar y ejecutar órdenes"⁴. Por su parte Alvarado señala que el gerente "existe para ejecutar el objetivo o misión de la organización"⁵

En la empresa la señora Elena Guevara es la gerente y es quien se encarga de guiar al personal, designar tareas y responsabilidades, de tomar decisiones en cuanto a compra de mercadería, así como

³ Crosby, P; Dinámica Gerencial. México 1998. McGrawHill

⁴ Dichter, E. ¿Es usted un buen gerente? México 1998, McGrawHill

⁵ Alvarado, J. El gerente en las organizaciones del futuro. Caracas 1990

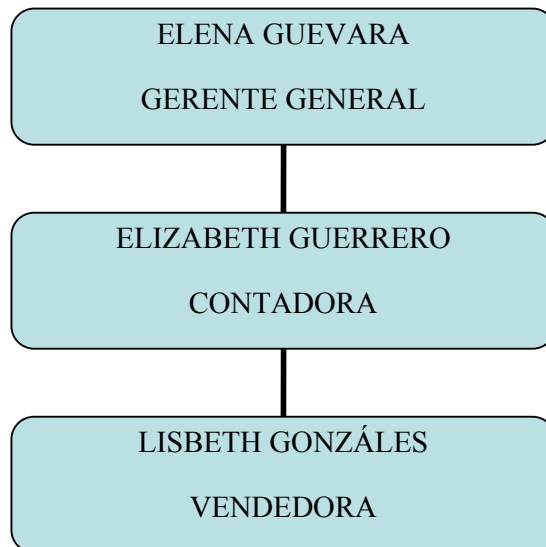
la negociación con los proveedores. Siempre está abierta a opiniones y sugerencias por parte del resto del personal.

2.2.2. Capacidad Contable y Financiera

El ámbito financiero y contable está bajo la responsabilidad de la doctora Elizabeth Guerrero. Es ella quien se encarga del manejo y asesoramiento del sistema contable de la empresa (SAFI), declaraciones de impuestos y además elabora los estados financieros de Artecuro.

2.2.3. Capacidad del Talento Humano

La empresa se maneja bajo el siguiente organigrama



Como se muestra en el gráfico el personal de la empresa consta de cuatro personas; mismas que tienen las siguientes funciones y responsabilidades:

1. La administración de la empresa se encuentra bajo la dirección de la Sra. Elena Guevara quien además es la Gerente Propietaria.
2. La doctora Elizabeth Guerrero se encarga de la contabilidad de la empresa.
3. Por último las ventas y estrato directo al cliente está bajo la responsabilidad de la señorita Lisbeth Gonzáles.

Se ha capacitado al personal en cuanto a servicio al cliente; para concientizar que la persona más importante en la empresa es el cliente y que un positivo servicio al mismo incrementará la productividad en las ventas.

2.2.4. Cadena de Valor

2.2.4.1. Actividades Primarias

Artecuero se dedica a la comercialización de toda clase de artículos de cuero entre sus principales proveedores y productos tenemos a los siguientes:

CUADRO 2.1: Proveedores Directos de Artesuero

PROVEEDOR	LUGAR	PRODUCTO
Guillermo Ruiz	Ambato	Chompas, cierres, broches, sellos, botones, felpa, cuero
Mentor Paredes	Ambato	Guantes, boinas
Elena Pacheco	Quisapincha	Chompas de cuero adulto y niño
Hugo Barona	Quisapincha	Chompas de cuero adulto
Marco Galarza	Ibarra	Mochilas, correas, sellos
Cumandá Morales	Cotacachi	Boinas, chalecos en nobú, correas de perro, carteras.
Normanda Morales	Cotacachi	Boinas, chalecos en nobú, correas de perro, carteras.
Luis Morales	Cotacachi	Boinas, chalecos en nobú, correas de perro, carteras.
Fausto Andramuño	Cotacachi	Carteras, botas, correas, monederos, llaveros.
Pedro Rubio	Cotacachi	Bolsos, boinas
Hugo Noboa	San José de Cotacachi	Carteras en cuero y corrozil, monederos
María Calderón	San José de Cotacachi	Carteras y monederos en corrozil (trabaja a comisión)
Nola Sarzosa	San José de Cotacachi	Carteras, mochilas
Marco Sarzosa	San José de Cotacachi	Carteras, chequeras, porta documentos, billeteras y carteras
Orlando Gallegos	San José de Cotacachi	Monederos
Luis Moreno	Cayambe	Billeteras
Miguel Peña	Quito	Billeteras para mujer y hombre, botas licoreras, monederos, porta matriculas, chequeras
Ángel Cuenca	Quito	Correas en fibra y cuero

FUENTE: INVESTIGACIÓN

ELABORADO POR: La Autora

2.2.4.2. Actividades Secundarias

En cuanto se refiere a las actividades secundarias, la empresa comercializa además ropa casual y de lana provenientes de Fabicon y Fashionlana, respectivamente.

CUADRO 2.2: Proveedores Indirectos de Artecuero

PROVEEDOR	LUGAR	PRODUCTO
Fabicon	Quito	Pantalones, camisas, blusas, chaquetas, chompas.
Fashionlana	Quito	Sacos, ponchos, chalinas, sacos, todo en lada

FUENTE: INVESTIGACIÓN

ELABORADO POR: La Autora

A más de lo ya mencionado, la empresa ofrece el servicio de tinturación y arreglo de artículos de cuero con la finalidad de abarcar más su campo de actividad y poder brindar servicios complementarios al cliente.

El servicio de tinturación se lo realiza dentro de la empresa por el personal de ventas de la misma, ya que no se necesita de alguna técnica en especial y se cuenta con el conocimiento pertinente y el material necesario para poder brindar dicho servicio.

En cuanto al arreglo de los artículos de cuero, la empresa subcontrata a un maestro zapatero cuando se requiera de sus servicios. En este caso Artecuero no puede brindar esta prestación ya que no cuenta con la maquinaria necesaria por lo que se recurre a un tercero.

2.2.5. Análisis de las Actividades de Marketing de la Institución

El marketing de la empresa se ha limitado a promociones por temporada, y ciertas ocasiones se han realizado publicidad en televisión (canal 9 de Cayambe); es decir que no cuenta con un plan de marketing bien estructurado.

2.2.6. Matriz de Evaluación del Factor Interno

2.2.6.1. Matriz FODA

CUADRO 2.3: Matriz FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none">1. La infraestructura de la empresa es propia.2. La empresa está ubicada en un lugar estratégico.3. Se trabaja con proveedores honestos y responsables.4. Experiencia y conocimiento en cuanto al cuero se refiere.5. Posicionamiento en el mercado y en la mente del consumidor.	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1. Producir los principales productos que la empresa expende.2. Crear sucursales dentro y fuera de la ciudad de Cayambe.3. Exportar nuestros productos.4. Aumento de la demanda.5. Ampliar el mercado.
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1. Retraso en el cumplimiento de los pedidos que son confeccionados a la medida del cliente.2. No existe innovación en ciertos productos.3. La demanda de los productos es estacional.4. Falta de recursos para la acción.	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none">1. Cayambe no es reconocida como una ciudad productora de cuero, como lo son Cotacachi, Ambato y Quisapincha.2. Los productos que la empresa expende son considerados como suntuarios.3. Inestabilidad económica y política a nivel de país4. Cambio en las necesidades y gustos de los compradores.

FUENTE: INVESTIGACIÓN

ELABORADO POR: La Autora

2.2.6.2. Matriz DAFO

CUADRO 2.4: Matriz DAFO

FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar la experiencia y conocimiento acerca del cuero, para poder producir en nuestras propias instalaciones. Y de esta manera poder abastecer a la demanda que se ha incrementado. 2. Crear sucursales dentro y fuera de Cayambe, valiéndonos del posicionamiento que hemos logrado en el mercado y en el consumidor. 3. La empresa cuenta con proveedores honestos y responsables con los que se puede crear alianzas para poder exportar los productos de cuero; creando beneficios para ambas partes. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Una vez que Artecuerdo se dedique a la producción podrá eliminar las debilidades en cuanto al retraso en el cumplimiento de los pedidos y la falta de innovación en los productos. Y de esta manera lograremos un cliente más conforme con su compra. 2. Ya que la demanda de los productos que expende Artecuerdo es estacional, se puede ofrecer productos relacionados como por ejemplo calzado.

	<p>4. Artecuero se encuentra ubicada en un lugar estratégico en la ciudad de Cayambe, podemos aprovechar esta zona comercial ampliando el mercado; es decir ofreciendo nuevos productos relacionados al cuero.</p>	
<p>AMENAZAS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar la experiencia y conocimiento que la empresa tiene en cuanto al cuero para poder producir y lograr que Cayambe también se convierta en una ciudad conocida por la venta de cuero. 2. Motivar a los proveedores para que los productos tengan una constante innovación para atraer la atención de los clientes. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obtener los recursos necesarios para producir en la misma empresa. De esta manera disminuiríamos notablemente las debilidades y amenazas que nos aquejan. Es decir ya no seríamos intermediarios por lo que los precios serían más bajos ya que nos convertiríamos en productores. Los modelos de los productos serían diferentes e innovadores. Y ya no existiría retraso en el cumplimiento de los pedidos puesto que se confeccionarían en nuestras propias instalaciones.

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO III

3. Diagnóstico de la Situación Actual Externa

3.1. Análisis Externo

3.1.1. Fuerzas Económicas

La producción de cuero en Ecuador a partir de 1996 ha tenido siempre una tasa de crecimiento positiva con un promedio en los años 1997-2007 del 4% al 6%. La producción total de cueros es el resultado de la producción de cueros vacunos, pieles de oveja y pieles de cabra.

El tipo de cuero que más se produce es el de vacuno que en el año 2000 representó el 97% de la producción total, en menor medida también se produce el cuero de oveja y el de cabra cuya producción en el mismo año es del 3% y 1% respectivamente⁶. Los datos estadísticos se remontan a las fechas mencionadas puesto que no se encontraron datos actuales.

La producción de cueros en el Ecuador es mínima comparada con otros países de la región, incluso no puede abastecer la demanda nacional por lo que se tiene que recurrir a las importaciones. Para el año 1999, la capacidad de producción nacional de cueros terminados fue de 900.000 pieles por año.

Actualmente según información de ANCE (Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador) se estima una producción de 450.000 cueros terminados anualmente, 500.000 según ASOFACAL (Asociación de fabricantes de Calzado). De acuerdo a ASOFACAL en el sector ganadero del Ecuador existen cerca de

⁶ CORPEI, Estudio sobre el sector cuero

4'300.000 cabezas de ganado, que generan la producción de pieles y cueros de la siguiente manera:

- Faenamiento anual 18%: 774.000 pieles
- Salen del país (en pie o como cuero salado): 200.000 pieles
- Se venden a las curtiembres: 574.000 pieles
- Pieles inservibles 5%
- Desperdicios 5%
- Cueros curtidos terminados y comercializados 500.000 aproximadamente.

De esta producción el cuero terminado se distribuye en: Calzado 77%, vestuario 4%, marroquinería 4%, suela o vegetal 6% y tapicería 9%.

La provincia de Tungurahua se caracteriza por la producción artesanal de artículos de cuero. Para los años 70 la actividad netamente artesanal tiende a industrializarse, muchos de los talleres familiares se convierten en empresas teniendo como característica que los artículos ecuatorianos eran bastante resistentes y durables antes que por una simple moda.

Cayambe no se caracteriza por la producción de cuero como materia prima, ni como producto final. Así que una vez que Artecuero incorpore el proceso de producción, el material directo se lo comprará en ciudades donde se dediquen a la curtiembre del cuero.

3.1.2. Fuerzas Sociales y Culturales

Muchas de las veces las fuerzas sociales y culturales son las más importantes debido al impacto que tienen sobre la gente. Se debe tomar en cuenta la cultura, tradición y la psicología de las personas a las que se les va a ofrecer los productos.

La producción de pieles y cueros no dependen tanto de su propia demanda, sino que tiene que ver directamente con el consumo de carne, por lo que la temporada de producción de cueros se regirá a los factores que determinen un mayor o menor consumo de carne en determinadas temporadas, siendo el principal el cambio de las preferencias de los consumidores de la carne roja a la de aves. Es por ello que en ocasiones la materia prima, cuero, se la importa (pocas) de forma legal y la gran mayoría de contrabando, principalmente de Colombia y Perú.

Pero se puede decir que los productos de cuero tienen gran acogida en el mercado ecuatoriano y es por ello que ciudades como Ambato y Cotacachi se han especializado en la elaboración de dichos productos, ya que la mayor cantidad de producción es destinada al consumo interno. La provincia de Tungurahua cuenta con 1770 talleres artesanales que se dedican a las confecciones en cuero y a la tapicería, representa el 75.58% de la actividad artesanal del Ecuador. Sus principales talleres se localizan en los cantones Ambato, Baños y Quisapincha.

La provincia de Imbabura tiene 309 talleres artesanales que al igual que Tungurahua se dedican a la actividad de confección de cuero, representa el 13.19% de talleres de cuero. Sus principales locales se encuentran en el cantón Cotacachi con una producción de alta calidad de cuero.

Otras provincias que se dedican a esta actividad pero en menor proporción son: Azuay con 100 talleres y Cotopaxi con 94 talleres, representan el 4.27% y 4.01% de la actividad en artesanías y cuero en el Ecuador, respectivamente.

En las restantes 6 provincias del Ecuador la producción de artículos de cuero es mínima con apenas 69 talleres artesanales, que representan el 2.94% dentro del universo global en la actividad del cuero y afines. Teniendo así:

Cañar 0.43%

Chimborazo 0.26%

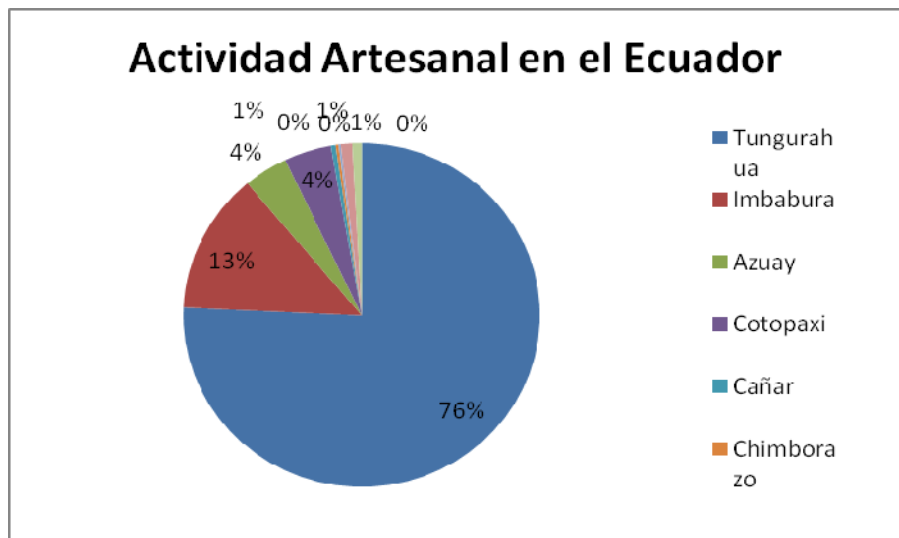
Loja 0.21%

Los Ríos 1.02%

Manabí 0.85%

Pichincha 0.17%

GRÁFICO 3.1: Actividad Artesanal en el Ecuador



Fuente: "Proyecto de producción, distribución, y comercialización de Artículos de Cuero en la provincia de Tungurahua, parroquia Quisapincha"

Elaborado por: La Autora

Por otro lado, tomando en cuenta la cultura y tradición en la venta de los artículos de cuero en la ciudad de Cayambe, donde se encuentra localizada Artecuerdo, se puede señalar que son factores que influyen en el informe de ventas. Pues, como se mencionó anteriormente la venta de los productos de cuero en Artecuerdo es por temporada y una de las temporadas más altas es en junio; debido a que son las fiestas tradicionales de Cayambe

denominadas “San Pedro de Cayambe”. Es por esta razón que la demanda de los productos de la empresa aumenta.

Gran parte de nuestra cuota de mercado la componen los clientes de la zona rural de Cayambe. Y una de las tradiciones de los indígenas de las distintas comunidades de la ciudad en cuestión, es celebrar las Fiestas del Sol y la Cosecha, mismas que se festejan en el 29 de junio de cada año. Para ello la vestimenta es crucial, y está compuesta por: chompa de cuero, sombrero de cuero y zamarro (entre otros implementos, pero por motivo de la investigación solo se mencionan los más relevantes).

3.1.3. Fuerzas Tecnológicas

La tecnología en el sector del cuero al igual que en la mayoría de las industrias ecuatorianas aún no cuentan con un desarrollo considerable utilizada en los países con un mayor nivel de desarrollo, su capacidad tecnológica industrial, en las curtiembres, cubre relativamente las necesidades del tamaño del mercado que actualmente capta, sin embargo su producción es deficitaria con relación a la demanda del producto.

La producción de pieles crudas, es el que adolece de los peores niveles de tecnología industrial, es más, ésta es casi inexistente. Esto ha provocado que la calidad de este producto, según varios estudios realizados, sea baja.

Entre los principales obstáculos que han frenado el desarrollo de la industria del cuero están:

1. La piel del ganado bovino, ovino, caprino, etc., que procesan las curtiembres, presentan cualidades deficientes por la crianza y cuidado del ganado, transporte, camales, preservación, entre otros factores que no tienen ningún control estricto de calidad

y por el contrario son actividades que se realizan de una forma arcaica y obsoleta. Esto afecta al proceso de curtido y al producto final, el cuero.

2. Las ganaderías reducen considerablemente la calidad de la piel entre otros factores por:
 - Utilización de alambres de púas, prohibido en otros países productores de piel.
 - Deficiente alimentación, maltrato y golpes.
 - Marcas con fuego, también reglamentado en otros países.
 - Plagas, especialmente garrapatas principalmente en la Costa y Oriente.
3. El transporte es inadecuado para el ganado, que viaja atado y hacinado, generando daños adicionales a la piel.
4. Los camales producen varios daños irreversibles en las distintas etapas del proceso de matanza (cortes, manchas, sellos, etc.) y preservación preliminar de la piel (salado y/o congelamiento).
5. Por último, la conservación de la piel por intermediarios y curtiembres no es óptima, para conseguir una piel de calidad.

En general por lo anotado y por deficiencias en sus propios procesos, pocas curtiembres logran productos terminados de calidad internacional.

Adicionalmente, en muchos casos el producto de buena calidad que existe se lo envía a Colombia y el resto del producto final es destinado para consumo nacional.

Para curtir el cuero se utilizan la siguiente maquinaria:

- Máquina Descarnadora.- sirve para sacar la carnaza del cuero
- Máquina de dividir en tripa.- sirve para cortar el cuero

- Máquina de dividir wet blue.- sirve para cortar el cuero procesado
- Máquina Estacadora.-sirve para templar el cuero

Dicha maquinaria se la puede encontrar en países como España, Alemania, Checoslovaquia y Ecuador. Los precios oscilan entre \$4000 - \$80000 dependiendo de la marca y del estado de la máquina, ya que muchas de las veces se las compra a medio uso, sobre todo en el extranjero.

Para la confección del cuero se utilizan la siguiente maquinaria:

- Máquina recta para cuero
- Máquina de codo para cuero
- Máquina Devastadora

Los precios de las máquinas varían de acuerdo a la marca (Paff, Singer, etc.). Se las puede encontrar desde \$600 en el mercado ecuatoriano.

3.1.4. Análisis Competitivo: Modelo de las 5 fuerzas competitivas

3.1.4.1. Amenaza de nuevos competidores

Siempre los nuevos competidores constituyen una amenaza para la empresa ya que no se conoce la forma de accionar por el hecho de ser nuevos en el mercado. Pueden ofrecer productos con una diferenciación considerable, a menor precio, mejor calidad, o buscar la manera de igualar o superar nuestro producto. Para ello deben tomar en cuenta las barreras de entrada como por ejemplo: la inversión inicial que se requiere, tener acceso a proveedores, las economías a escala, el costo que les representa a los clientes un cambio de proveedor.

Una vez que Artecuerdo empiece a producir por cuenta propia se puede lograr economías de escala como una barrera de entrada para los nuevos competidores, a través de un aumento en el volumen de producción, una disminución en sus costos, accesos a insumos particulares que marquen la diferencia frente a los competidores, y también manteniendo el aumento directo de los canales de distribución como forma de mejorar la llegada de los productos requeridos por los clientes, y teniendo en cuenta la experiencia obtenida a través de los años que lleva la empresa en funcionamiento.

3.1.4.2. Rivalidad entre competidores existentes

Como ya se ha mencionado, Artecuerdo es la única empresa en Cayambe que comercializa productos en todo lo referente al cuero. Pero por otro lado existen locales, en los que expenden ciertos artículos de cuero, a los que se les considera también competidores existentes en el mercado, porque a pesar de que no se especializan en el cuero de una u otra manera existe rivalidad con Artecuerdo.

Entre ellas podemos mencionar a:

- Centro Comercial Max Max (venta de billeteras y artículos varios de cuero)
- Creaciones Jiménez (venta de carteras de cuero)

Como se puede observar la rivalidad entre empresas existentes es mínima ya que existe un solo líder en el mercado que es Artecuerdo, existen pocos competidores de igual o menor tamaño.

3.1.4.3. Amenaza de productos sustitutos

En la actualidad, el cuero tiene sustitutos, muchas sustancias artificiales se producen y venden como cuero sintético. Entre estos productos hay plásticos, como el cloruro de polivinilo, o fibras no tejidas impregnadas con agentes aglomerantes. Estos materiales carecen de la porosidad, flexibilidad y resistencia del cuero. Sin embargo, su producción resulta más barata que la del cuero, por lo que se han hecho con una cuota de mercado importante.

Como se mencionó la producción de los materiales sintéticos como el corrozil o cuero sintético son mucho más baratos y por ende el precio al público también lo es; llegando a constituirse en una amenaza ya que los consumidores muchas de las veces consideran al precio, más no la calidad, como factor primordial al tomar la decisión de compra.

3.1.4.4. Poder de Negociación de los Clientes

“Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo⁷”.

Relacionando el párrafo anterior con Artecuerdo podemos decir que los productos que la empresa expende, específicamente en las chompas de cuero existe una diferenciación, ya que se confeccionan bajo pedido; y esto hace que tengan detalles diferentes las unas de las otras.

⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas

Los costos de los productos debido a la materia prima (cuero), a la calidad de ésta y a la confección que se requiere, hace que adquiera un valor dispendioso. Sin embargo los clientes consientes del producto que se ofrece aceptan el precio proporcionado a los artículos de cuero.

Con lo anteriormente citado se concluye diciendo que el cliente carece de poder de negociación, ya que Artecuerdo es la única empresa en la ciudad de Cayambe que se especializa en la comercialización de artículos de cuero. Por lo que el cliente acepta lo que la empresa pone a su disposición.

3.1.4.5. Poder de Negociación de los Proveedores

El poder de negociación de los proveedores es bajo, ya que la empresa cuenta con una variedad de proveedores, (excepto para las chompas de cuero), mismos que no han impuesto sus condiciones de precio y tamaño del pedido, porque son proveedores que ya han mantenido relaciones comerciales desde hace varios años atrás con Artecuerdo.

En cuanto a las chompas de cuero la empresa se maneja con un solo proveedor, con el que trabaja también con los pedidos específicos de los clientes. En este caso se puede decir que el poder de negociación es alto ya que solo se cuenta con un proveedor, el que puede imponer sus precios y sus condiciones.

3.2. Diseño de la Investigación

En un inicio, según tabla de contenidos estaba planificado realizar parte de la investigación a través de encuestas, así como se muestra a continuación. Pero después de un análisis se quedó de acuerdo con mi director de tesis, el Ing. Edwin Gómez, utilizar más bien los datos históricos de la empresa y trabajar con ellos para los fines pertinentes de la investigación.

3.2.1. Objetivos de la Investigación

- Determinar la factibilidad de incorporar el proceso productivo a la empresa Artecuro.
- Establecer la demanda insatisfecha actual, para saber cuáles son los motivos de su insatisfacción y poder aplicar estrategias para que nuestro servicio iguale o supere las expectativas del consumidor.
- Obtener datos mediante la encuesta, que nos permita direccionar nuestro camino hacia la satisfacción del cliente y a más de ello obtener rentabilidad.
- Conocer qué productos serán los más demandados por los clientes, para que Artecuro pueda producirlos.
- Saber qué es lo que el cliente busca en los productos de cuero, para que una vez que Artecuro produzca, poder confeccionar productos afines a los gustos de los clientes.
- Tener conocimiento acerca de la competencia, para aprender de ella, crear estrategias y poder superarla.

3.2.2. Diseño de la Muestra

Población de Cayambe

Población Urbana: 40417

Población Rural: 29327

Población Total: 69744

$$n = \frac{Nz^2pmqm}{z^2pmqm + (N - 1)(pm - p)^2}$$

$$n = \frac{69744(1.64)^2(0.50)(0.50)}{(1.64)^2(0.50)(0.50) + (69744 - 1)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{46896}{117.24}$$

$n = 400$ encuestas

3.2.3. Diseño de la Encuesta

FORMATO DE LA ENCUESTA

La presente encuesta será utilizada con fines académicos de investigación. Se le agradece por la atención prestada a la misma.

1.- ¿Acostumbra a comprar artículos de cuero?

SI

NO

¿Por qué?

2.- ¿Cuáles de los siguientes productos suele comprar, con qué frecuencia y a qué precio?

ARTÍCULO	FRECUENCIA (diario, mensual, anual, etc.)	PRECIO
Chompas		
Carteras		
Billeteras		
Correas		
Sombreros		
Otros (especifique)		

3- ¿Dónde compró su artículo de cuero?

Cotacachi

Otavalo

Ibarra

Ambato

Quito

Cayambe

Otro (Especifique)

4.- ¿Puede mencionar el nombre del lugar (empresa, almacén, etc.) donde compró sus productos de cuero?

5.- ¿Está satisfecho con el producto de cuero adquirido?

SI

NO

¿Por qué?

6.- ¿Qué factores considera usted importantes para tomar la decisión de compra?

Calidad

Imagen del Producto

Precio

Atención al Cliente

Marca

Diseño del Producto

7.- ¿De su presupuesto de vestimenta qué porcentaje asignaría usted a los productos de cuero?

8.- ¿En alguna ocasión adquirió un producto de cuero hecho a su medida o a su gusto?

SI

NO

¿En qué lugar?

9.- ¿Cuál es su opinión acerca de ofrecer el servicio sobre medida en los productos de cuero específicamente en cuanto a vestimenta?

3.2.4. Datos históricos de la empresa Artecuero

Los datos que se presentarán a continuación son datos históricos del sistema contable que la empresa maneja. Existe información desde el año 2004 a partir del mes de marzo, ya que desde dicha fecha la empresa incorporó el sistema SAFI a sus funciones.

La información está recopilada por los siguientes grupos de productos de cuero:

1. Billeteras:

Dentro de este grupo constan los porta documentos, porta chequeras y billeteras en general.

2. Carteras:

Incluye todo tipo de bolsos, portafolios, mochilas y carteras de cuero.

3. Chompas:

Dentro de las chompas de cuero tenemos a los chalecos, gabanes y chompas de hombre y mujer.

4. Guantes:

Tenemos guantes afelpados, sin piel y cortos

5. Sombreros:

Consiste en sombreros de cuero en diferentes tallas; así como gorras y boinas.

6. Correas:

En cuanto a correas tenemos correas de cuero para damas, caballeros y niños.

7. Varios:

Dentro de este grupo se encuentran los monederos, llaveros, chusos, pulseras, carteras pequeñas.

Estadísticas por Grupo de Productos Año 2004

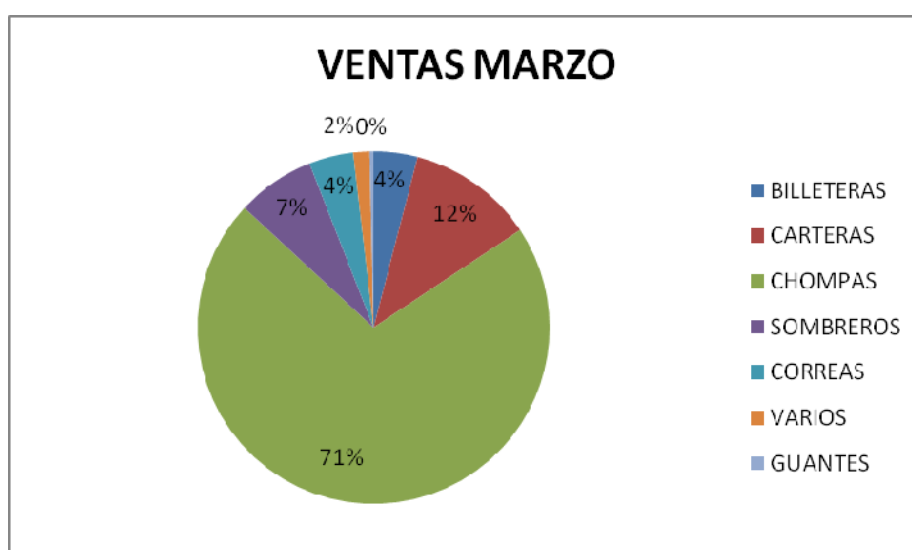
CUADRO 3.1: Ventas Marzo 2004

MARZO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$101	\$291,60	\$1784,64	\$180,10	\$102,09	\$37,45	\$9	\$2505,88

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.2: Ventas Marzo 2004



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En el año 2004 tenemos información a partir del mes de marzo, por razones mencionadas anteriormente.

Una vez hecho el análisis de las ventas durante este mes, tomando en cuenta solo los productos de cuero por motivos de la presente investigación, tenemos los siguientes resultados:

Las ventas totales fueron de \$2 505.88, en donde el mayor rubro fue el de las chompas de cuero con un 71% del total de las ventas, en segundo lugar están las carteras con un 12%, seguidamente los sombreros con un 7%, correas y billeteras con un 4%, y por último los artículos varios con un 2% de todas las ventas del mes de marzo.

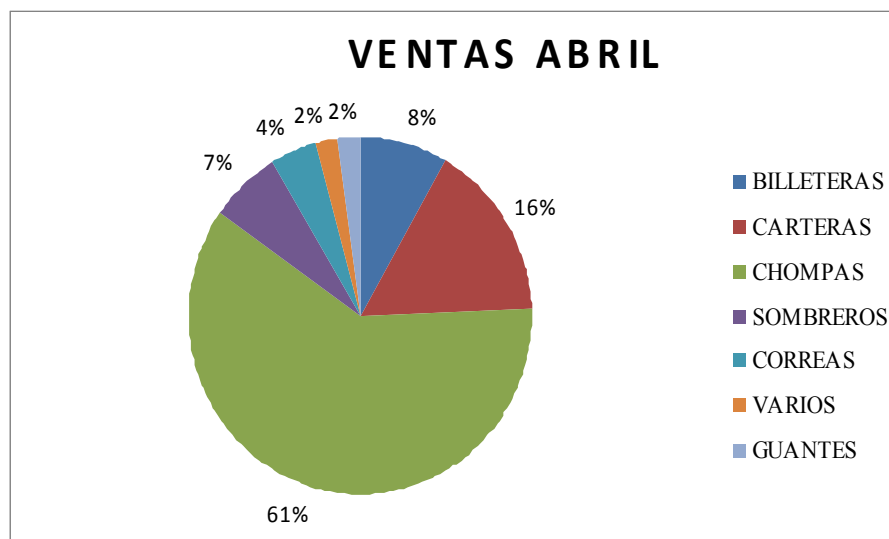
CUADRO 3.2: Ventas Abril 2004

ABRIL							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$222,57	\$425,59	\$1612,51	\$176,75	\$115,65	\$51,69	\$60,38	\$2665,14

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.3: Ventas Abril 2004



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En el mes de abril el total de las ventas fueron de \$2 665.14, en donde las chompas de cuero representan el 61% del rubro total, en segundo lugar se encuentran las carteras de cuero con un 16%, posteriormente tenemos a las billeteras con un 8%, seguidamente los sombreros de cuero con un 7%, el 4% de las ventas que corresponde a las correas. Finalmente los artículos varios y guantes con un 2%.

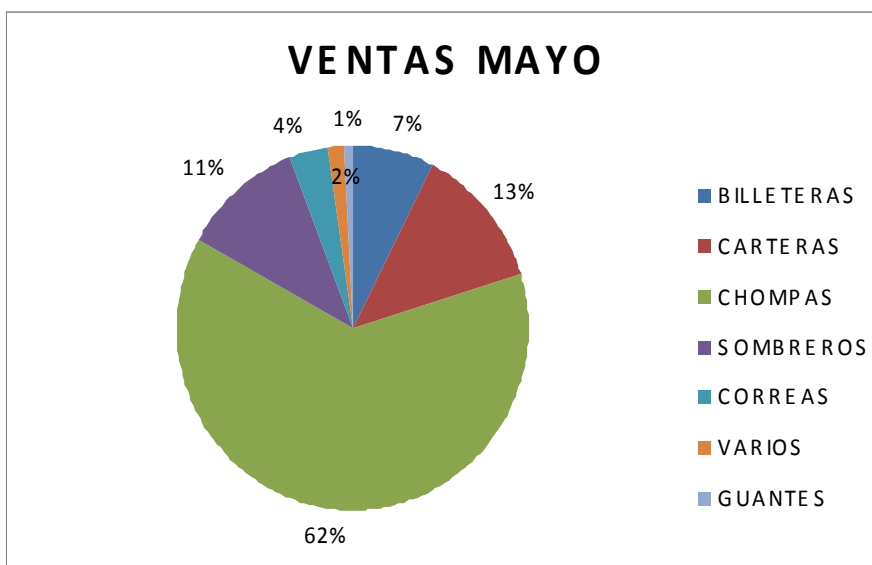
CUADRO 3.3: Ventas Mayo 2004

MAYO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$194,15	\$331	\$1629,99	\$288,97	\$91,55	\$39	\$22	\$2596,66

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.4: Ventas Mayo 2004



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El valor de las ventas durante el mes de mayo fueron de \$2 596.66. El valor más significativo fue el de las chompas de cuero con un 62% del total de las ventas, seguidamente tenemos las carteras de cuero con el 13%, posteriormente se encuentran los sombreros con un 11%, consecutivamente las billeteras las cuales representan el 7%. Para finalizar tenemos las correas, artículos varios y guantes; con un 4%, 2% y 1% respectivamente.

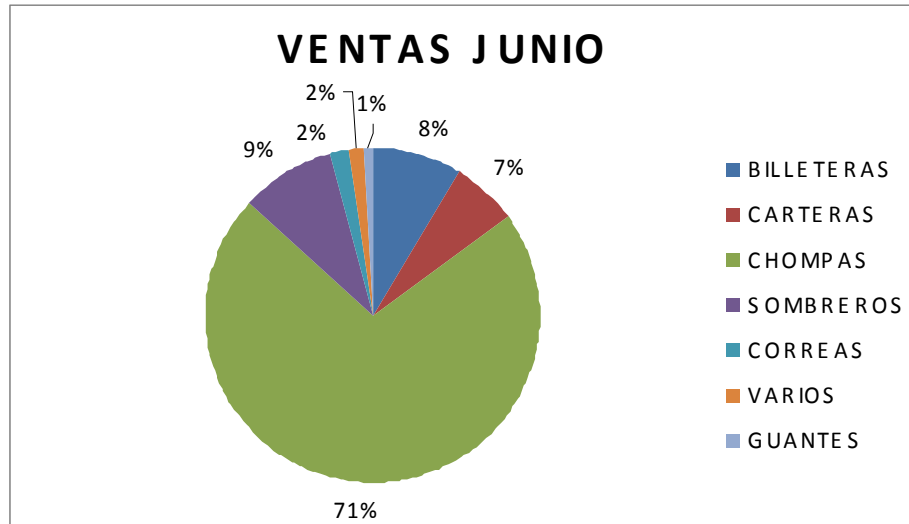
CUADRO 3.4: Ventas Junio 2004

JUNIO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$373,09	\$291,61	\$3140,93	\$403,28	\$79,89	\$69,49	\$33,91	\$4392,2

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.5: Ventas Junio 2004



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El rubro de las ventas durante el mes de junio fue de \$4392.2. Las chompas de cuero representaron el 71% del total de las ventas, los sombreros se encuentran en segundo lugar con el 9%, consecutivamente las billeteras con el 8%, inmediatamente tenemos con un 7% a las carteras de cuero. Las correas, artículos varios y guantes de cuero representan el 2%, 2% y 1% del total de ventas del mes de junio; respectivamente.

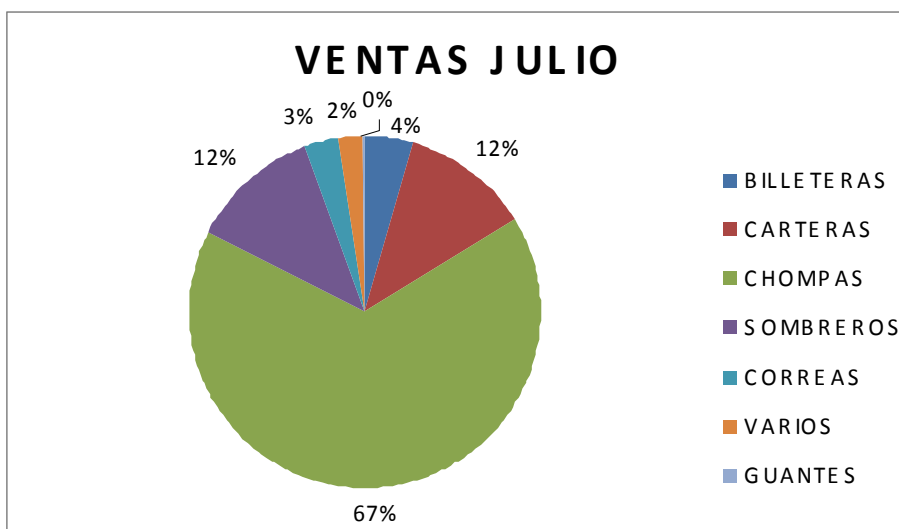
CUADRO 3.5: Ventas Julio 2004

JULIO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$152,33	\$398,82	\$2252,29	\$407,98	\$107,65	\$73,74	\$7,5	\$3400,31

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.6: Ventas Julio 2004



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El mes de julio tuvo un total de ventas del \$3 400.41. Las chompas de cuero constituyen el 67% del rubro total. Las carteras y sombreros de cuero representan el 12%, seguidamente tenemos a las billeteras con el 4%, correas con el 3%. Por último los artículos varios con el 2% y guantes que tienen una mínima representación.

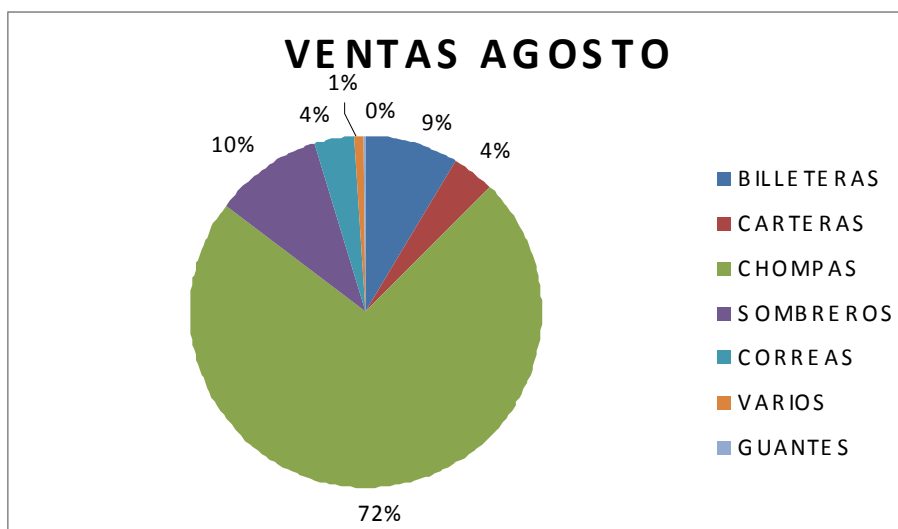
CUADRO 3.6: Ventas Agosto 2004

AGOSTO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$149,48	\$64,79	\$1248,78	\$170	\$63,93	\$14,6	\$4,5	\$1716,08

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.7: Ventas Agosto 2004



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En cuanto al mes de agosto el total de ventas fueron de \$1716.08. Así como en los meses anteriores las chompas de cuero tienen el más alto porcentaje, en este caso es el 72% de las ventas totales. Los sombreros constituyen el 10%, posteriormente se encuentran las billeteras con el 9%, tanto las carteras como las correas de cuero representan el 4%, y los porcentajes más bajos los tienen los artículos varios con un 1% y los guantes en última posición.

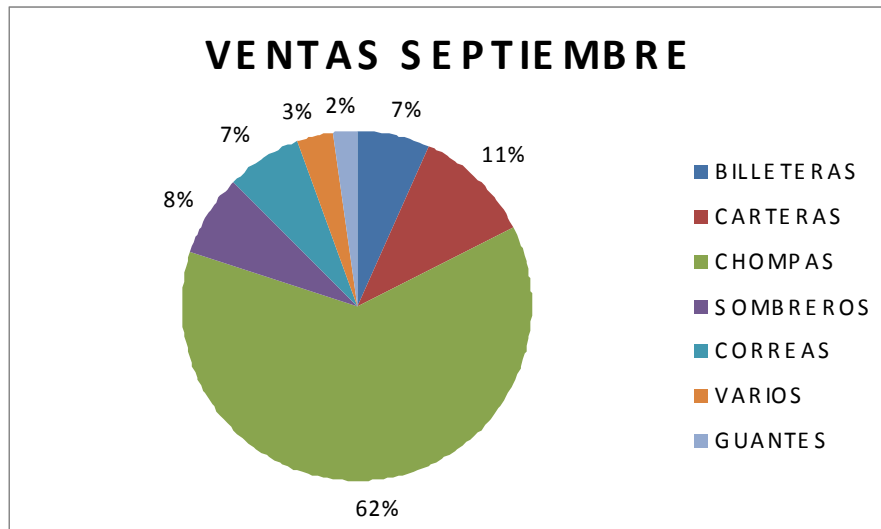
CUADRO 3.7: Ventas Septiembre 2004

SEPTIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$128,73	\$209,7	\$1198,98	\$146,51	\$133,46	\$61,6	\$42,69	\$1921,67

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.8: Ventas Septiembre 2004



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Durante el mes de septiembre las ventas fueron de \$1 921.67. En primer lugar se encuentran las chompas de cuero con un 62%, seguidamente las carteras de cuero con el 11%, los sombreros constituyen el 8% de las ventas. Tanto las billeteras como las correas representan el 7%. Los artículos varios el 3% y por últimos los guantes con un 2%.

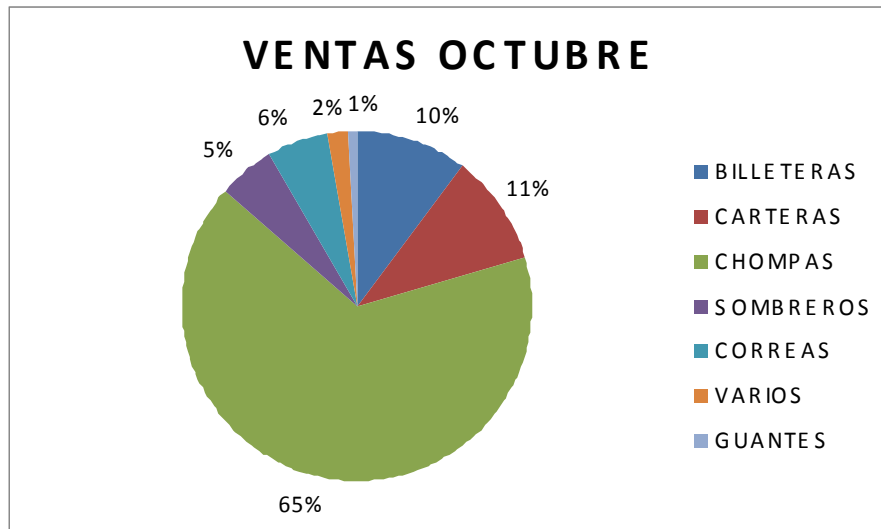
CUADRO 3.8: Ventas Octubre 2004

OCTUBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$170,64	\$176,32	\$1100,99	\$88,01	\$92,89	\$35,6	\$12,5	\$1676,95

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.9: Ventas Octubre 2004



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El rubro total de las ventas en el mes de octubre fue de \$1 676.95. Las chompas de cuero representan el 65% del total. En segundo lugar tenemos a las carteras de cuero con un 11%, seguidamente se encuentran las billeteras con un 10%, posteriormente las correas con un 6%, los sombreros ocupan el siguiente lugar con el 5%. Por último los artículos varios representan el 2% y los guantes el 1%.

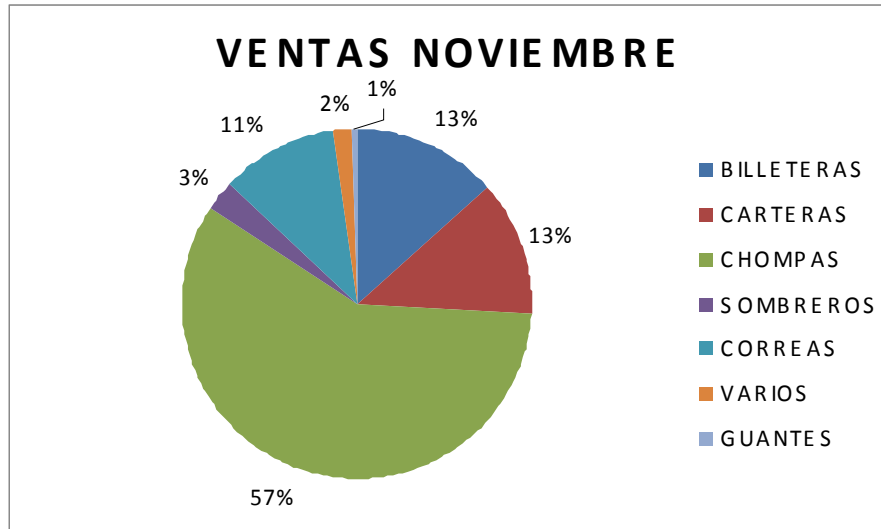
CUADRO 3.9: Ventas Noviembre 2004

NOVIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$175,28	\$166,22	\$765	\$36,51	\$143,15	\$20,79	\$8	\$1314,95

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.10: Ventas Noviembre 2004



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Las ventas totales del mes de noviembre fueron de \$1 314.95. Nuevamente las chompas de cuero alcanzan el porcentaje más alto con el 57%. Tanto las billeteras como las carteras de cuero representan el 13%. Las correas ocupan el siguiente lugar con un 11%. A los sombreros, artículos varios y guantes les corresponde el 3% 2% 1%; respectivamente.

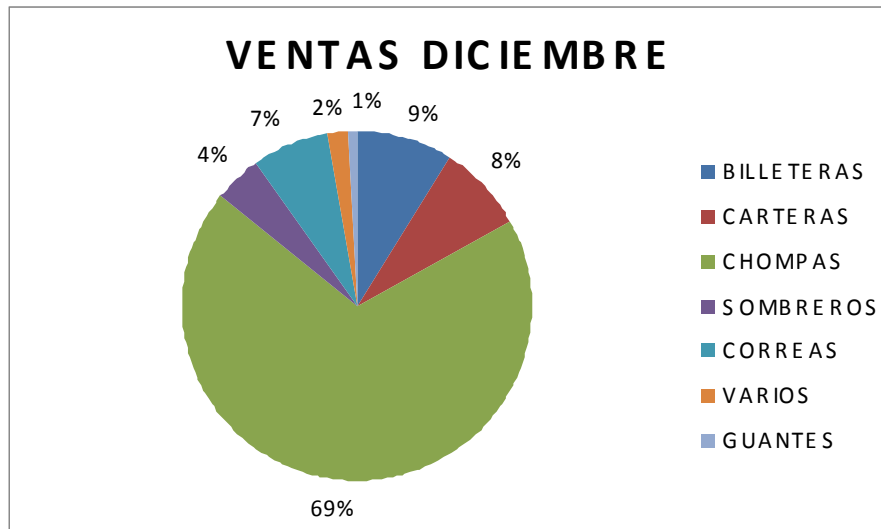
CUADRO 3.10: Ventas Diciembre 2004

DICIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$412,45	\$359,27	\$3167,48	\$201,22	\$318,93	\$85,37	\$41,68	\$4586,4

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.11: Ventas Diciembre 2004



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Durante el mes de diciembre las ventas fueron de \$4 586.4; constituyéndose en el rubro más alto de todo el año 2004. En este caso las chompas de cuero representan el 69% de las ventas totales, las billeteras el 9%, carteras de cuero el 8%, correas el 7%, sombreros el 4%, artículos varios el 2% y por último los guantes de cuero el 1%.

Para concluir el análisis del año 2004, se debe mencionar también que a través de los datos obtenidos nos podemos dar cuenta que los meses en los que se registran mayores ventas son junio y diciembre. Principalmente porque en el primer mes mencionado se realizan las fiestas de la ciudad y en diciembre por las festividades de Navidad.

Los artículos de cuero que tuvieron mayor aceptación y por ende los más comercializados durante el año 2004 fueron: Chompas, Sombreros, Carteras y Billeteras de cuero.

Estadísticas por Grupo de Productos Año 2005

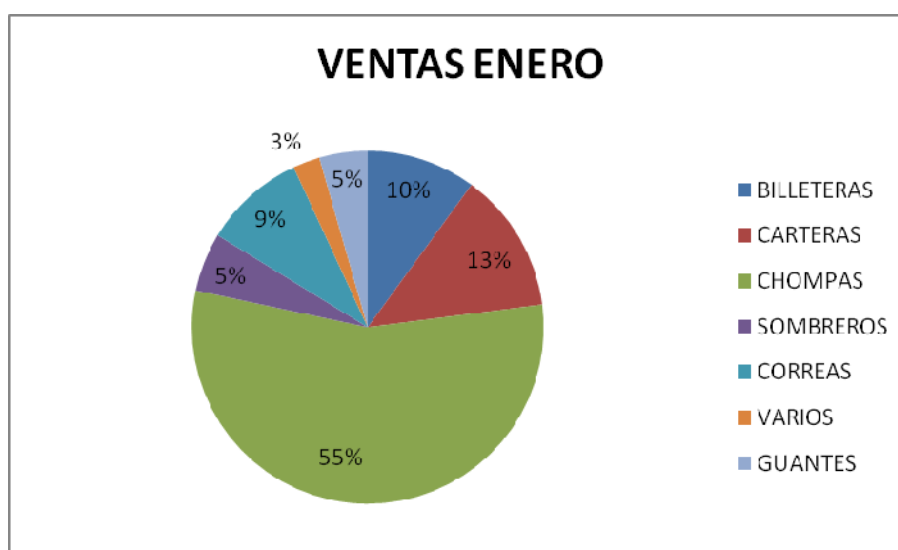
CUADRO 3.11: Ventas Enero 2005

ENERO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$141	\$181,28	\$778	\$75,61	\$131,2	\$34,86	\$62,41	\$1404,36

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.12: Ventas Enero 2005



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El monto total de las ventas en el mes de enero del año 2005 fue de \$1404.36. En primer lugar tenemos a las chompas de cuero; mismas que representan el 55% del total, en segundo lugar se encuentran las carteras con un 13%, seguidamente con un 10% las billeteras, posteriormente tenemos a las correas con un 9%; los sombreros, guantes y artículos varios representan el 5%, 5% y 3%, respectivamente.

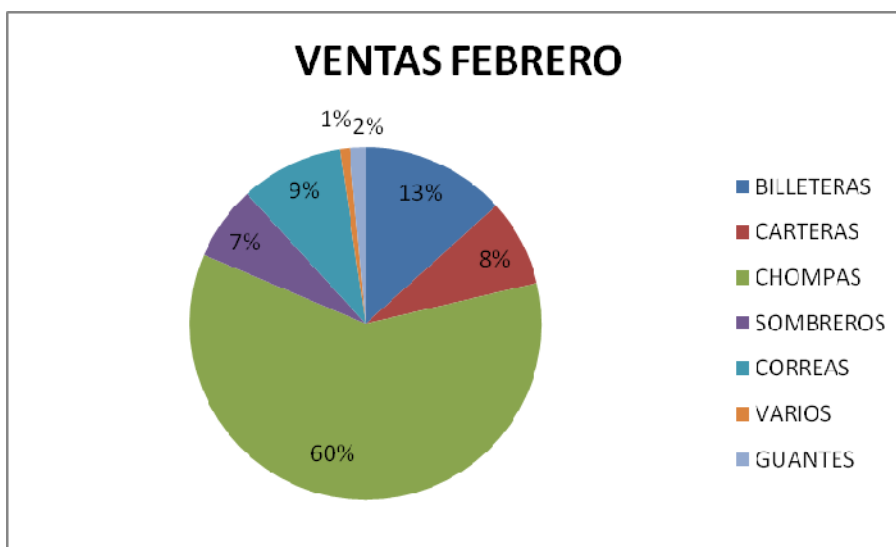
CUADRO 3.12: Ventas Febrero 2005

FEBRERO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$173,74	\$104,51	\$786,02	\$89,02	\$123,44	\$11,61	\$19,1	\$1307,44

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.13: Ventas Febrero 2005



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En cuanto al mes de febrero el total de las ventas fueron de \$1307.44. Las chompas de cuero representan el 60%, las billeteras el 13%. Las correas constituyen el 9% del rubro total de las ventas. Posteriormente se encuentran las carteras con un 8%, seguidamente los sombreros con el 7%. Por último tenemos a los guantes de cuero con un 2% y a los artículos varios con un 1%.

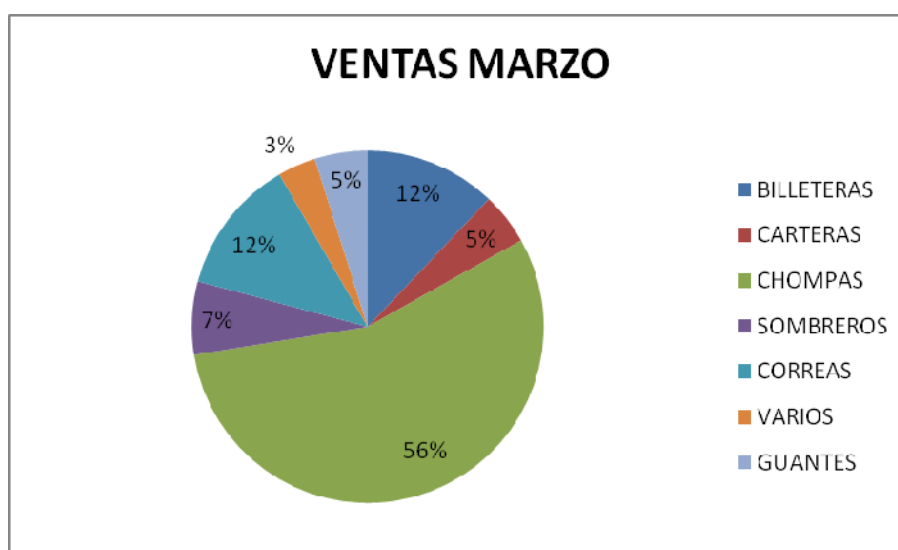
CUADRO 3.13: Ventas Marzo 2005

MARZO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$200,91	\$79,11	\$924	\$111,45	\$207,17	\$58,3	\$80,88	\$1661,82

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.14: Ventas Marzo 2005



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Las ventas totales del mes de marzo fueron de \$1 661.82. En donde las chompas de cuero tiene el porcentaje más alto ya que representa el 56% del total de las ventas. En segundo lugar se encuentran las billeteras y correas ambas con el 12%. Los sombreros constituyen el 7%. Tanto las carteras como los guantes de cuero poseen el 5%. En último lugar tenemos a los artículos varios con un 3%.

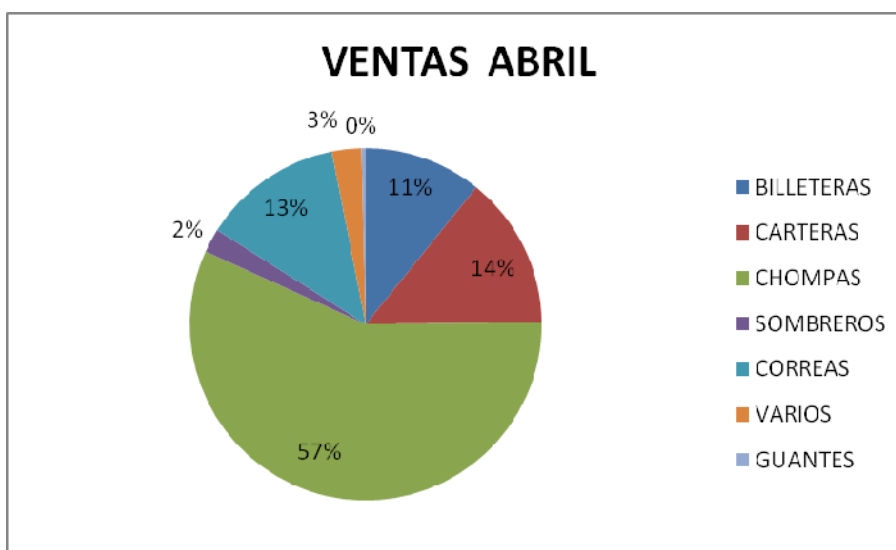
CUADRO 3.14: Ventas Abril 2005

ABRIL							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$238,96	\$309,8	\$1258,02	\$48,75	\$285,35	\$59,63	\$8,7	\$2209,21

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.15: Ventas Abril 2005



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El total de las ventas en el mes de abril fueron de \$2 209.21. En primer lugar se encuentran las chompas de cuero con el 57%. En la siguiente posición tenemos a las carteras de cuero con el 14%. Seguidamente se encuentran las correas con un 13%. Las billeteras representan el 11% del total de las ventas. Los artículos varios, sombreros y guantes ocupan los últimos lugares con el 3%, 2% y 0%; respectivamente.

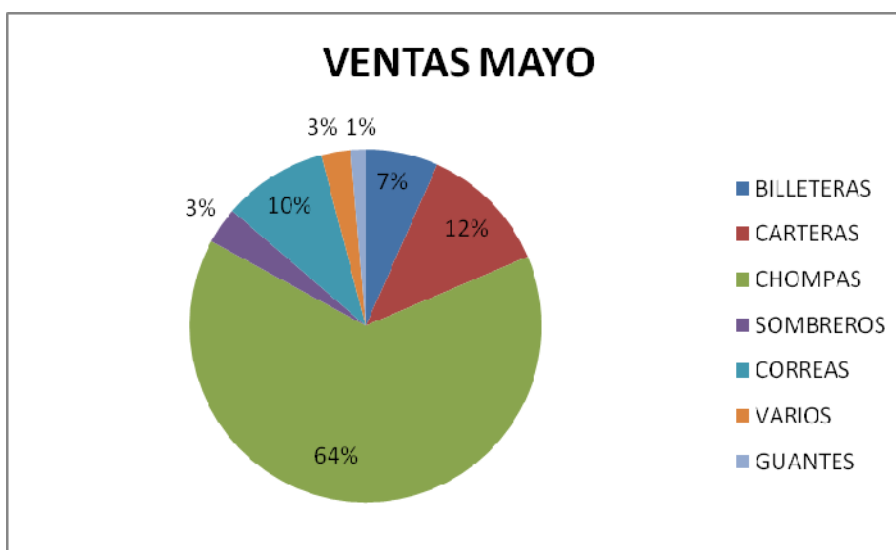
CUADRO 3.15: Ventas Mayo 2005

MAYO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$216,4	\$387,52	\$2090,04	\$108,51	\$312,56	\$88,32	\$44,08	\$3247,43

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.16: Ventas Mayo 2005



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Los resultados de las ventas de mayo fueron de \$3 247.43. Las chompas de cuero representaron la mayor parte de las ventas con el 64%. Posteriormente tenemos a las carteras con el 12%. A continuación se encuentran las correas de cuero con el 10%, seguidamente las billeteras con el 7%. Tanto los sombreros como los artículos varios simbolizan el 3%. Y por último los guantes de cuero con el 1%.

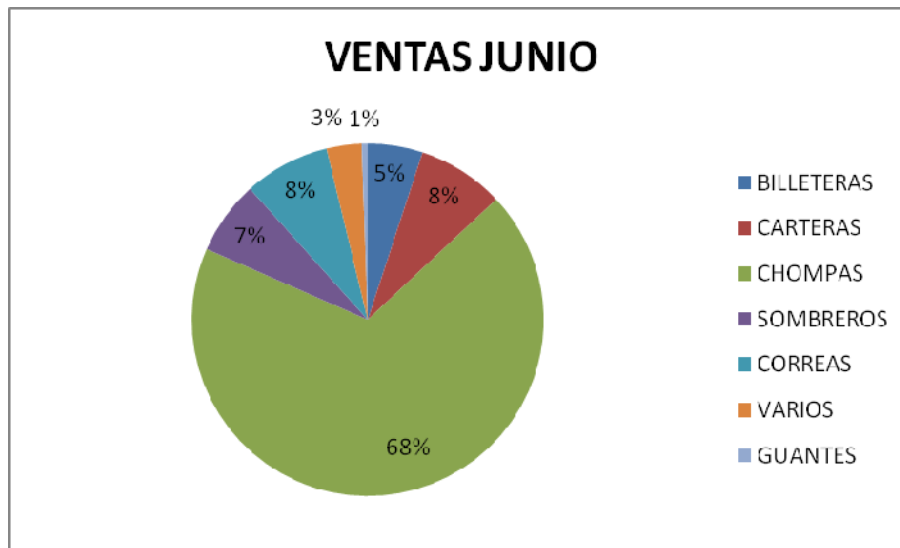
CUADRO 3.16: Ventas Junio 2005

JUNIO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$201,73	\$318,68	\$2738,06	\$270,09	\$315,26	\$128,56	\$22,2	\$3994,58

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.17: Ventas Junio 2005



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En cuanto al mes de junio el total de las ventas fueron de \$3 994.58. Como en los anteriores meses las chompas de cuero tienen el mayor porcentaje, esta vez es el 68% del rubro total. Las carteras y las correas de cuero tienen la misma proporción, ambas con el 8%. Posteriormente se encuentran los sombreros con el 7%. Las billeteras ocupan el siguiente lugar con el 5%. Los artículos varios representan el 3% y los guantes de cuero el 1%.

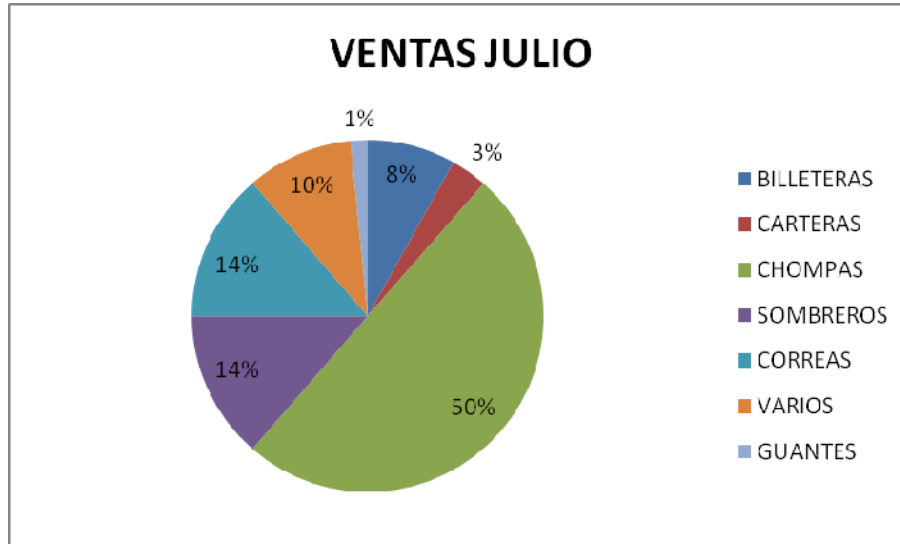
CUADRO 3.17: Ventas Julio 2005

JULIO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$165,18	\$68,29	\$1018,02	\$277,41	\$278,21	\$199,71	\$32	\$2038,82

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.18: Ventas Julio 2005



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El total de las ventas en el mes de julio fue de \$2 0380.82. Las chompas de cuero se encuentran en primer lugar con el 50%. Tanto los sombreros como las correas de cuero representan el 14% de las ventas. Los artículos varios alcanzan el 10% superando a las billeteras, las que constituyen el 8%; debido a las festividades Cayambeñas se han incluido dentro de este grupo a las botellas licoreras de cuero las que han tenido una demanda considerable. Las carteras de cuero constituyen el 3% de las ventas de julio y por último los guantes de cuero con el 1%.

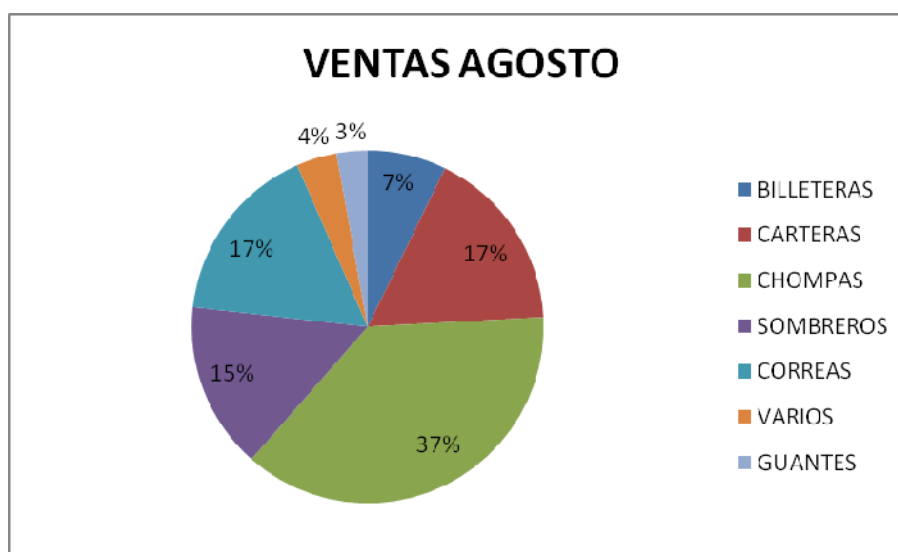
CUADRO 3.18: Ventas Agosto 2005

AGOSTO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$123,58	\$288,21	\$638	\$260,99	\$284,22	\$63,41	\$48,78	\$1707,19

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.19: Ventas Agosto 2005



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El total de las ventas para el mes de agosto fue de \$1 707.19. Las chompas de cuero ocupan el primer lugar con el 37%. Tanto las carteras como las correas de cuero representan el 17%. Seguidamente se encuentran los sombreros con el 15%. Las billeteras tienen el 7%. Los artículos varios el 4% y los guantes de cuero el 3%.

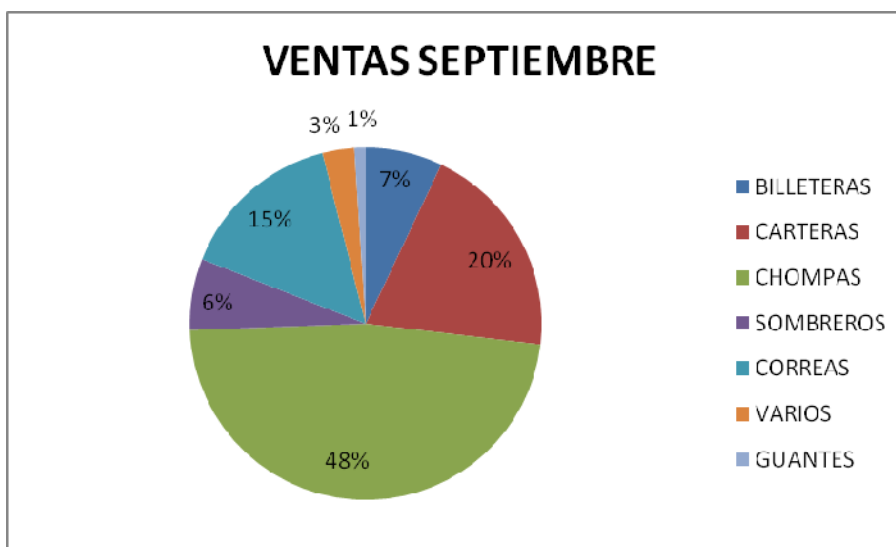
CUADRO 3.19: Ventas Septiembre 2005

SEPTIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$130,05	\$365,12	\$875,85	\$120,42	\$277,43	\$54,06	\$19	\$1841,93

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.20: Ventas Septiembre 2005



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En el mes de septiembre el total de las ventas fueron de \$1 841.93. Las chompas de cuero representaron el 48%. En segundo lugar se ubican las carteras de cuero con el 20%. Posteriormente tenemos a las correas con el 15%. Las billeteras de cuero poseen el 7%, para este mes los sombreros se vendieron en menor cantidad ya que solo alcanzan el 6% de las ventas totales. En los últimos lugares se encuentran los artículos varios con el 3% y los guantes de cuero con el 1%.

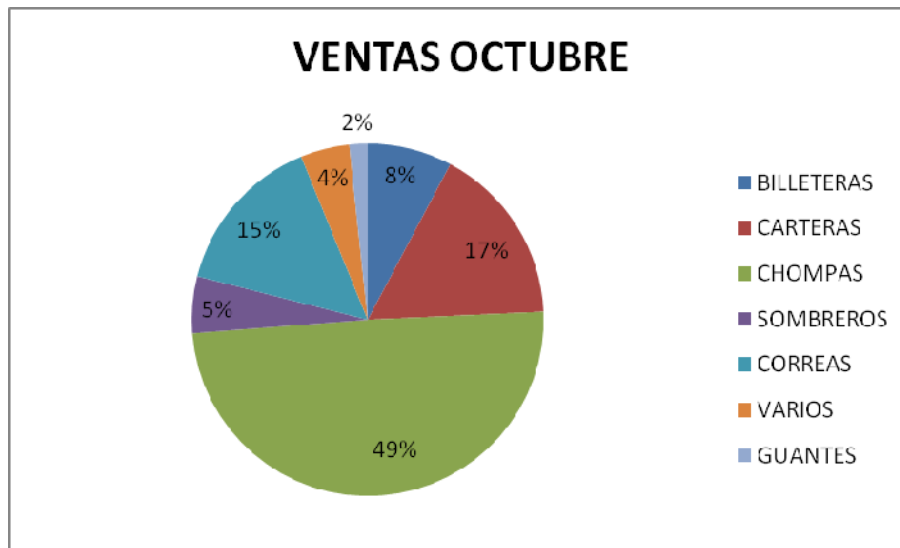
CUADRO 3.20: Ventas Octubre 2005

OCTUBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$165,09	\$350,4	\$1050,99	\$110,49	\$315,17	\$95,45	\$35,8	\$2123,39

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.21: Ventas Octubre 2005



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El rubro total de las ventas del mes de octubre fueron de \$2 123.39. El 49% de las ventas totales le corresponde a las chompas de cuero. Posteriormente se ubican las carteras con el 17%. Seguidamente tenemos a las correas de cuero con el 15%. Las billeteras representaron el 8%, los sombreros el 5%, los artículos varios el 4% y por último los guantes de cuero el 2%.

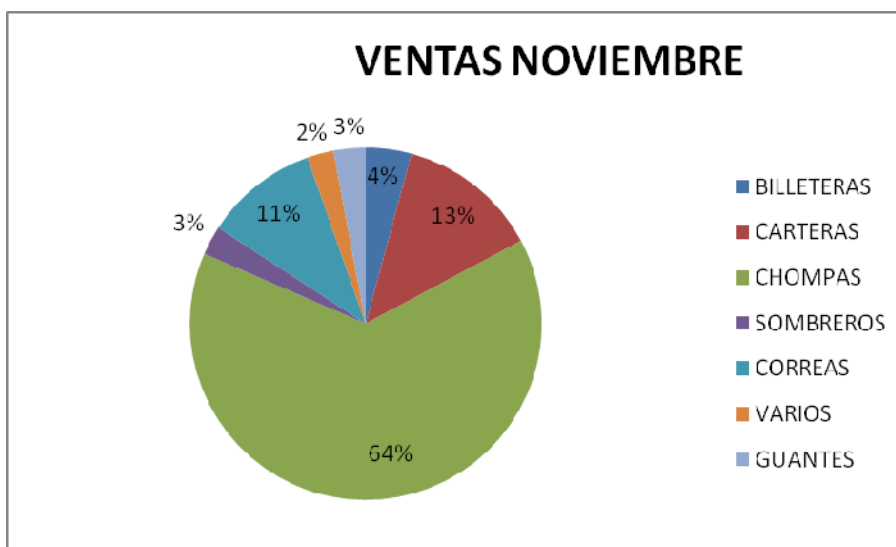
CUADRO 3.21: Ventas Noviembre 2005

NOVIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$40,52	\$125,89	\$622,01	\$26	\$101,07	\$23,44	\$28,49	\$967,42

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.22: Ventas Noviembre 2005



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El monto total de las ventas durante el mes de noviembre fueron de \$967.42. En donde la mayor representatividad la tuvieron las chompas de cuero con un 64%. En segundo lugar se encontraron las carteras de cuero con el 13%. Seguidamente se ubicaron las correas con un 11%. Tanto los guantes como los sombreros de cuero representaron el 3%. Y por último los artículos varios con el 2%.

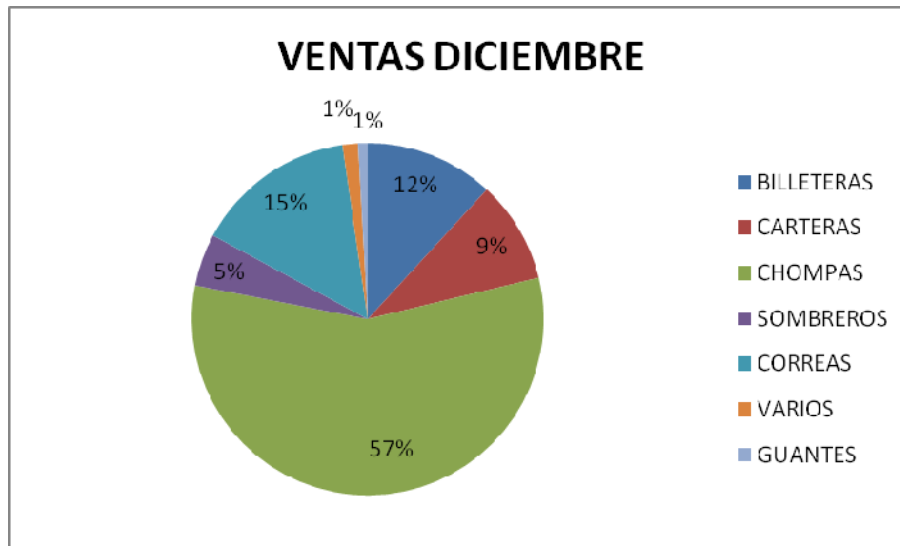
CUADRO 3.22: Ventas Diciembre 2005

DICIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$508	\$403,4	\$2441	\$207	\$635,7	\$61,15	\$38	\$4294,25

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.23: Ventas Diciembre 2005



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El total de las ventas del mes de diciembre fue de \$ 4 294.25. El rubro más representativo fue el de las chompas de cuero, ya que obtuvo el 57% de las ventas totales. En segundo lugar tenemos a las correas de cuero con el 15%. Seguidamente se encontraron las billeteras con el 12%. Posteriormente se ubicaron las carteras de cuero con el 9%. Los sombreros de cuero alcanzaron 4% y tanto los guantes como los artículos varios representaron el 1%.

Después de observar los gráficos y los resultados que arrojan éstos, podemos decir que los meses en los que se registraron mayores ventas fueron mayo y junio; meses en los que se inician y festejan las fiestas patronales de Cayambe. Dichas celebraciones se extienden hasta el mes de agosto y en este transcurso de tiempo se van comercializando los artículos de cuero que se suelen utilizar para el respectivo homenaje; entre ellos: sombreros, chompas, botellas licoreras, etc. En los meses

restantes la venta de sombreros por ejemplo se reduce notablemente. Diciembre fue el mes en el que se registraron las mayores ventas del año, siendo las chompas el producto más demandado para esas fechas.

Los productos más comercializados durante el año 2005 fueron las chopas, correas y carteras de cuero.

Estadísticas por Grupo de Productos Año 2006

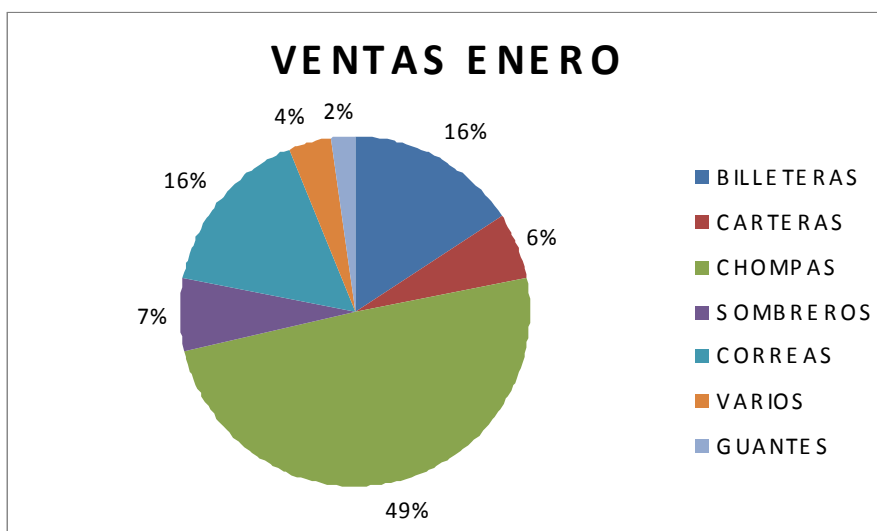
CUADRO 3.23: Ventas Enero 2006

ENERO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$246,5	\$99,51	\$775,99	\$104,51	\$245,43	\$63,2	\$34,48	\$1569,62

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.24: Ventas Enero 2006



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El valor total de las ventas de los productos de cuero en el mes de enero del año 2006 fue de \$1 569.62. Las chompas de cuero representan el 49% de las ventas totales, tanto las billeteras como las correas ocupan el siguiente lugar con un 16%, seguidamente se encuentran los sombreros con el 7%, el 6% de las ventas le corresponde a las carteras de cuero. Mientras que los artículos varios y guantes de cuero constituyen el 4% y 2%, respectivamente.

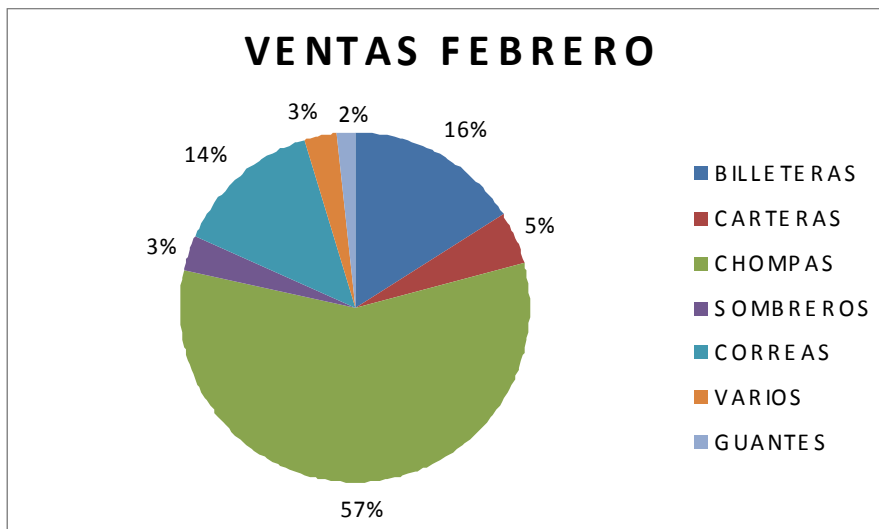
CUADRO 3.24: Ventas Febrero 2006

FEBRERO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$303,61	\$86,21	\$1081,71	\$65,76	\$254,57	\$57,48	\$31,68	\$1881,02

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.25: Ventas Febrero 2006



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Para el mes de febrero las ventas ascienden a comparación del mes de enero, teniendo un total de \$1 881.02. El 57% de las ventas totales le corresponden a las chompas de cuero, en segundo lugar tenemos a las billeteras con un 16%, las correas se encuentran en tercer lugar con un 14%, las carteras de cuero constituyen el 5% de las ventas. Tanto los sombreros como los artículos varios representan el 3%; y por último los guantes de cuero con un 2%.

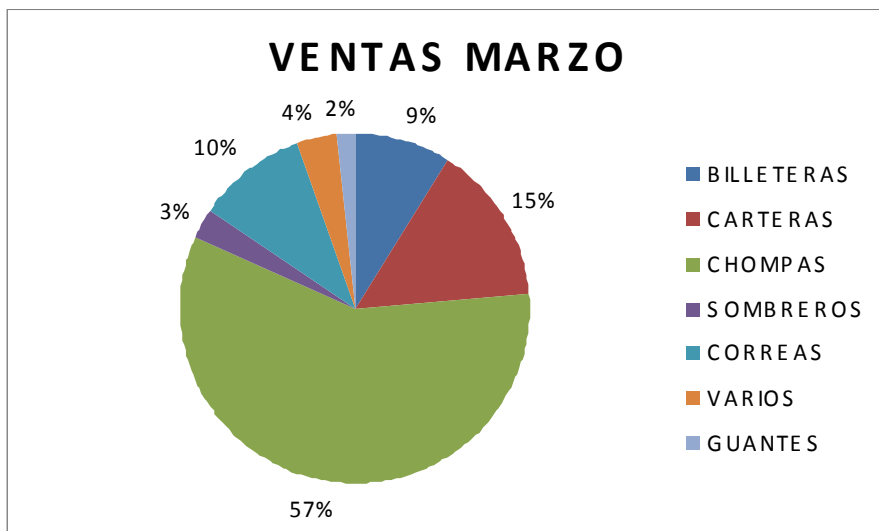
CUADRO 3.25: Ventas Marzo 2006

MARZO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$175,35	\$290,42	\$1153,03	\$54,99	\$201,28	\$75,34	\$31	\$1981,41

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.26: Ventas Marzo 2006



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El valor de las ventas totales para marzo fue de \$1 981.41. Las chompas de cuero constituyen el 57% del rubro total. Posteriormente se encuentran las carteras de cuero con el 15%, seguidamente tenemos a las correas de cuero con un 10%, las billeteras representan un 9%. A continuación se encuentran los artículos varios con un 4%, los sombreros con un 3% y en último lugar los guantes de cuero con un 2%.

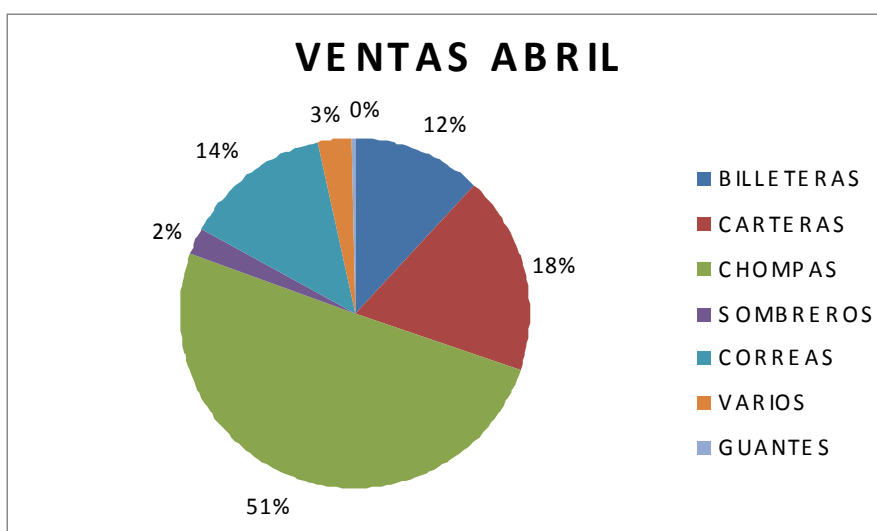
CUADRO 3.26: Ventas Abril 2006

ABRIL							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$223,03	\$340,91	\$938,02	\$44	\$254,44	\$55,09	\$7	\$1862,49

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.27: Ventas Abril 2006



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Durante el mes de abril las ventas fueron \$1 862.49. Las chompas de cuero tienen el mayor porcentaje, el 51% del total de las ventas. En segundo lugar se encuentran las carteras de cuero con un 18%. En siguiente lugar están las correas con el 14%, seguidamente tenemos a las billeteras con un 12%. Los artículos varios, los sombreros y los guantes representan el 3%, 2% y 0%; respectivamente.

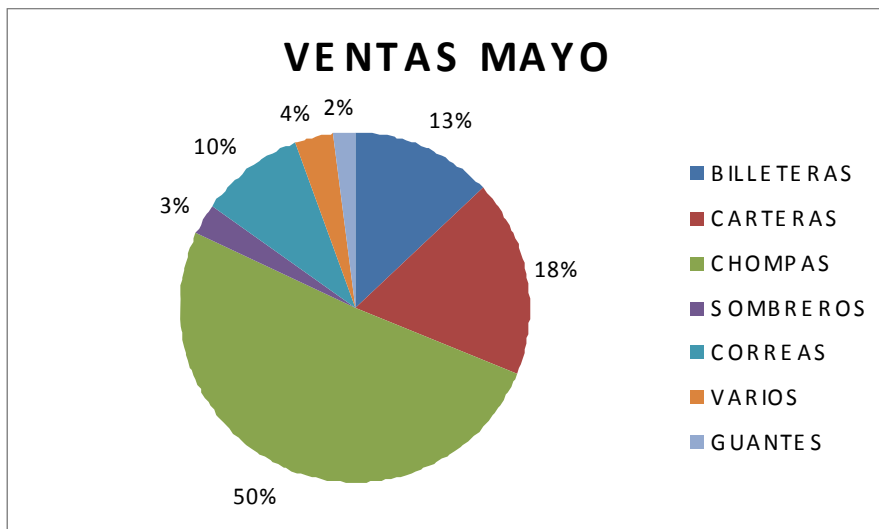
CUADRO 3.27: Ventas Mayo 2006

MAYO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$227,61	\$308,24	\$882,01	\$47,48	\$165,26	\$65,11	\$32,92	\$1728,63

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.28: Ventas Mayo 2006



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El total de las ventas en el mes de mayo fueron de \$1 728.63. Las chompas de cuero representan el 50% del rubro total. En segundo lugar se encuentran las carteras de cuero con el 18%, seguidamente las billeteras con un 13%. Tenemos a las correas con un 10%, los artículos varios con un 4%, los sombreros constituyen el 3% del total de las ventas y por último los guantes de cuero con el 2%.

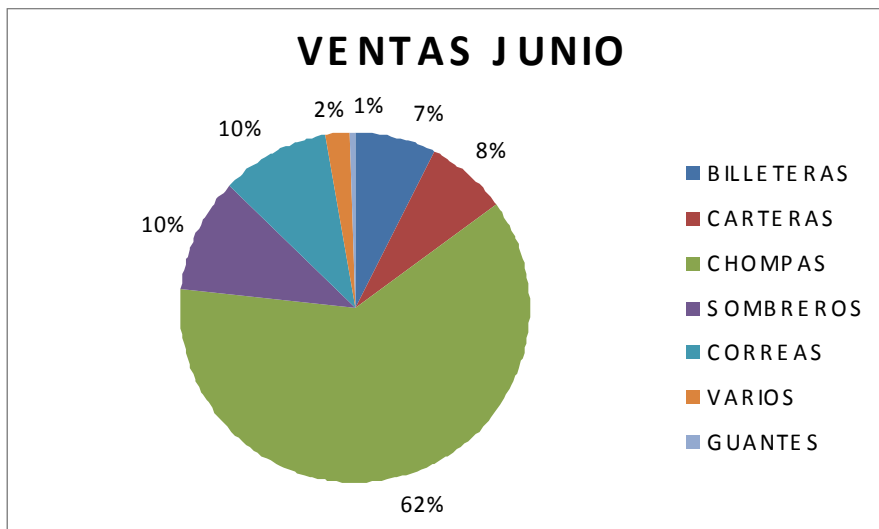
CUADRO 3.28: Ventas Junio 2006

JUNIO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$224,51	\$227,77	\$1864,04	\$312,4	\$302,27	\$67,56	\$20,01	\$3018,56

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.29: Ventas Junio 2006



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Junio es uno de los meses en los que se registran mayores ingresos, en este caso el valor total de las ventas fue de \$3 018.56. Las chompas de cuero tienen el mayor porcentaje ya que representan el 62%. Tanto las correas como los sombreros constituyen el 10%. En seguida tenemos a las carteras de cuero con un 8% y las billeteras con el 7%. Para terminar se encuentran los artículos varios con un 2% y los guantes con el 1%.

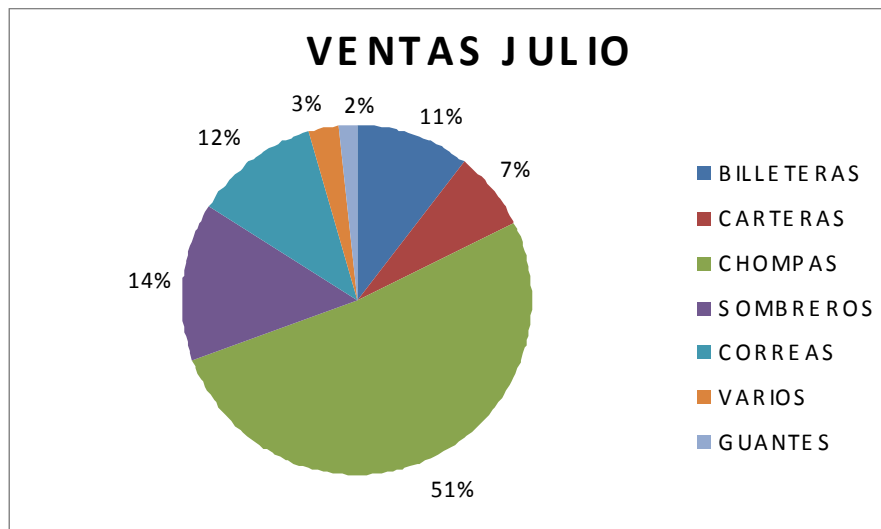
CUADRO 3.29: Ventas Julio 2006

JULIO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$209,4	\$145,2	\$1027,01	\$288	\$234,56	\$56,12	\$31,49	\$1991,78

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.30: Ventas Julio 2006



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Para el mes de julio las ventas totales fueron de \$1 991.78. Las chompas de cuero ocupan el primer lugar con el 51%, en segundo lugar se encuentran los sombreros de cuero con el 14%. Seguidamente tenemos a las correas con el 12%. Posteriormente se hallan las billeteras con el 11%, las carteras de cuero se encuentran en la siguiente posición con el 7%. Los artículos varios y los guantes de cuero representan el 3% y 2%; respectivamente.

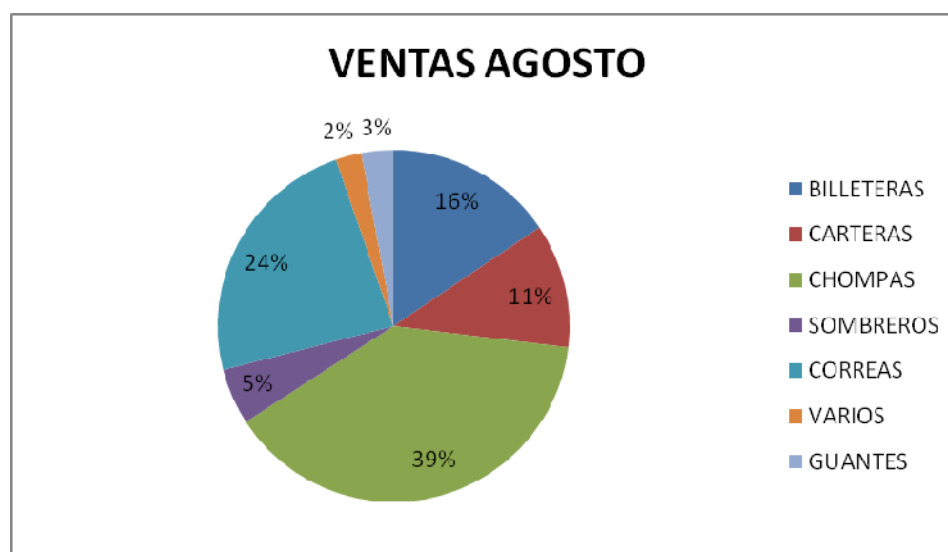
CUADRO 3.30: Ventas Agosto 2006

AGOSTO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$409,55	\$300,25	\$1025	\$136	\$624,5	\$62,5	\$77,4	\$2632,2

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.31: Ventas Agosto 2006



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El rubro de las ventas del mes de agosto fue de \$2 632.2. En primer lugar se encontraron las chompas de cuero con el 39%. Posteriormente se ubicaron las correas con el 24%. En el siguiente lugar se colocaron las billeteras de cuero con el 16%. El 11% le correspondió a las carteras, el 5% a los sombreros, el 3% a los guantes de cuero y por último 2% a los artículos varios.

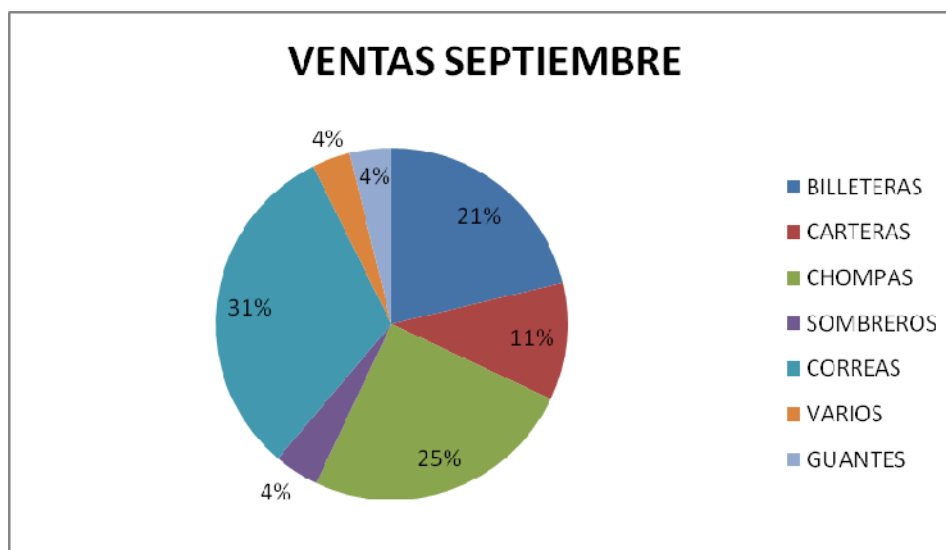
CUADRO 3.31: Ventas Septiembre 2006

SEPTIEMBRE							
BILLETAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$475,1	\$241	\$560	\$92,5	\$704,2	\$78,5	\$85,8	\$ 2237,1

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.32: Ventas Septiembre 2006



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Durante el mes de septiembre las ventas totales fueron de \$2 237.1. En este mes el producto más demandado fueron las correas, ya que representaron el 31% del total de las ventas. En segundo lugar se encontraron las chompas con el 25%. Seguidamente se ubicaron las billeteras con el 21%. Las carteras de cuero alcanzaron el 11%. Y para terminar tanto los sombreros, como los guantes y los artículos varios obtuvieron el 4%.

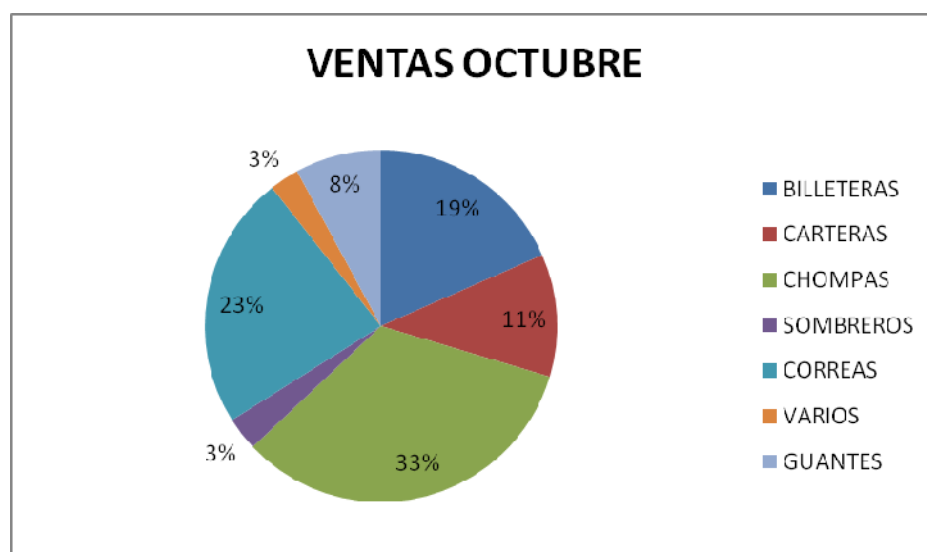
CUADRO 3.32: Ventas Octubre 2006

OCTUBRE							
BILLETAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$335,6	\$205,3	\$608	\$56	\$426	\$49,5	\$144,15	\$ 1824,55

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.33: Ventas Octubre 2006



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En cuanto al mes de octubre las ventas fueron de \$1 824.55. En primer lugar se ubicaron las chompas de cuero, ya que representaron el 33% del rubro total de las ventas. En segundo lugar tenemos a las correas con el 23%. En la siguiente posición se encontraron las billeteras con el 19%. Posteriormente se situaron las carteras de cuero con el 11%. Los guantes obtuvieron el 8% y tanto los sombreros como los artículos varios constituyeron el 3%.

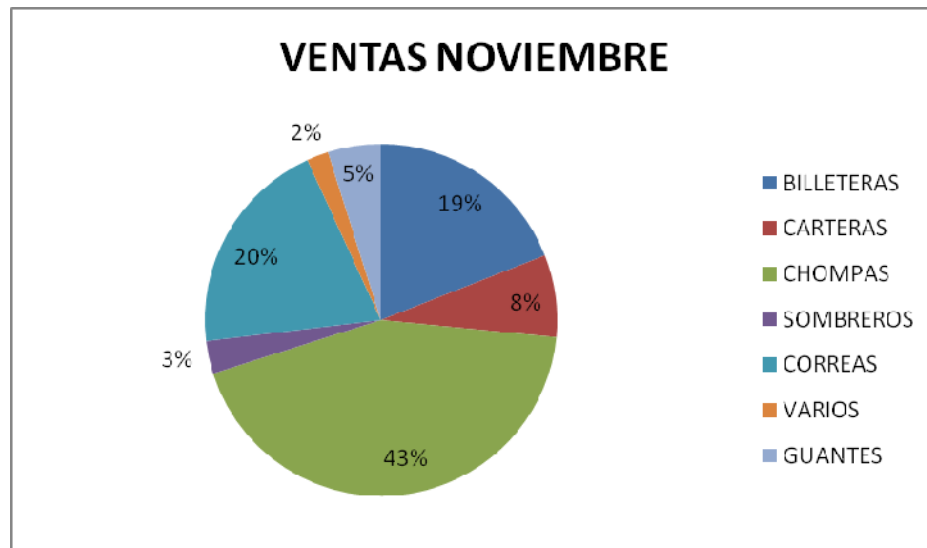
CUADRO 3.33: Ventas Noviembre 2006

NOVIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$423,2	\$167,8	\$968,75	\$67	\$446	\$44,4	\$108,2	\$2225,35

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.34: Ventas Noviembre 2006



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El rubro total de las ventas del mes de noviembre fue de \$2225.35. Las chompas representaron el 43%. Las correas de cuero obtuvieron el 20%. Seguidamente se colocaron las billeteras con el 19%. En el siguiente lugar se ubicaron las carteras con el 8%. Los guantes constituyeron el 5%, los sombreros el 3% y por último los artículos varios con el 2%.

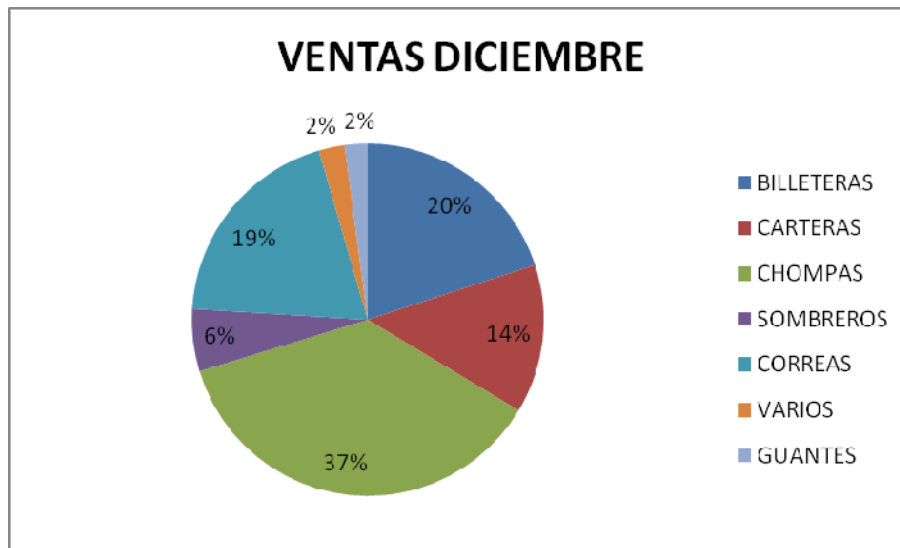
CUADRO 3.34: Ventas Diciembre 2006

DICIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$773,55	\$528,4	\$1420,5	\$221,5	\$756,5	\$91,75	\$81,7	\$3873,9

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.35: Ventas Diciembre 2006



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Las ventas totales del mes de diciembre fueron de \$3 873.9. En primer lugar se encontraron las chompas de cuero con el 37%. Posteriormente se ubicaron las billeteras con el 20%. Seguidamente tenemos a las correas con el 19%. Las carteras de cuero representaron el 14%. En el siguiente lugar se localizaron los sombreros con el 6%. Y por último tanto los artículos varios como los guantes de cuero obtuvieron el 2%.

Una vez más nos damos cuenta que los meses en los que existen mayores ventas son junio (\$3018.56) y diciembre (\$3 873.9), debido a las festividades ya mencionadas. En un inicio los datos que se analizaron en el año 2006 fueron de las ventas del mes de enero a julio del mismo año, ya que fueron los únicos meses encontrados en los datos históricos del sistema de la empresa. Pero a más de ello se obtuvo información

de los datos físicos, es decir de facturas y notas de ventas de los meses restantes. Los productos que tuvieron mayor demanda durante el año 2006 fueron: chompas, carteras, billeteras y correas de cuero.

Estadísticas por Grupo de Productos Año 2007

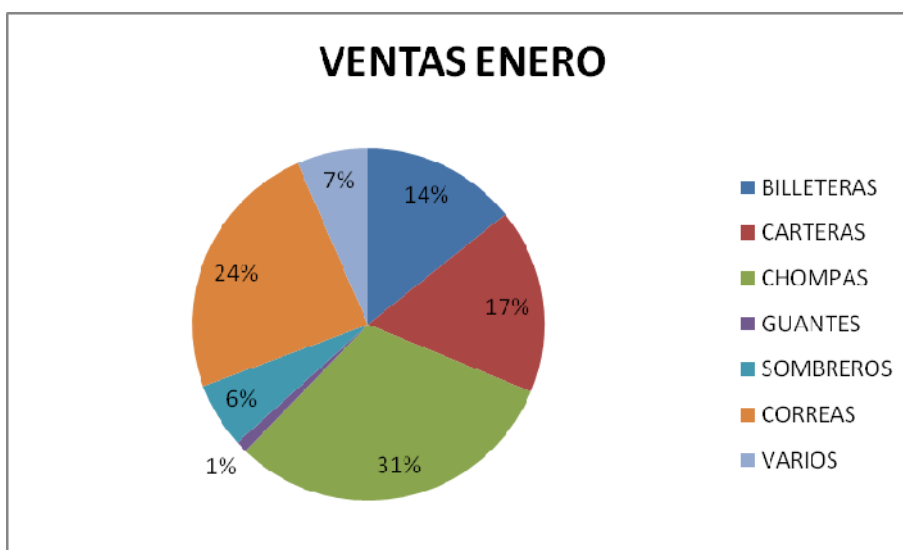
CUADRO 3.35: Ventas Enero 2007

ENERO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	GUANTES	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	TOTAL
\$201,65	\$240,6	\$440	\$15	\$85	\$341,93	\$92,81	\$1416,99

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.36: Ventas Enero 2007



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Las ventas totales del mes de enero fueron de \$1 416.99. Las chompas de cuero representaron el 31% del total. Seguidamente se encuentran las correas con el 24%. Posteriormente tenemos a las carteras con el 17%, las billeteras con el 14%. En los siguientes lugares se ubican los artículos varios con el 7%, los sombreros con el 6% y por último los guantes de cuero con el 1%.

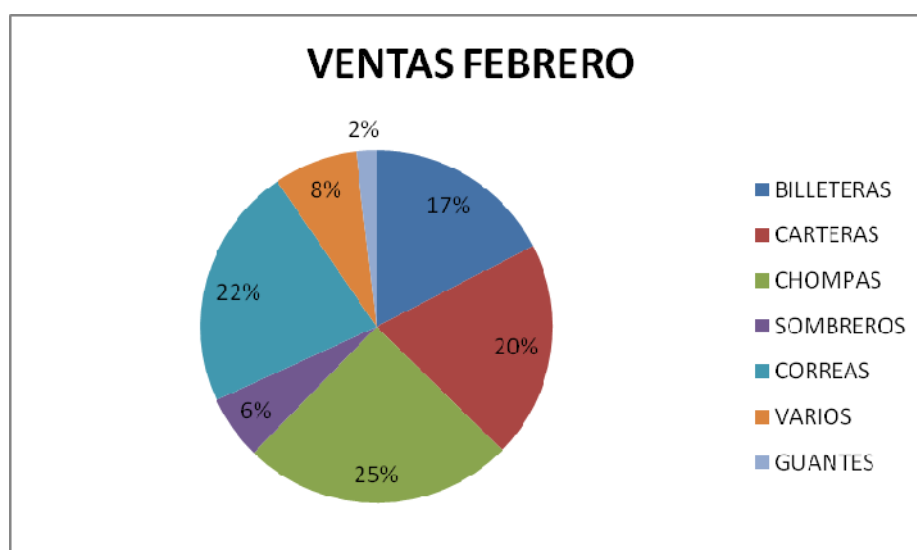
CUADRO 3.36: Ventas Febrero 2007

FEBRERO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$224,24	\$256,61	\$321,24	\$75,51	\$286,86	\$98,91	\$23,99	\$1287,36

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.37: Ventas Febrero 2007



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Los resultados de las ventas totales del mes de febrero fueron de \$1 287.36. Las chompas de cuero se ubican en primer lugar con el 25%. Las correas se encuentran en el siguiente lugar con el 22%. Posteriormente las carteras de cuero con el 20%, las billeteras con el 17%. Los artículos varios tienen el 8%, los sombreros el 6% y por último los guantes de cuero con el 2%.

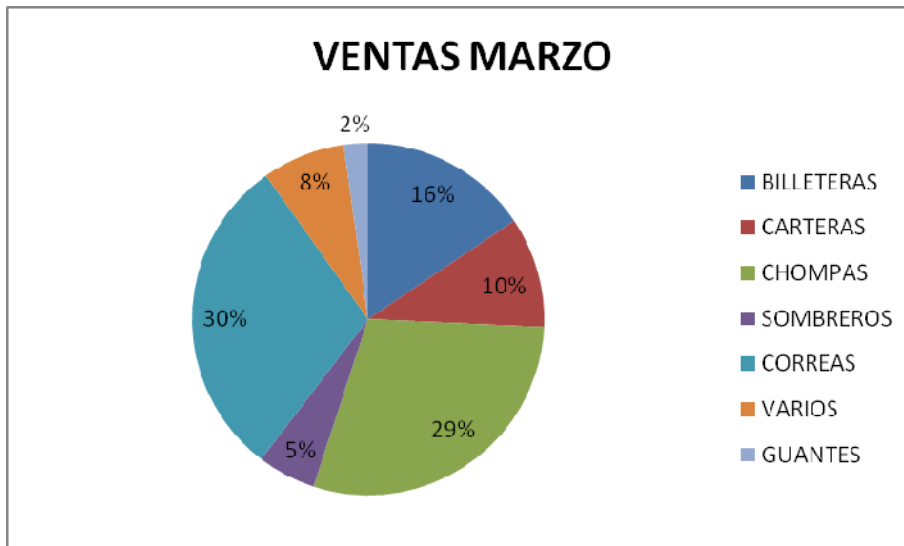
CUADRO 3.37: Ventas Marzo 2007

MARZO							
BILLETAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$181,04	\$117,97	\$340,84	\$62,43	\$346,22	\$88,8	\$25,7	\$1163

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.38: Ventas Marzo 2007



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El monto de las ventas totales para el mes de marzo fueron de \$1 163. En esta ocasión fueron las correas las que obtuvieron el primer lugar con el 30%. No tan distantes del grupo anterior se encuentran las chompas de cuero con el 29%. Posteriormente se ubican las billeteras con el 16%. El 10% le corresponde a las carteras de cuero, los artículos varios representan el 8%, los sombreros el 5% y por último los guantes de cuero con el 2%.

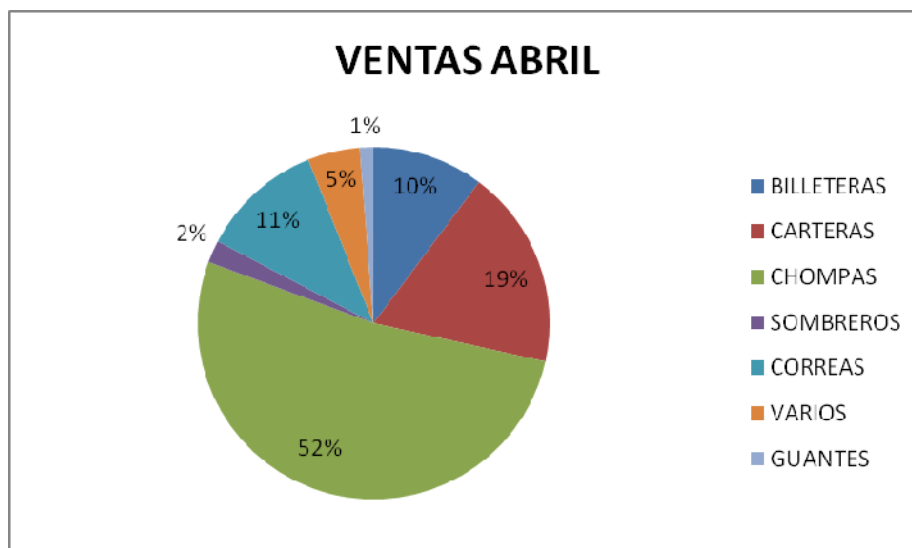
CUADRO 3.38: Ventas Abril 2007

ABRIL							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$301	\$538,03	\$1535	\$60,51	\$331,13	\$140,75	\$37,3	\$2943,72

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.39: Ventas Abril 2007



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En cuanto al mes de abril el total de las ventas fueron de \$2 943.72. Las chompas de cuero constituyeron el 52% del rubro total. En segundo lugar se encontraron las carteras de cuero con el 19%. Posteriormente tenemos a las correas con el 11%. Seguidamente se encuentran las billeteras con el 10%. A continuación se ubican los artículos varios con el 5%, los sombreros con el 2% y los guantes en último lugar con el 1%.

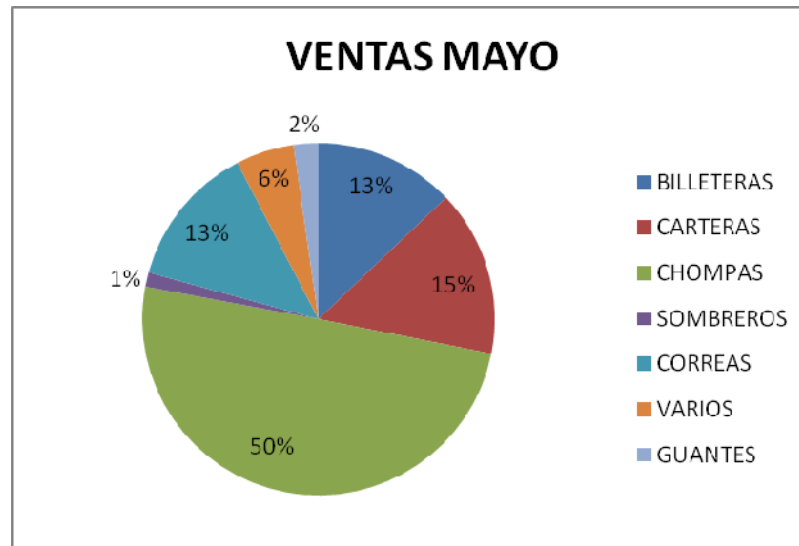
CUADRO 3.39: Ventas Mayo 2007

MAYO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$312,26	\$370,61	\$1209,11	\$32	\$318,33	\$129,74	\$55	\$2427,05

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.40: Ventas Mayo 2007



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El valor de las ventas durante el mes de mayo fueron de \$2 427.05. El valor más significativo fue el de las chompas de cuero con el 50% del total de las ventas, seguidamente tenemos las carteras de cuero con el 15%, posteriormente se encuentran las billeteras y las correas ambas con el 13%, consecutivamente los artículos varios los cuales representan el 6%. Para finalizar tenemos a los guantes y a los sombreros; con un 2% y 1%, respectivamente.

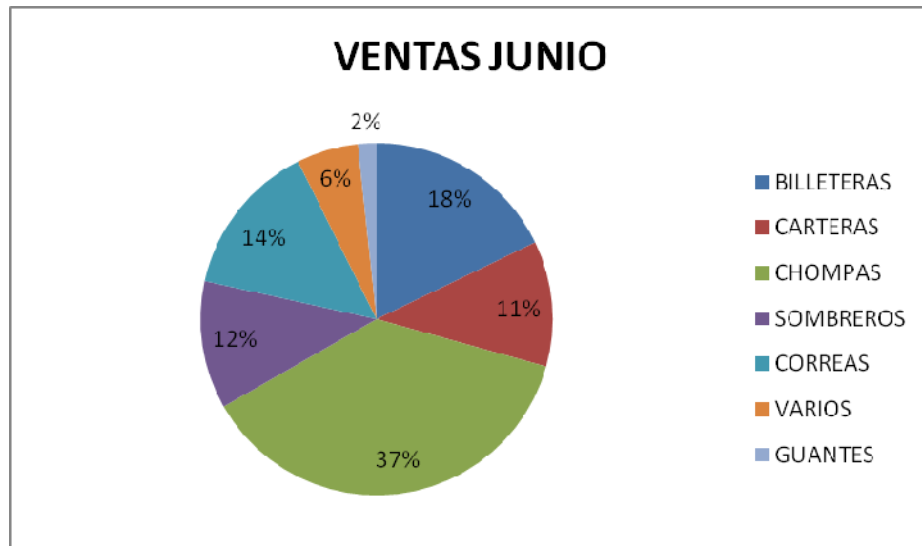
CUADRO 3.40: Ventas Junio 2007

JUNIO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTALES
\$498,41	\$322,1	\$1046	\$328,4	\$396,04	\$158,45	\$47,5	\$2796,9

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.41: Ventas Junio 2007



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El total de las ventas del mes de junio fue de \$2 796.9. En donde las chompas de cuero representaron el 37% del rubro total. Las billeteras alcanzaron el 18%. Posteriormente se encontraron las correas con el 14%. En el siguiente lugar se ubicaron los sombreros con el 12%. Consecutivamente se situaron las carteras de cuero con el 11%. Los artículos varios consituyeron el 6% y por último los guantes de cuero con el 2%.

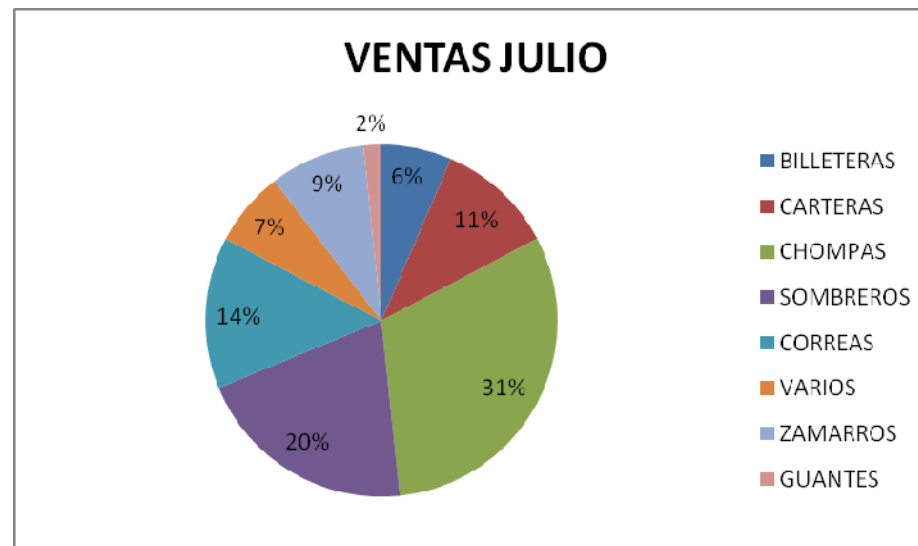
CUADRO 3.41: Ventas Julio 2007

JULIO								
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	ZAMARROS	GUANTES	TOTAL
\$188,01	\$315,44	\$905	\$595	\$405,89	\$201	\$255	\$48	\$2913,34

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.42: Ventas Julio 2007



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Las ventas totales durante el mes de julio fueron de \$2 913.34. En primer lugar se encontraron las chompas de cuero con el 31%. En segundo lugar se ubicaron los sombreros con un 20%. Consecutivamente tenemos a las correas con el 14%. Las carteras de cuero constituyen el 11%. Como ya se ha mencionado las festividades cayambeñas se celebran desde el mes de mayo al mes de agosto, y durante este periodo de tiempo se venden ciertos artículos propios de la temporada. Uno de dichos productos son los zamarros (hechos de cuero y lana de chivo), a partir de este año Artecuero ha incorporado a su stock los zamarros los que se expenderán solo por estas fechas; en este caso representaron el 9% de las ventas totales. Posteriormente se encontraron los artículos varios con el 7%, las billeteras con el 6% y por último los guantes de cuero con el 2%.

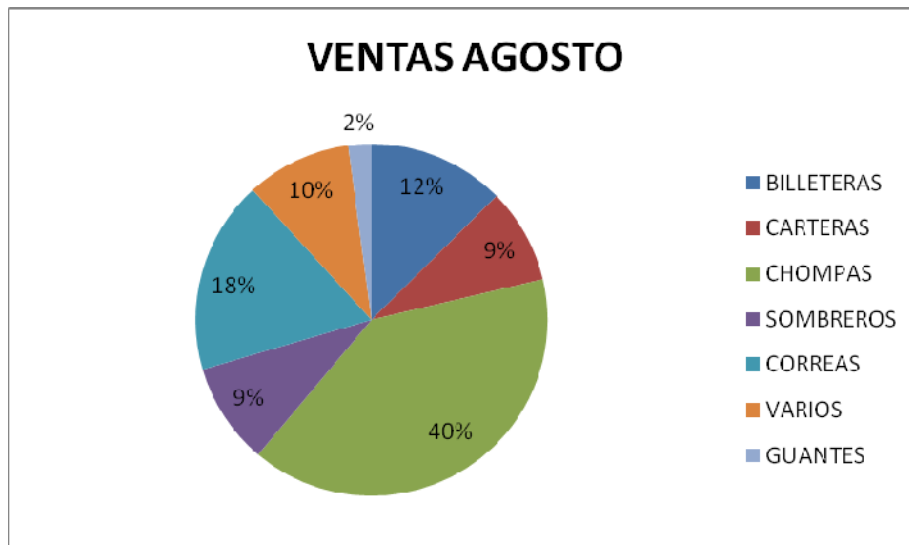
CUADRO 3.42: Ventas Agosto 2007

AGOSTO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$301,4	\$209	\$955	\$223	\$425,5	\$231,61	\$51	\$2396,51

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.43: Ventas Agosto 2007



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El total de las ventas en el mes de agosto fueron de \$2 396.51. Las chompas de cuero representaron el 40% del rubro total. Posteriormente se encontraron las correas con el 18%. En tercer lugar se ubicaron las billeteras con el 12%. Seguidamente tenemos a los artículos varios con el 10%. Tanto las carteras como los sombreros alcanzaron el 9%. Y por último se localizaron los guantes de cuero con el 2%.

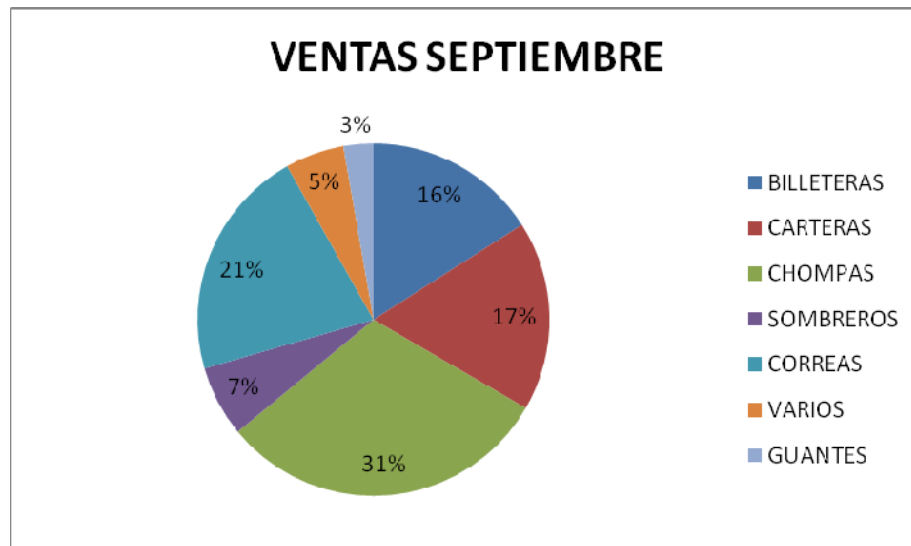
CUADRO 3.43: Ventas Septiembre 2007

SEPTIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$312,09	\$340,51	\$599,76	\$127,28	\$416,45	\$106	\$53,9	\$1955,99

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.44: Ventas Septiembre 2007



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El rubro de las ventas totales durante el mes de septiembre fueron de \$1 955.99. En primer lugar se encontraron las chompas de cuero con el 31%. En el segundo puesto se ubicaron las correas con el 21%. Posteriormente tenemos a las carteras de cuero con el 17%. Seguidamente las billeteras con el 16%, los sombreros constituyeron el 7%, los artículos varios el 5% y los guantes el 3%

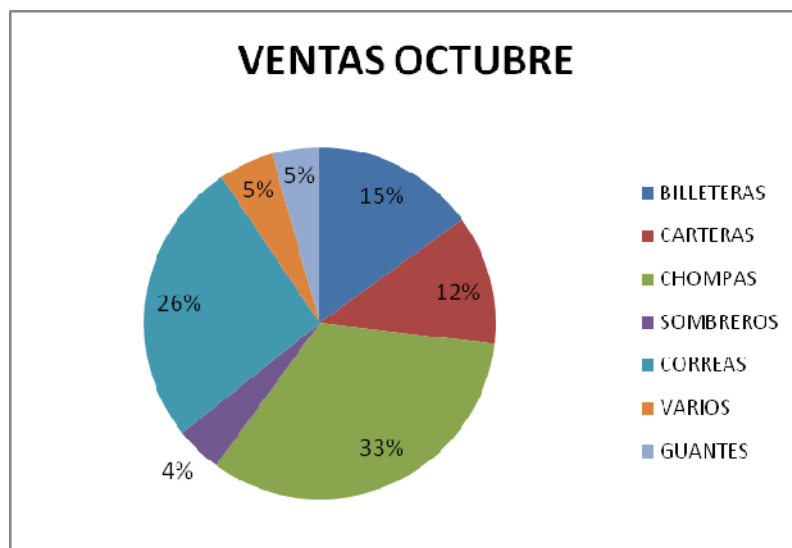
CUADRO 3.44: Ventas Octubre 2007

OCTUBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$237,7	\$188,67	\$526	\$67,6	\$416,69	\$80,35	\$69,2	\$1586,21

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.45: Ventas Octubre 2007



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Durante el mes de octubre las ventas totales fueron de \$1 586.21. Las chompas de cuero obtuvieron el 33%. Posteriormente se encontraron las correas con el 26%. Las billeteras representaron el 15%. Consecutivamente se ubicaron las carteras de cuero con el 12%. Tanto los guantes como los artículos varios alcanzaron el 5%. Y en último lugar se encontraron los sombreros con el 4%.

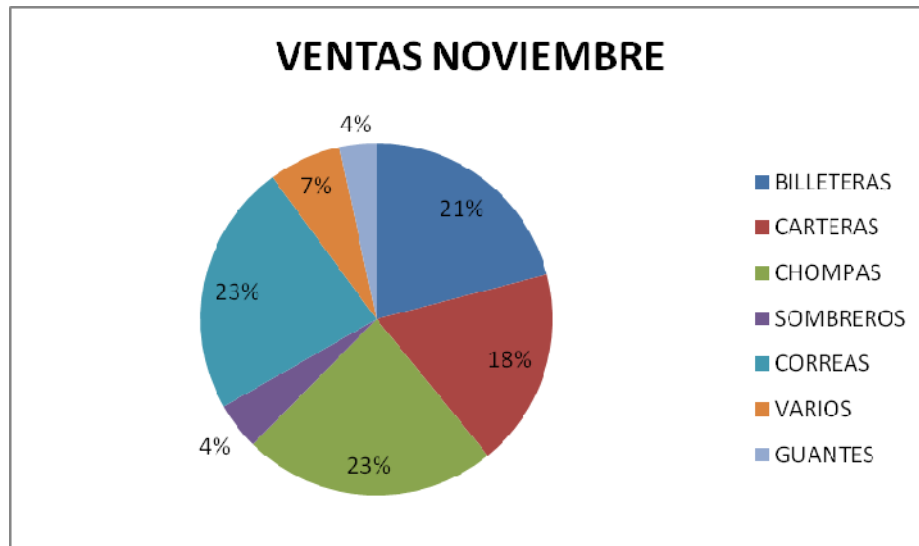
CUADRO 3.45: Ventas Noviembre 2007

NOVIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$358,16	\$311,4	\$399	\$73,99	\$396,82	\$114,89	\$57,7	\$1711,96

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.46: Ventas Noviembre 2007



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El total de las ventas en el mes de noviembre fue de \$1 711.96. Tanto las correas como las chompas de cuero alcanzaron el 23%. Seguidamente se localizaron las billeteras con el 21%. Posteriormente se encontraron las carteras de cuero con el 18%. Los artículos varios representaron el 7%. Y por último los guantes y los sombreros constituyeron el 4%.

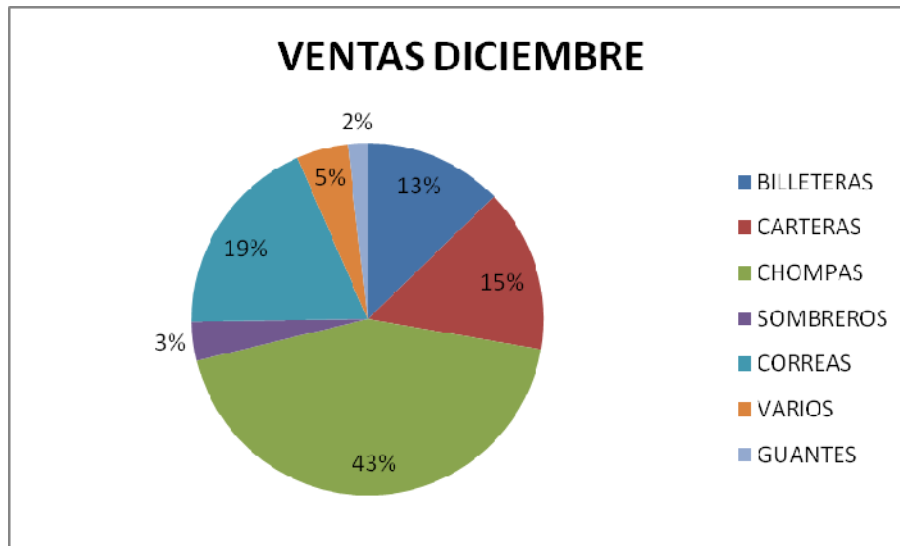
CUADRO 3.46: Ventas Diciembre 2007

DICIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$543,33	\$640,15	\$1853,6	\$151,83	\$796,55	\$201,7	\$77,75	\$4264,91

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.47: Ventas Diciembre 2007



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El mes en el que se registraron mayores ventas fue el de diciembre con un total de \$4264.91. Las chompas de cuero obtuvieron el mayor porcentaje ya que representaron el 43% del total. En segundo lugar se encontraron las correas con el 19%. Consecutivamente tenemos a las carteras con el 15%. Las billeteras constituyeron el 13%. Los artículos varios se localizaron en el siguiente lugar con el 5%, los sombreros con el 3% y los guantes con el 2%.

Los meses en los que se registraron mayores ventas fueron en abril con \$2 943.72, julio con \$2 913.34 y diciembre con \$4 264.91. A comparación de otros años se puede dar cuenta que en el 2007 la venta de correas de cuero aumentó considerablemente, en muchos de los meses fue el segundo producto más demandado. Esto se debe a que Artecuero empezó a expandirse y a buscar nuevos proveedores; con ello variedad en sus productos (nuevos y llamativos diseños,

colores, modelos). En los inicios la empresa se dedicaba sobre todo a la comercialización de chompas de cuero, pero con el tiempo empezó a mejorar su stock y a incrementarlo. Además se tomó la decisión de expender productos relacionados con los ya existentes que son esporádicos, pero que han tenido una acogida considerable por parte de los clientes; entre ellos los zamarros y sombreros.

Los productos más comercializados durante el año 2007 fueron: Chompas, correas, carteras y billeteras de cuero.

Estadísticas por Grupo de Productos Año 2008

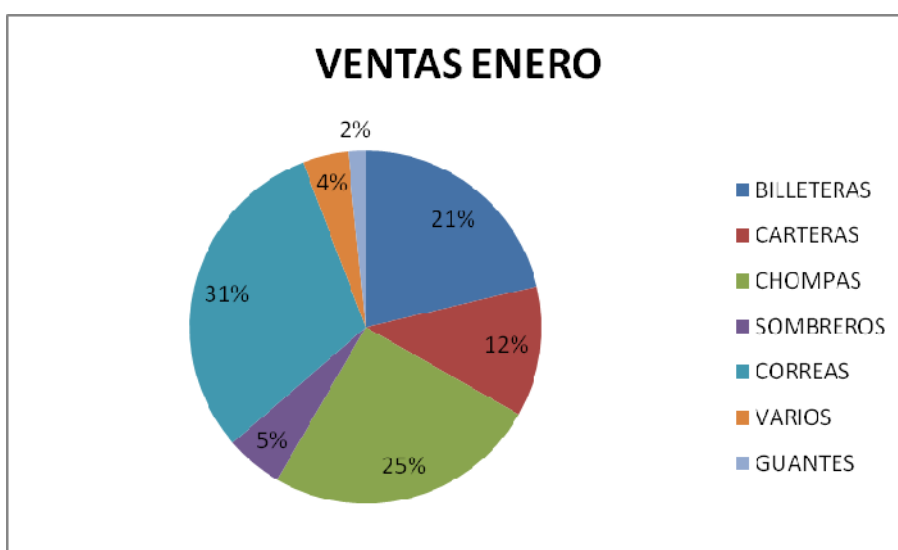
CUADRO 3.47: Ventas Enero 2008

ENERO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$295,52	\$165,5	\$349,8	\$72,94	\$423,99	\$57,99	\$22,5	\$1388,24

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.48: Ventas Enero 2008



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Durante el mes de enero las ventas totales fueron \$1 388.24. En primer lugar se encontraron las correas con el 31%. Las chompas de cuero se ubicaron en el siguiente lugar con el 25%. Seguidamente tenemos a las billeteras con el 21%. Consecutivamente se localizaron los sombreros con el 5%. Inmediatamente las carteras con el 12% y los artículos varios obtuvieron el 4%. Y por último los guantes de cuero con el 2%.

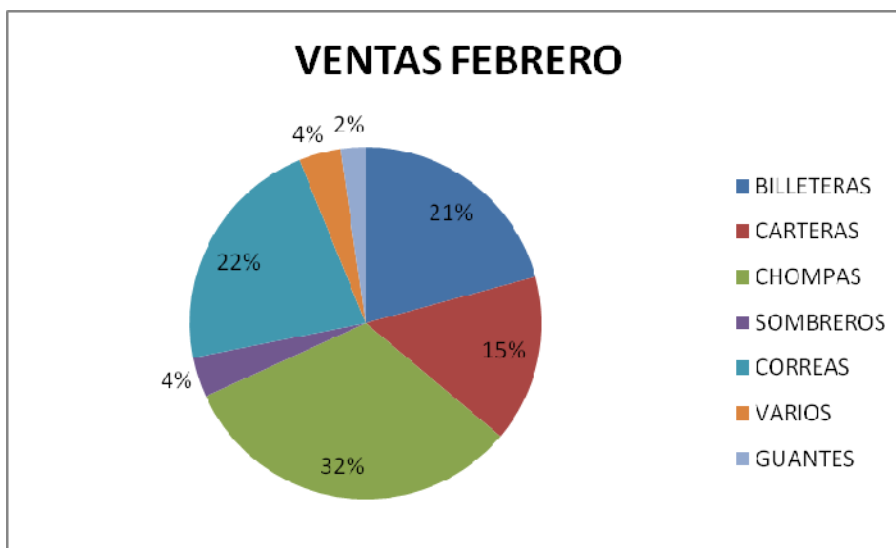
CUADRO 3.48: Ventas Febrero 2008

FEBRERO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$378	\$279,79	\$584	\$66,8	\$400,81	\$69,95	\$42	\$1821,35

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.49: Ventas Febrero 2008



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El rubro total de las ventas del mes de febrero fue de \$1 821.35. Las chompas de cuero representaron el 32% del total. Posteriormente se encontraron las correas con el 22%. Seguidamente se ubicaron las billeteras con el 21%. Las carteras de cuero obtuvieron el quinto lugar con el 15%. Los artículos y los sombreros alcanzaron el 4%. Y por último los guantes con el 2%.

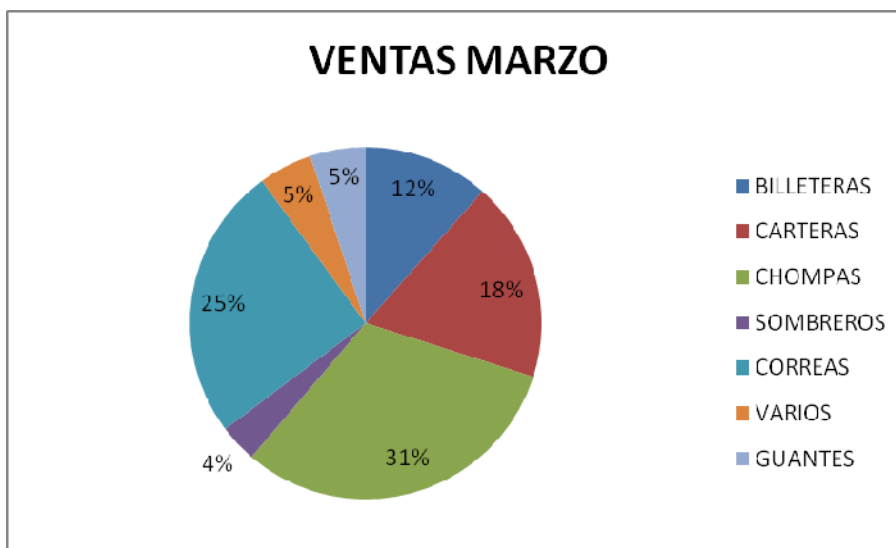
CUADRO 3.49: Ventas Marzo 2008

MARZO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$179,5	\$285,8	\$487	\$54	\$392	\$76,63	\$79,51	\$1554,44

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.50: Ventas Marzo 2008



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En cuanto al mes de marzo las ventas totales fueron \$1 554.44. En primer lugar se encontraron las chompas de cuero con el 31% del rubro total. Posteriormente se ubicaron las correas con el 25%. Las carteras se localizaron en el siguiente lugar con el 18%. Las billeteras representaron el 12%. Tanto los guantes como los artículos varios constituyeron el 5%. Y en el último lugar se posicionaron los sombreros de cuero con el 4%.

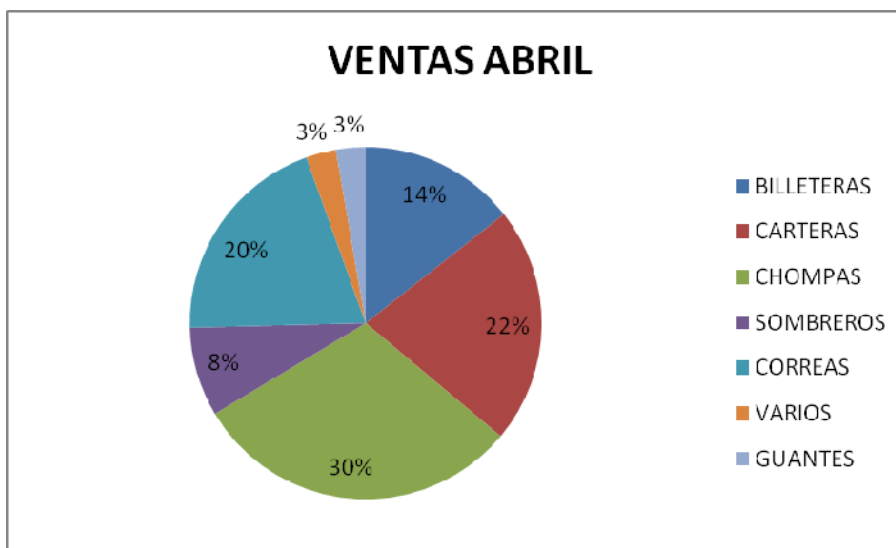
CUADRO 3.50: Ventas Abril 2008

ABRIL							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$263	\$397,32	\$554	\$150	\$364,31	\$50,53	\$49,8	\$1828,96

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.51: Ventas Abril 2008



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Los resultados de las ventas de abril fueron de \$1 828.96. Las chompas de cuero representaron el 30% del total. Inmediatamente se encontraron las carteras con el 22%. Las correas significaron el 20%. Las billeteras alcanzaron el 14%. Los sombreros se ubicaron en el siguiente lugar con el 8%. Por último tanto los artículos varios como los guantes de cuero constituyeron el 3%.

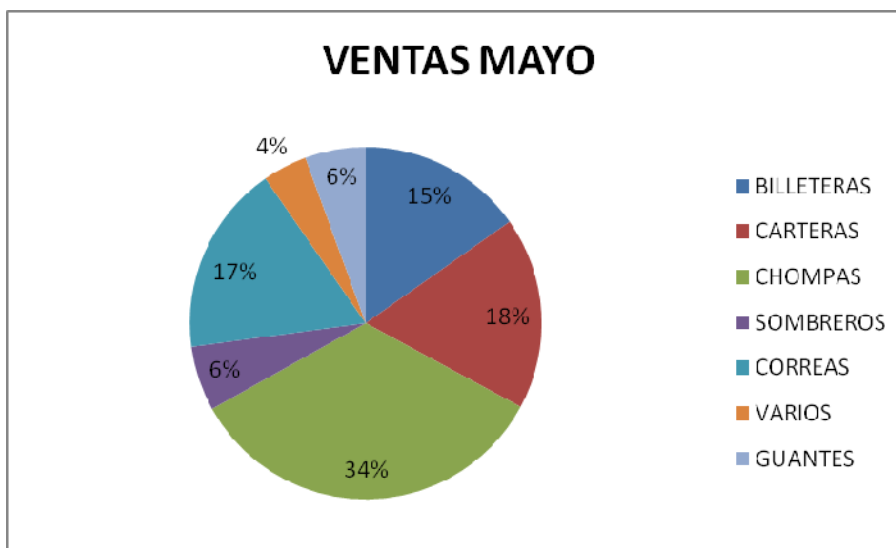
CUADRO 3.51: Ventas Mayo 2008

MAYO							
BILLETAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$332,8	\$385,8	\$743,64	\$130	\$381,86	\$89,34	\$122,01	\$2185,45

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.52: Ventas Mayo 2008



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Para el mes de mayo las ventas totales fueron \$2 185.4. En primer lugar, como en la mayoría de los meses anteriores se encontraron las chompas de cuero, representaron el 34%. Las carteras se localizaron en segundo lugar con el 18%. Posteriormente se ubicaron las correas de cuero con el 17% e inmediatamente las billeteras con el 15%. Los guantes de cuero alcanzaron el 6% al igual que los sombreros, los artículos varios se encontraron en último lugar con el 4%.

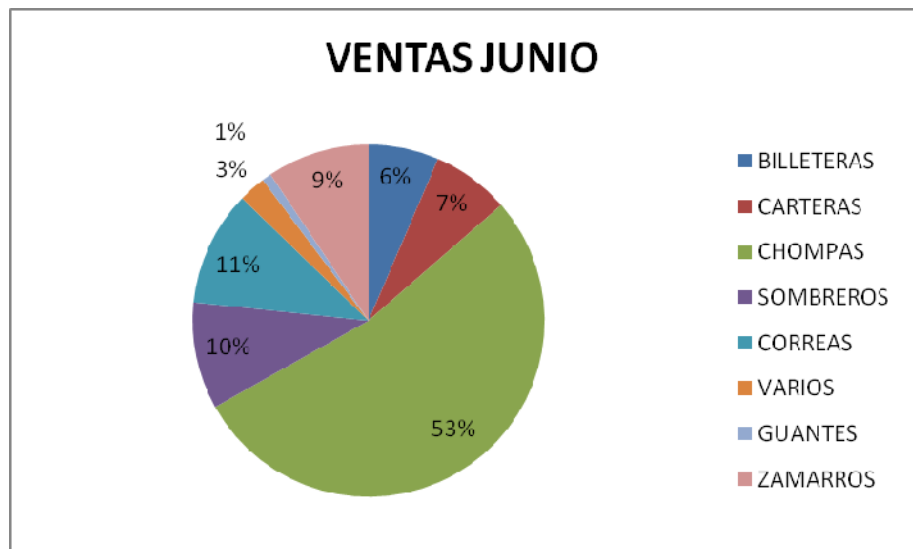
CUADRO 3.52: Ventas Junio 2008

JUNIO								
BILLETAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	ZAMARROS	TOTAL
\$281,5	\$310,6	\$2320	\$427,8	\$460,7	\$108,26	\$37,48	\$410	\$4356,34

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.53: Ventas Junio 2008



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Las ventas totales del mes de junio fueron \$4 356.34. Nuevamente en primer lugar se encuentran las chompas de cuero con el 53%. Posteriormente se ubicaron las correas con el 11%. Seguidamente tenemos a los sombreros, los que representaron el 10%. Inmediatamente se localizaron los zamarros obteniendo el 9%. Las carteras constituyeron el 7%, las billeteras el 6%, los artículos varios el 3% y los guantes el 1%.

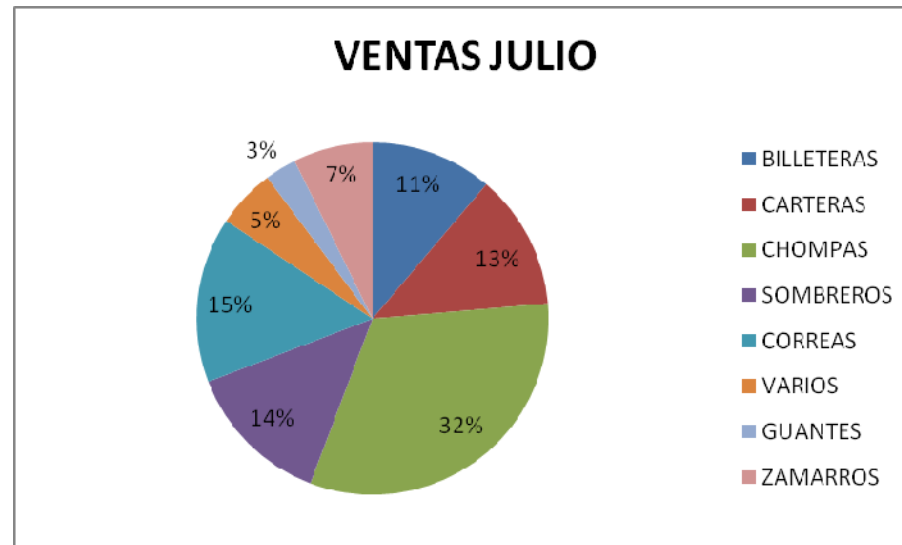
CUADRO 3.53: Ventas Julio 2008

JULIO								
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	ZAMARROS	TOTAL
\$306,01	\$340,11	\$879	\$367	\$415,79	\$148,08	\$79,19	\$200	\$2735,18

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.54: Ventas Julio 2008



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El monto total de las ventas de julio fue de \$2 735.18. Las chompas de cuero representaron el 32%. Los correas simbolizaron el 15% del rubro total. Seguidamente se encontraron los sombreros de cuero con el 14% e inmediatamente las carteras con el 13%. Las billeteras constituyeron el 11%. Los zamarros representaron el 7%, los artículos varios el 5% y los guantes el 3%.

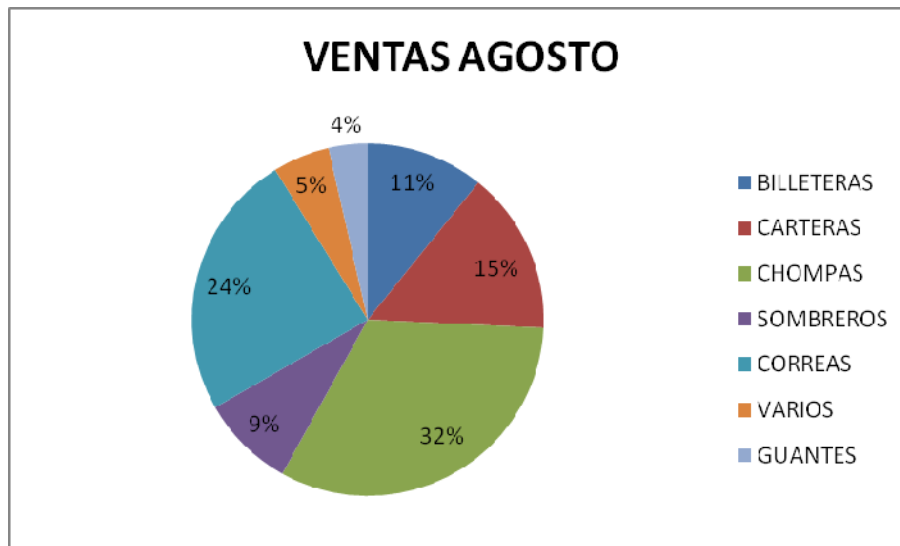
CUADRO 3.54: Ventas Agosto 2008

AGOSTO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$200	\$276,01	\$598	\$159,5	\$452,68	\$96,59	\$66,4	\$1849,18

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.55: Ventas Agosto 2008



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El total de las ventas en cuanto al mes de agosto fue de \$1 849.18. Las chompas de cuero se ubicaron en primer lugar con el 32%. Posteriormente las correas con el 24% de las ventas totales. En el siguiente puesto se localizaron las carteras de cuero con el 15%. Consecutivamente se encontraron las billeteras con el 11%, en seguida tenemos

a los sombreros con el 9%. Los artículos de cuero representaron el 5% y los guantes el 4%.

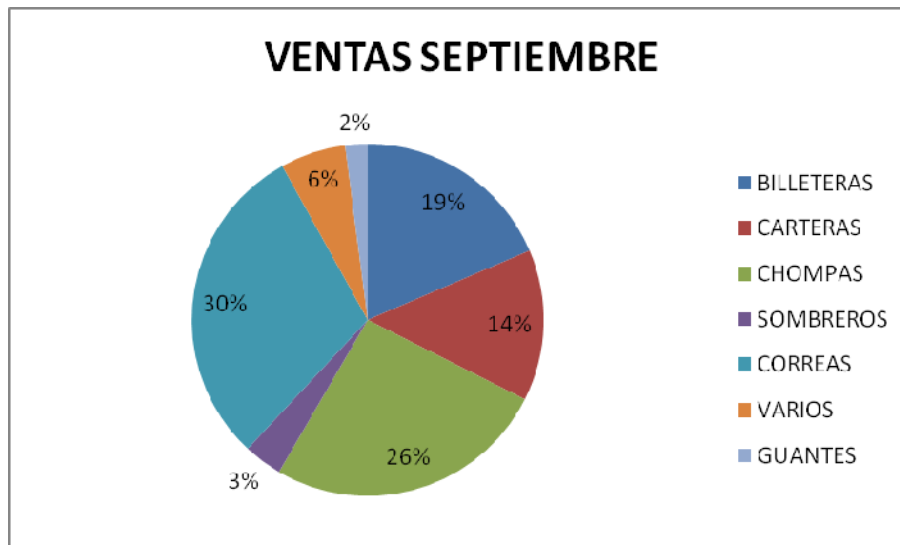
CUADRO 3.55: Ventas Septiembre 2008

SEPTIEMBRE							
BILLETAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$281,52	\$210,62	\$394	\$53,5	\$454,5	\$91,18	\$31,35	\$1516,67

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.56: Ventas Septiembre 2008



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El rubro total de las ventas durante el mes de septiembre fue de \$1 516.67. En este caso las correas ocuparon el primer lugar con el 30%. Posteriormente se encontraron las chompas de cuero con el 26%. Las billeteras representaron el 19%, las carteras el 14%. Consecutivamente se localizaron los artículos varios con el 6%. Para finalizar se ubicaron los sombreros con el 3% y los guantes con el 2%.

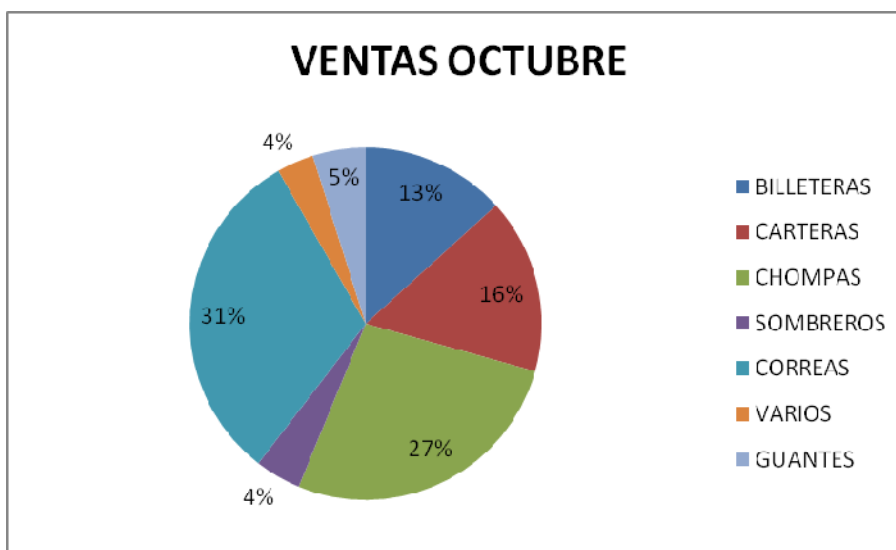
CUADRO 3.56: Ventas Octubre 2008

OCTUBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$200,95	\$243,5	\$407	\$64	\$473,5	\$51,59	\$73,71	\$1514,25

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.57: Ventas Octubre 2008



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En cuanto al mes de octubre el monto total de las ventas fue de \$1 514.25. Las correas ocuparon el primer lugar con el 31%. Posteriormente se encontraron las chompas de cuero con el 27%. Seguidamente se ubicaron las carteras de cuero con el 16%, las billeteras con el 13%. Los guantes de cuero obtuvieron el 5%. Tanto los artículos varios como los sombreros de cuero representaron el 4%.

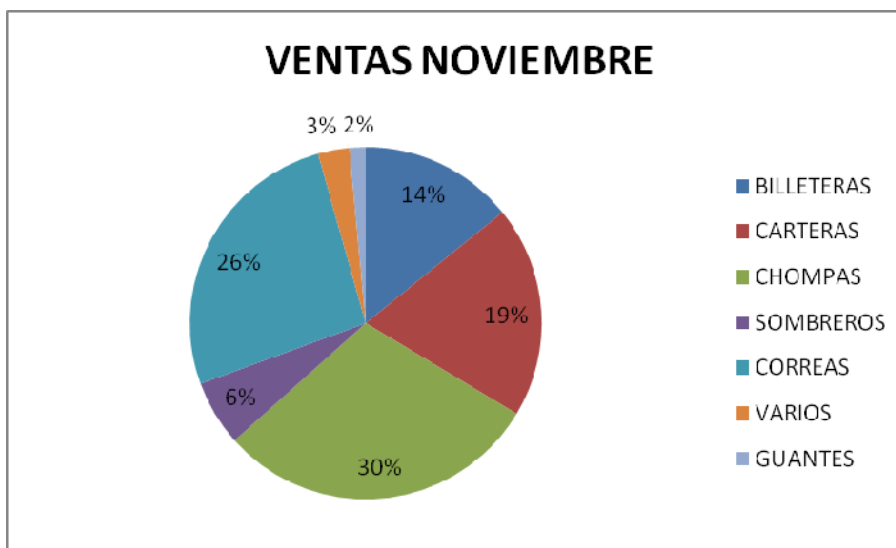
CUADRO 3.57: Ventas Noviembre 2008

NOVIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$200	\$274,6	\$420,65	\$85,01	\$370,2	\$40,94	\$20,91	\$1412,31

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.58: Ventas Noviembre 2008



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Las ventas totales del mes de noviembre fueron \$1 412.31. Las chompas de cuero representaron el 30%. Posteriormente se encontraron las correas con el 26%. En tercer lugar se ubicaron las carteras de cuero con el 19%. Seguidamente se localizaron las billeteras con el 14%. Los sombreros constituyeron el 6%, los artículos varios el 3%, y los guantes el 2%.

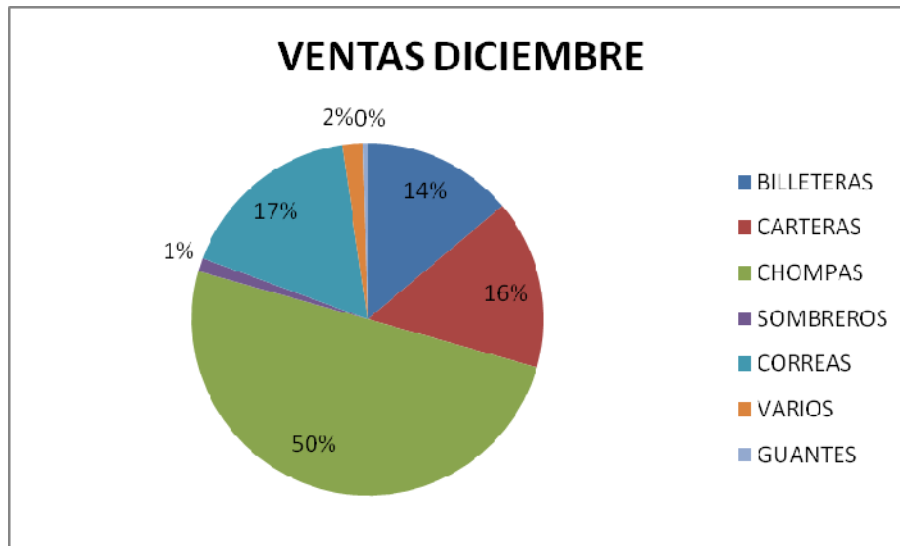
CUADRO 3.58: Ventas Diciembre 2008

DICIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$745,67	\$836,14	\$2686	\$66,5	\$916,83	\$100,74	\$24,5	\$5376,38

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.59: Ventas Diciembre 2008



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En cuanto al mes de diciembre el monto total de las ventas fue de \$5 376.38. En primer lugar se encontraron las chompas de cuero con el 50%. Seguidamente las correas con el 17%. Posteriormente se ubicaron las carteras de cuero con el 16% a continuación tenemos a las billeteras con el 14%. Los artículos varios representaron el 2%. Los sombreros el 1% y en último lugar se localizaron los guantes de cuero.

Al igual que en los años anteriores los meses en los que se registraron mayores ventas fueron junio (\$4 356.34) y diciembre (\$5 376.38). Adicionalmente los productos más comercializados fueron las chompas de cuero, correas y billeteras.

Estadísticas por Grupo de Productos Año 2009

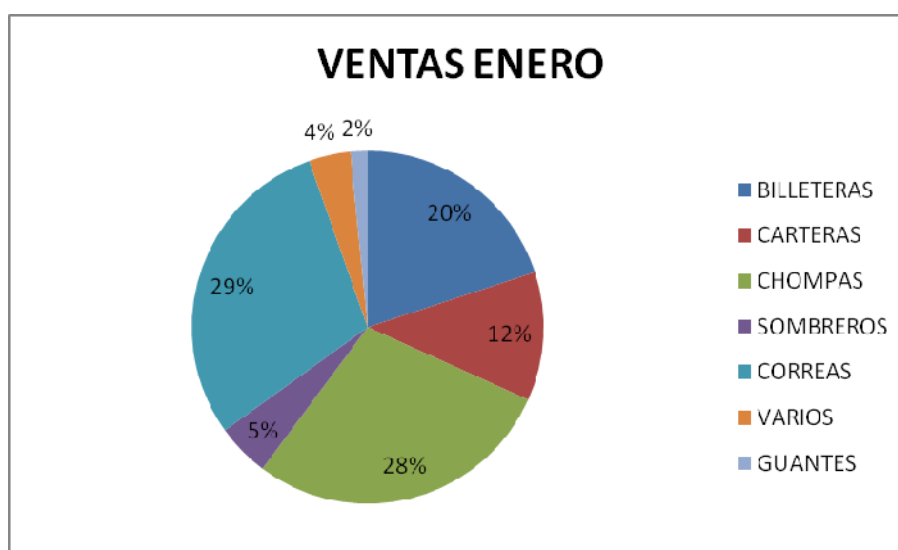
CUADRO 3.59: Ventas Enero 2009

ENERO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$290,5	\$171,8	\$414,8	\$71	\$429,8	\$55,75	\$23	\$1456,65

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.60: Ventas Enero 2009



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Las ventas totales del mes de enero fueron de \$1 456.65. En primer lugar se encontraron las correas con el 29% del total de las ventas. Seguidamente las chompas de cuero con el 28%. Las billeteras representaron el 20%, posteriormente se ubicaron las carteras con el 12%. Y por último los sombreros, varios y guantes; con el 5%, 4% y 2%, respectivamente.

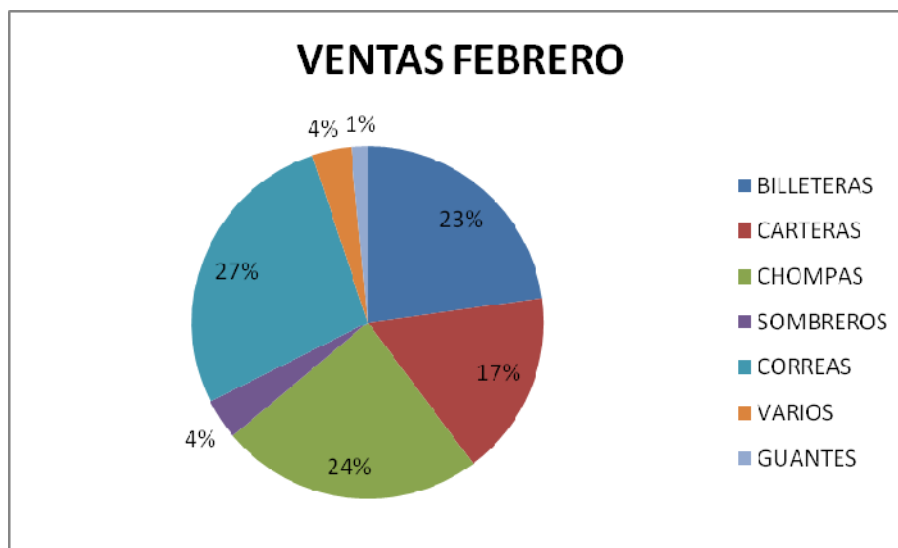
CUADRO 3.60: Ventas Febrero 2009

FEBRERO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$377,8	\$281,6	\$400	\$61,5	\$452,5	\$59,25	\$25	\$1657,65

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.61: Ventas Febrero 2009



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Para febrero el total de las ventas fueron de \$1 657.65. Al igual que en el mes anterior las correas se ubican en primer lugar con el 27%, las chompas de cuero en segundo lugar con el 24%, y las billeteras con el 23%. Las carteras de cuero representaron el 17% del total de las ventas. Tanto los sombreros como los artículos varios obtuvieron el 4% y los guantes de cuero el 1%.

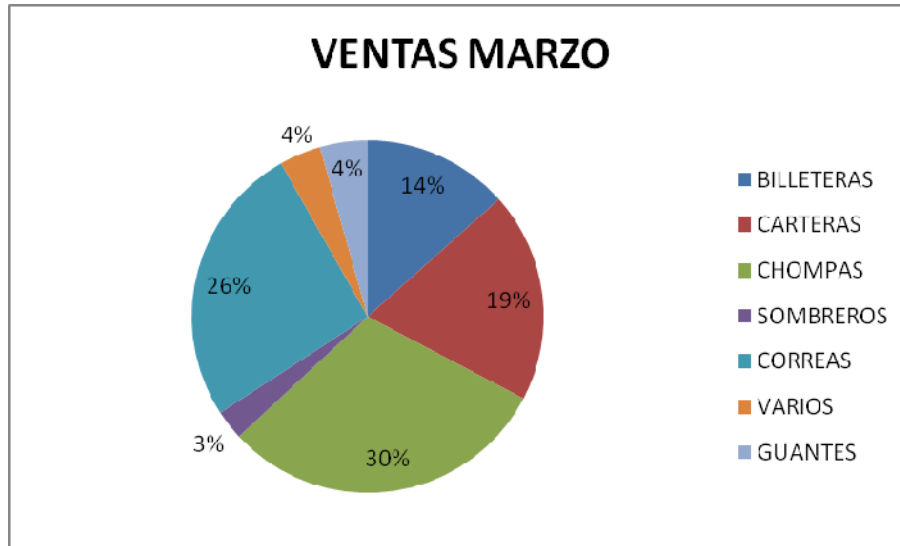
CUADRO 3.61: Ventas Marzo 2009

MARZO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$205	\$295,6	\$465	\$42	\$397,6	\$58,65	\$67	\$1530,85

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.62: Ventas Marzo 2009



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El total de las ventas del mes de marzo fue de \$1 530.85. Ubicándose en primer lugar las chompas de cuero con el 30%. Seguidamente las correas de cuero con el 26%. Las carteras de cuero representaron el 19%. Posteriormente las billeteras con el 14%. Tanto los guantes, como los artículos varios obtuvieron el 4%. Y por último los sombreros el 3%.

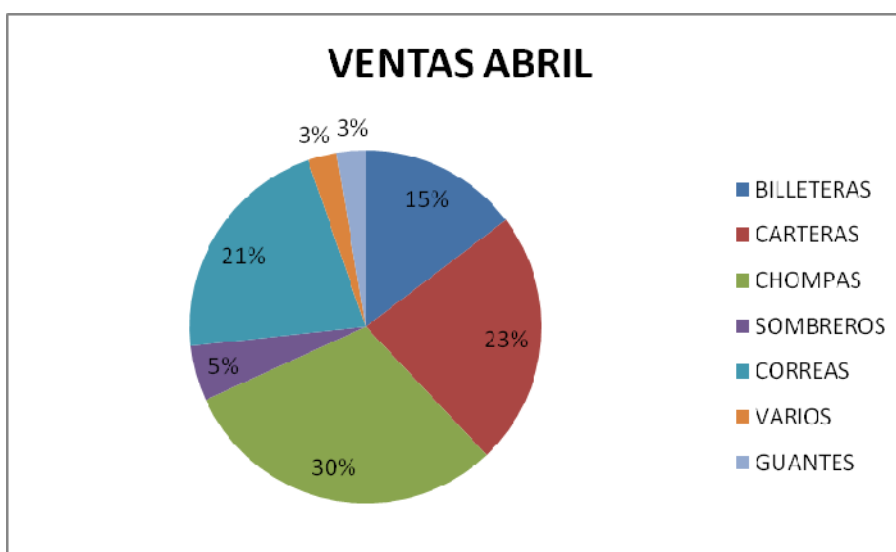
CUADRO 3.62: Ventas Abril 2009

ABRIL							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$275	\$436,9	\$567,5	\$95	\$401,6	\$49,9	\$50	\$1875,9

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.63: Ventas Abril 2009



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El monto total de las ventas del mes de abril fue de \$1 875.9. Las chompas de cuero obtuvieron el primer lugar con el 30% del total. Seguidamente se encontraron las carteras de cuero con el 23%. Posteriormente se ubicaron las correas de cuero con el 21%. Las billeteras de cuero constituyeron el 15%. Para terminar los sombreros representaron el 5%, los guantes de cuero así como los artículos varios el 3%.

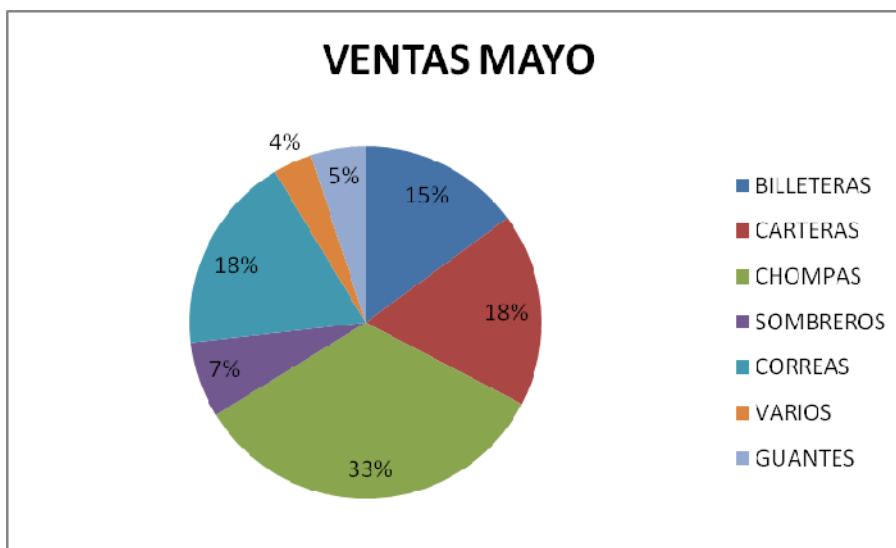
CUADRO 3.63: Ventas Mayo 2009

MAYO							
BILLETAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$375,75	\$447,8	\$847,5	\$176	\$458,25	\$91,16	\$127	\$2523,46

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.64: Ventas Mayo 2009



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El rubro de las ventas del mes de mayo fue de \$2 523.46. Constituyendo las chompas de cuero el 33% del total de las ventas. Tanto las correas como las carteras de cuero representaron el 18%. Posteriormente se encontraron las billeteras con el 15%. A partir de este mes los sombreros empiezan a tener mayor movimiento comercial, por lo que en mayo dichos productos representaron el 7% de las ventas. Los guantes obtuvieron el 5% y los artículos varios el 4%.

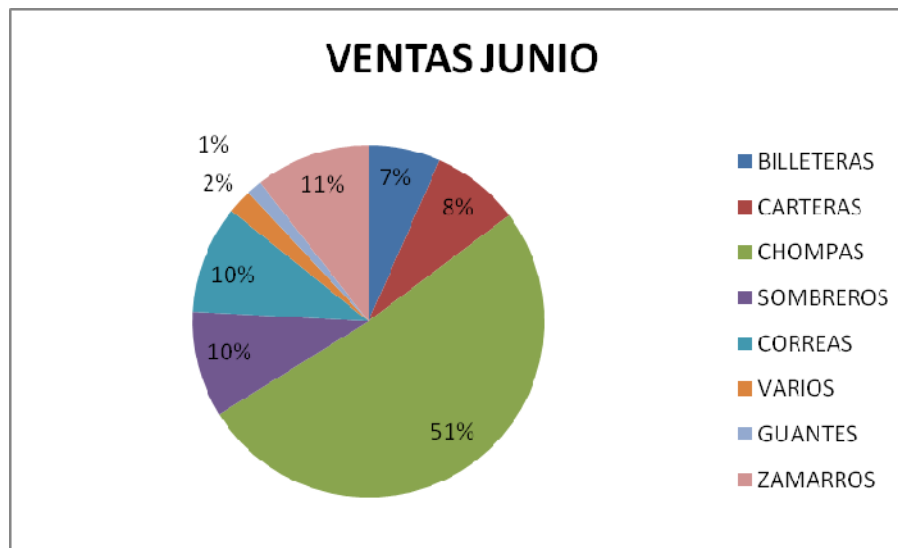
CUADRO 3.64: Ventas Junio 2009

JUNIO								
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	ZAMARROS	TOTAL
\$325,5	\$398,6	\$2529	\$478,6	\$487,7	\$110,28	\$68,6	\$520	\$4918,28

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.65: Ventas Junio 2009



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En junio el total de las ventas fue de \$4 918.28. Como suele suceder las chompas de cuero y los zamarros son los productos que más se venden durante este mes. De tal manera que las chompas de cuero representaron el 51% del total de las ventas. En segundo lugar se encontraron los zamarros con el 11%. Tanto las correas como los sombreros de cuero constituyeron el 10% de las ventas. Las carteras de cuero obtuvieron el 8%. Seguidamente las billeteras con el 7%. Y por último los artículos varios y guantes con el 2% y 1%; respectivamente.

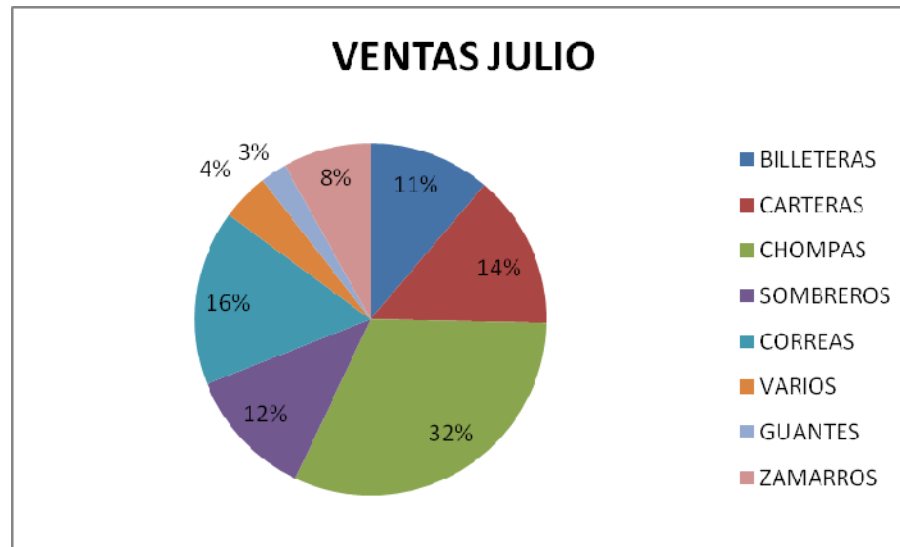
CUADRO 3.65: Ventas Julio 2009

JULIO								
BILLETAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	ZAMARROS	TOTAL
\$345,75	\$436,5	\$979	\$370	\$496,5	\$135,1	\$75,25	\$250	\$3088,1

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.66: Ventas Julio 2009



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El total de las ventas del mes de julio fue de \$3 088.1. Donde las chompas de cuero obtuvieron el primer lugar, representando el 32% de las ventas totales. En segundo lugar se encontraron las correas con el 16%. Posteriormente se ubicaron las carteras de cuero con el 14%. Los sombreros constituyeron el 12%. Seguidamente las billeteras con el 11%. Los zamarros obtuvieron el 8%. Y por último los artículos varios y los guantes el 4% y 3%; respectivamente.

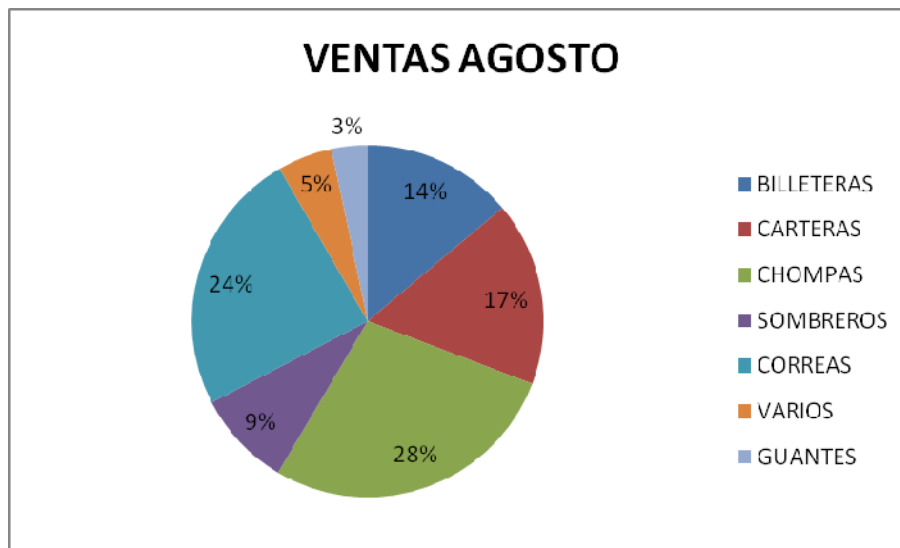
CUADRO 3.66: Ventas Agosto 2009

AGOSTO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$274,1	\$334,3	\$548	\$175	\$479,76	\$99,55	\$65,5	\$1976,21

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.67: Ventas Agosto 2009



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En cuanto al mes de agosto el rubro total de las ventas fueron de \$1 976.21. Las chompas de cuero representaron el 28% de las ventas. En segundo lugar las correas con el 24%. Posteriormente se encontraron las carteras de cuero con el 17%. Seguidamente las billeteras de cuero con el 14%. Los sombrero obtuvieron el 9%. Los artículos varios y los guantes de cuero, el 5% y 3%; respectivamente.

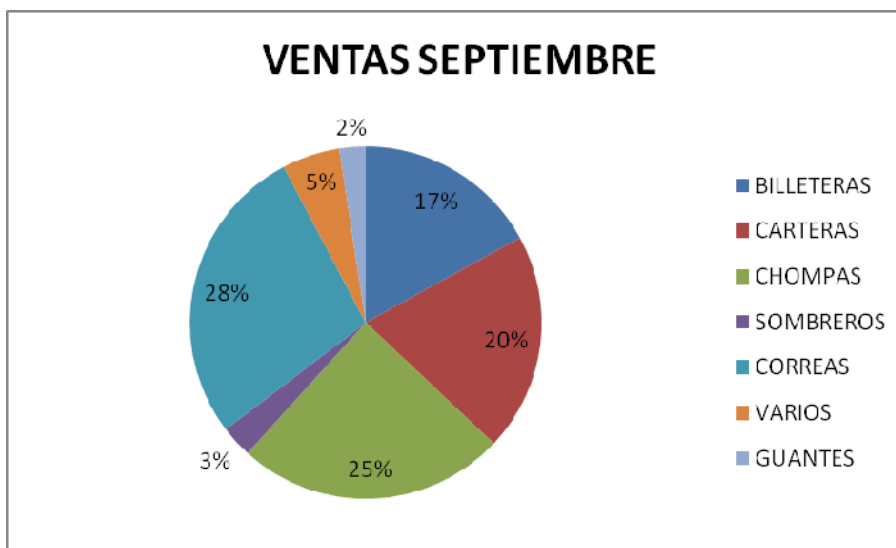
CUADRO 3.67: Ventas Septiembre 2009

SEPTIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$294,6	\$347,28	\$428	\$50,5	\$478,9	\$92,2	\$41,75	\$1733,23

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.68: Ventas Septiembre 2009



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El total de las ventas del mes de septiembre fue de \$1 733.23. En donde las correas representaron el 28% del monto total. Seguidamente se encontraron las chompas de cuero con el 25%. Posteriormente las carteras con el 20%. Las billeteras de cuero constituyeron el 17% de las ventas. Los artículos varios el 5%, los sombreros el 3% y los guantes de cuero el 2%.

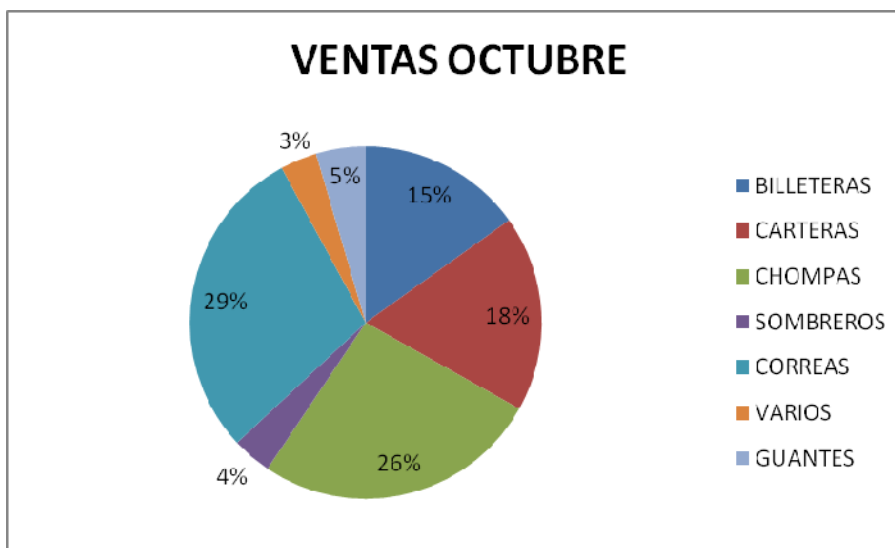
CUADRO 3.68: Ventas Octubre 2009

OCTUBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$250,85	\$298,4	\$436	\$60	\$480,7	\$55,85	\$75,7	\$1657,5

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.69: Ventas Octubre 2009



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Para el mes de octubre las ventas fueron de \$1 657.5. Nuevamente las correas se posicionan en primer lugar con el 29%. En segundo lugar las chompas de cuero con el 26%. Las carteras de cuero constituyeron el 18%, seguidamente las billeteras de cueros con el 15%. Los guantes de cuero representaron el 5%, los sombreros el 4% y por último los artículos varios el 3%.

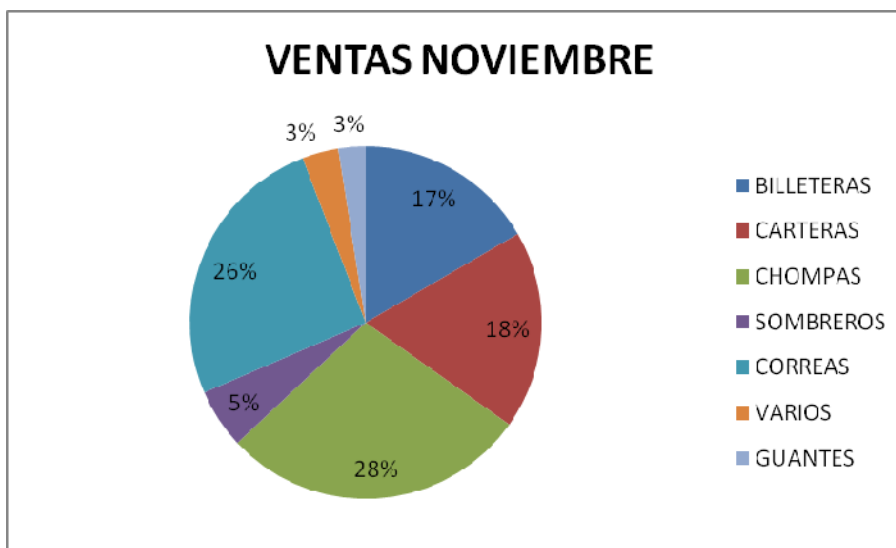
CUADRO 3.69: Ventas Noviembre 2009

NOVIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$263,8	\$289,25	\$447,9	\$87,11	\$407,25	\$52,97	\$39,8	\$1588,08

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.70: Ventas Noviembre 2009



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En el mes de noviembre el total de las ventas fue de \$1 588.08. Las chompas de cuero se ubicaron en primer lugar con el 28%. Seguidamente se encontraron las correas de cuero, representando el 26% de las ventas totales. Las carteras de cuero se localizaron en el siguiente lugar, constituyendo el 18%. Las billeteras de cuero obtuvieron el 17% Posteriormente los sombreros con el 5%. Y por último tanto los artículos varios, como los guantes de cuero simbolizarone el 3%.

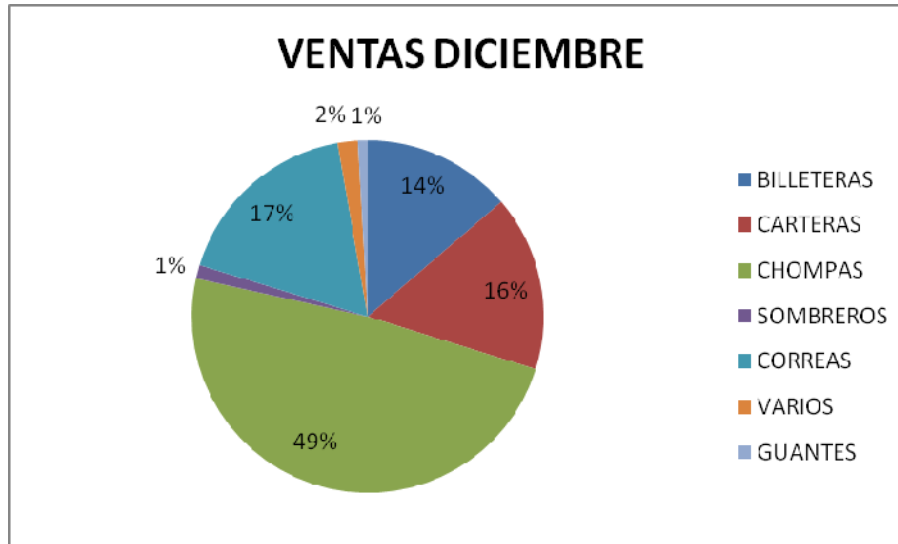
CUADRO 3.70: Ventas Diciembre 2009

DICIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$774,75	\$910,8	\$2750	\$70,5	\$990,8	\$104,74	\$50,5	\$5652,09

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.71: Ventas Diciembre 2009



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Al igual que los anteriores años el mes de diciembre se caracteriza por tener un alto rubro de ventas. En este caso puntual del año 2009, el total de las ventas fue de \$5 652.09. En donde el producto que más se comercializó, fueron las chompas de cuero aportando el 49% de los ingresos. Posteriormente, se encontraron las correas de cuero con el 17%. En seguida se ubicaron las carteras de cuero, las que representaron el 16%. En la siguiente posición se localizaron las billeteras de cuero, con el 14%. Los artículos varios con el 2%, y tanto los guantes de cuero como los sombreros, obtuvieron el 1%.

Como se ha observado en años anteriores, los meses en los que se registran los rubros más altos en ventas son junio (\$4 918.28) y diciembre (\$5 652.09). Debido a las festividades relativas a cada mes ya mencionadas anteriormente, es por esto que en los meses de junio, julio y en ocasiones agosto se adiciona al stock productos como zamarros de cuero.

Estadísticas por Grupo de Productos Año 2010

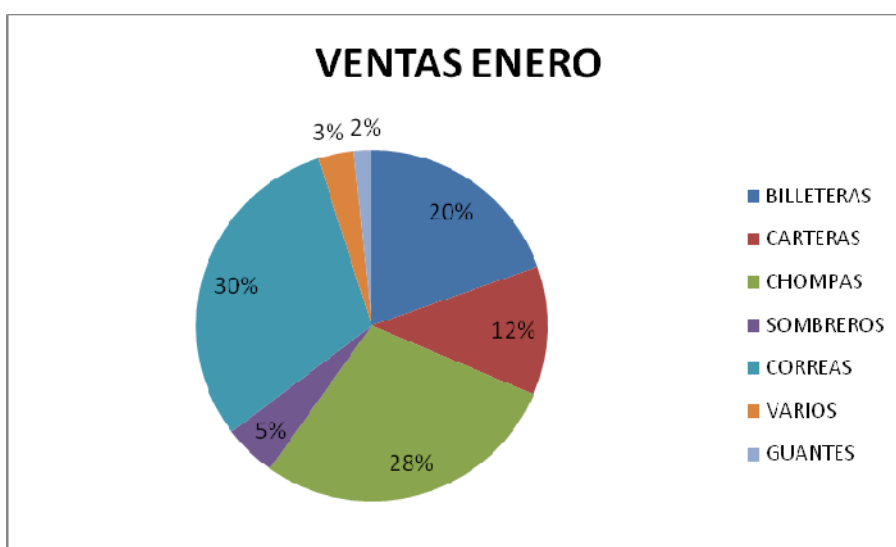
CUADRO 3.71: Ventas Enero 2010

ENERO							
BILLETAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$299,22	\$180,39	\$435	\$74	\$464,18	\$50,25	\$25	\$1528,04

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.72: Ventas Enero 2010



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En el primer mes del año el total de las ventas fue de \$1528.04. Ubicándose en primer lugar las correas con el 30%. Seguidamente se encuentran las chompas de cuero, con el 28%. Las billeteras representan el 20% de las ventas. Posteriormente se encuentran las carteras con el 12%. Los sombreros obtuvieron el 5%, los artículos varios el 3% y los guantes el 2%.

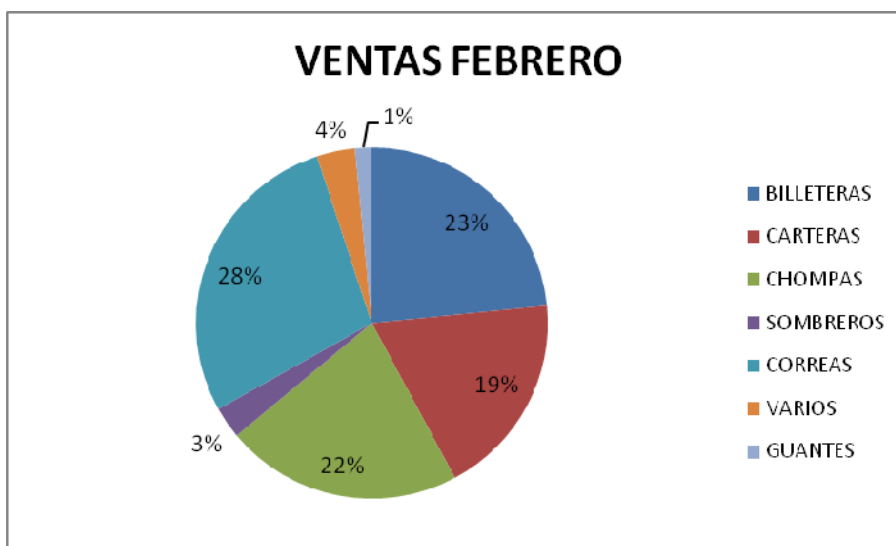
CUADRO 3.72: Ventas Febrero 2010

FEBRERO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$415,58	\$332,28	\$387	\$52	\$497,75	\$62,85	\$27	\$1774,46

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.73: Ventas Febrero 2010



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Para el mes de febrero las ventas ascienden a comparación del mes de enero, teniendo un total de \$1 774.46. El 28% de las ventas totales le corresponden a las correas de cuero, en segundo lugar tenemos a las billeteras con un 23%, las chompas se encuentran en tercer lugar con un 22%, las carteras de cuero constituyen el 19% de las ventas. Los artículos varios y los sombreros representaron el 4 y 3%; en su orden; y por último los guantes de cuero con un 1%.

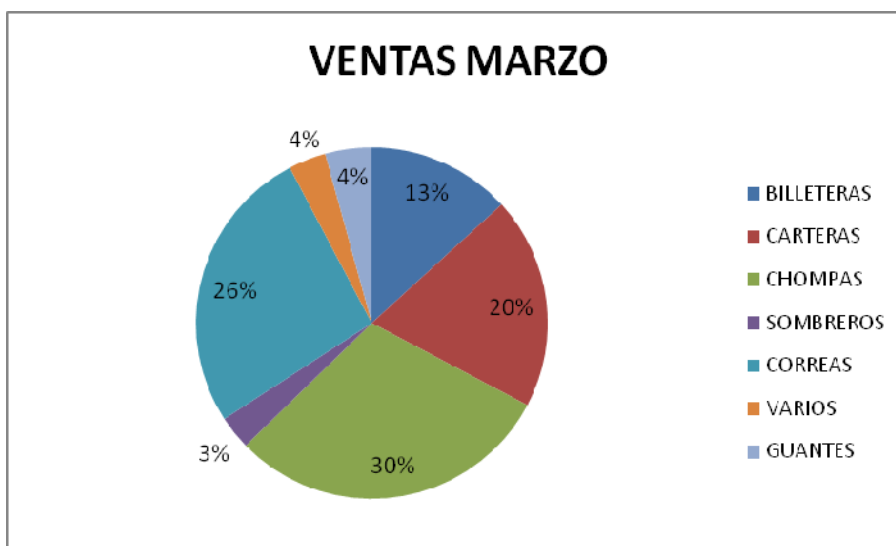
CUADRO 3.73: Ventas Marzo 2010

MARZO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$213,2	\$313,8	\$483,6	\$50	\$425,45	\$55,65	\$69	\$1610,7

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.74: Ventas Marzo 2010



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Durante el mes de marzo se registraron ventas e \$1 610.70. Siendo las chompas de cuero los productos más vendidos, pues representaron el 30% del total. En segundo lugar se encontraron las correas con el 26%. Posteriormente se ubicaron las carteras con el 20%. Posteriormente se localizaron las billeteras con el 13%. Los guantes, así como los artículos varios obtuvieron el 4% de las ventas. Y por último los sombreros con el 3%.

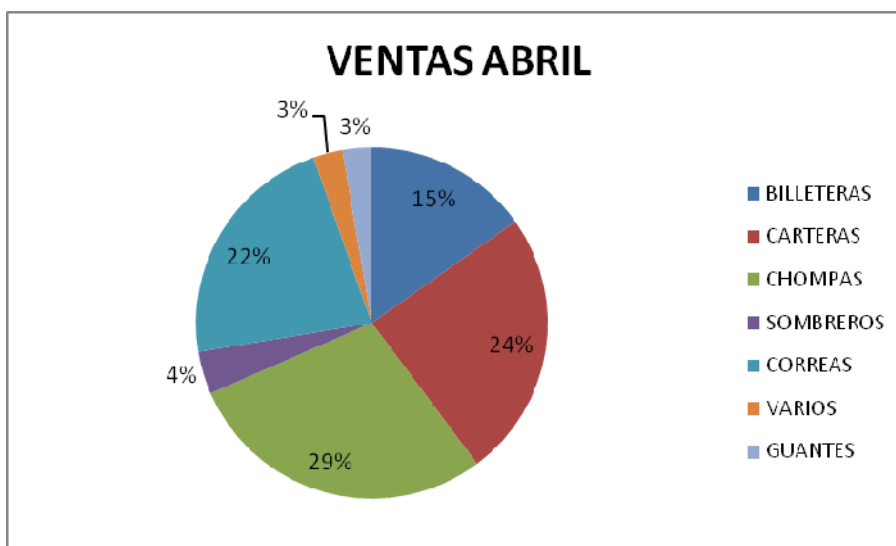
CUADRO 3.74: Ventas Abril 2010

ABRIL							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$291,5	\$470,5	\$550	\$75	\$425,7	\$51,9	\$51,5	\$1916,1

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.75: Ventas Abril 2010



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Las ventas del mes de abril fueron de \$1 916.1. Las chompas de cuero representaron el 29% del total de las ventas. Posteriormente se encontraron las carteras con el 24%. Seguidamente las correas con el 22%. En el siguiente lugar se ubicaron las billeteras con el 15%. Mientras que los sombreros significaron el 4%. Y para terminar, tanto los artículos varios, como los guantes obtuvieron el 3%.

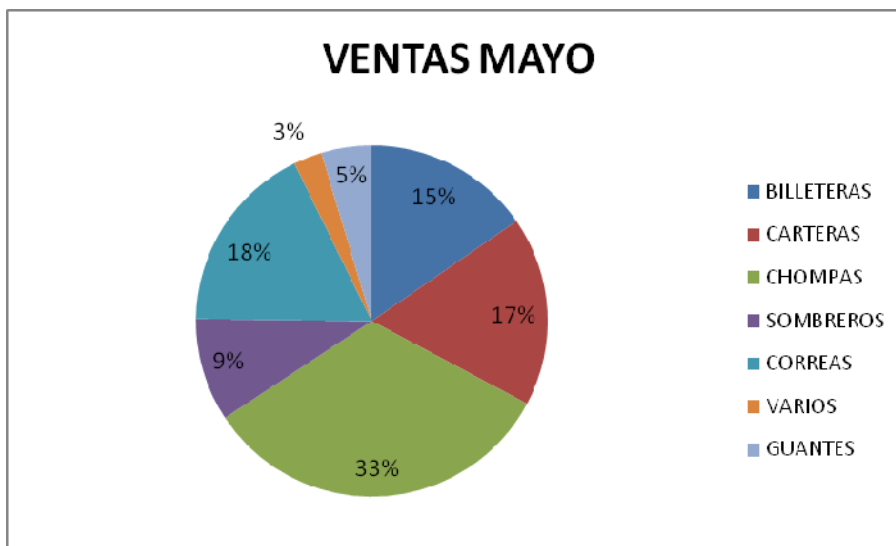
CUADRO 3.75: Ventas Mayo 2010

MAYO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$430,8	\$487	\$923	\$265	\$490,7	\$73,6	\$130	\$2800,1

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.76: Ventas Mayo 2010



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El valor de las ventas durante el mes de mayo fue de \$2 800.1. El 33% fue para las chompas de cuero. En segundo lugar se encontraron las correas con el 18%. Seguidamente se localizaron las carteras con el 17%. Las billeteras significaron el 15% de las ventas. En el siguiente lugar se ubicaron los sombreros con el 9%. Los guantes y los artículos varios representaron el 5% y 3%, en su orden.

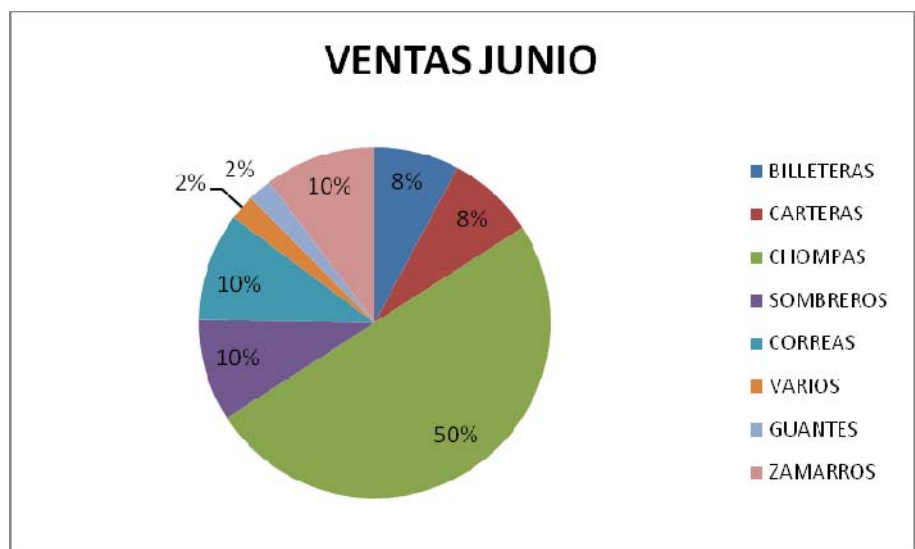
CUADRO 3.76: Ventas Junio 2010

JUNIO								
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	ZAMARROS	TOTAL
\$440	\$455,8	\$2807	\$526	\$560	\$132	\$123	\$577	\$5620,8

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.77: Ventas Junio 2010



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El valor de las ventas del mes de junio fue de \$5 620.8. Siendo las chompas de cuero los productos más representativos ya que significaron el 50% de las ventas totales. Tanto los sombreros, como las correas y los zamarros obtuvieron el 10%. Así como las billeteras y las carteras de cuero representaron el 8%. Y por último los guantes y los artículos varios significaron el 2% de las ventas.

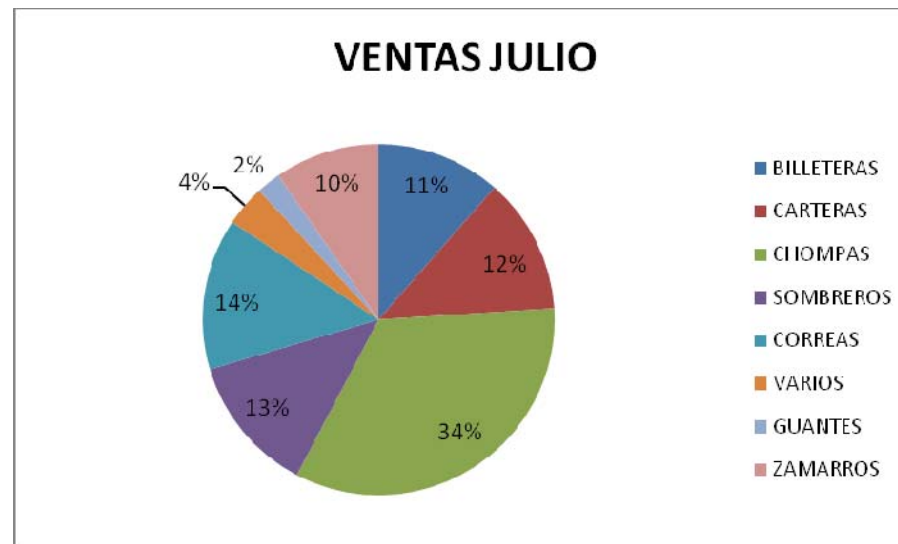
CUADRO 3.77: Ventas Julio 2010

JULIO								
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	ZAMARROS	TOTAL
\$385	\$419	\$1132	\$427	\$466	\$126	\$74	\$325	\$3354

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.78: Ventas Julio 2010



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Durante el mes de julio las ventas fueron de \$3 354. En primer lugar se encontraron las chompas de cuero con el 34%. Posteriormente las correas con el 14%. Enseguida se ubicaron los sombreros con el 13%. Las carteras de cuero representaron el 12%. Las billeteras se ubicaron en el siguiente lugar con el 11%. Seguidamente se localizaron los zamarros con el 10%. Los artículos varios obtuvieron el 4% y los guantes el 2%.

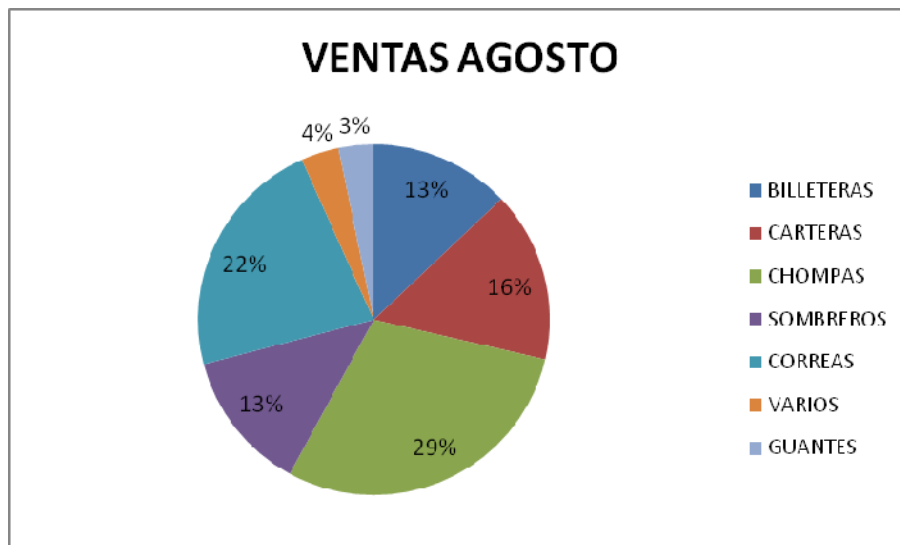
CUADRO 3.78: Ventas Agosto 2010

AGOSTO							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$300	\$363,7	\$680	\$301	\$518	\$81	\$75	\$2318,7

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.79: Ventas Agosto 2010



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El valor de las ventas durante el mes de agosto fue de \$2 318,7. Las chompas de cuero representaron el 29% del total de las ventas. En segundo lugar se encontraron las correas de cuero con el 22%. Posteriormente se localizaron las carteras de cuero con el 16%. Tanto las billeteras como los sombreros, obtuvieron el 13%. En el

siguiente lugar se ubicaron los artículos varios con el 4%. Seguidamente los guantes con el 3%.

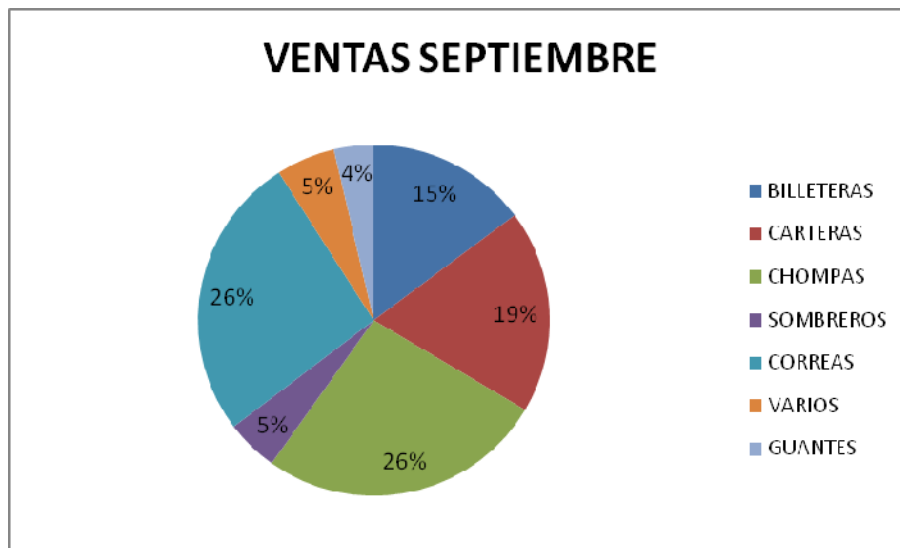
CUADRO 3.79: Ventas Septiembre 2010

SEPTIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$275	\$347,28	\$490	\$89	\$487	\$101	\$68	\$1857,28

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.80: Ventas Septiembre 2010



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Durante el mes de septiembre se registraron ventas de \$1 857.28. Donde, tanto las correas, como las chompas de cuero representaron el 26%. En segundo lugar, se encontraron las carteras de cuero con el 19%. Posteriormente las billeteras con el 15%. Los sombreros y los artículos varios obtuvieron el 5%. Y por último los guantes con el 4%.

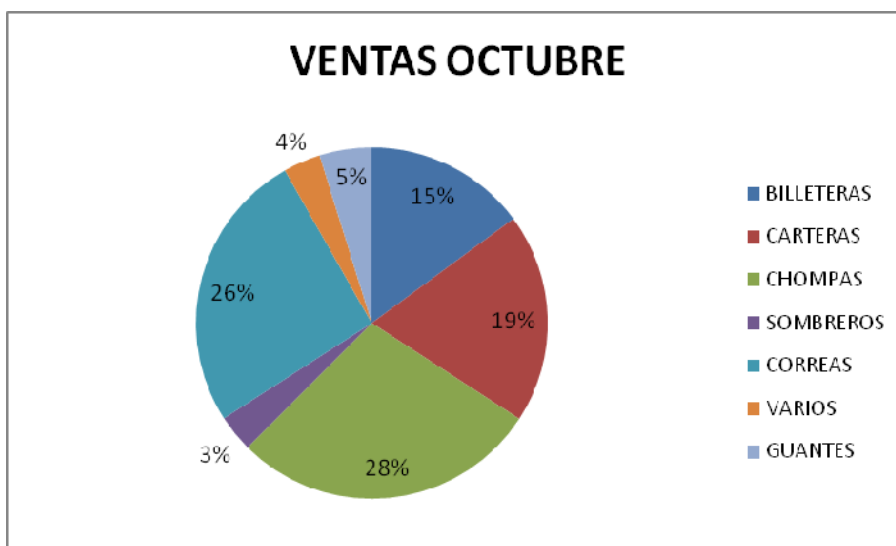
CUADRO 3.80: Ventas Octubre 2010

OCTUBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$285	\$368	\$542	\$65	\$494	\$65,75	\$92	\$1911,75

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.81: Ventas Octubre 2010



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En el mes de octubre las ventas fueron de \$1 911.75. Las chompas de cuero ocuparon el primer lugar con el 28%. Seguidamente se encontraron las correas con el 26%. Posteriormente las carteras con el 19%. Las billeteras representaron el 15%. Los guantes, los artículos varios y sombreros obtuvieron el 5, 4, 3%; en su orden.

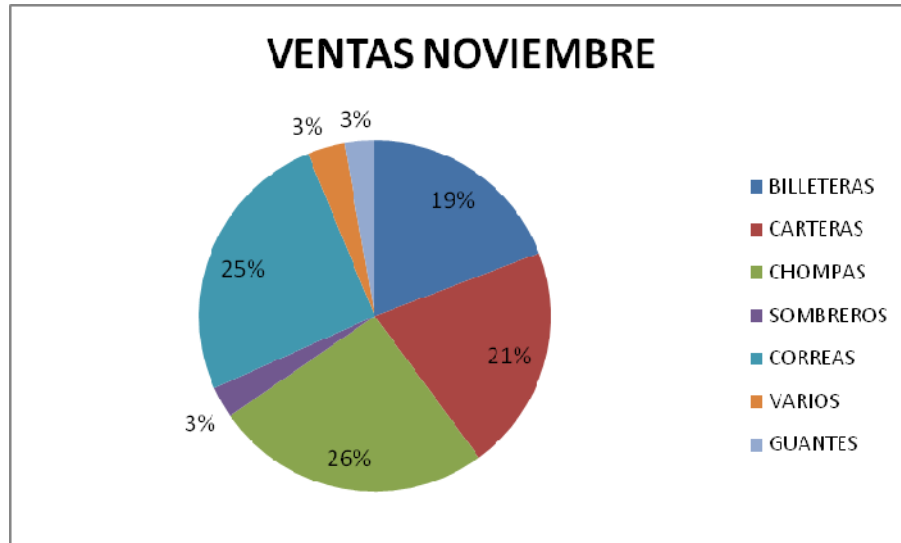
CUADRO 3.81: Ventas Noviembre 2010

NOVIEMBRE							
BILLETAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VARIOS	GUANTES	TOTAL
\$450,2	\$486	\$599	\$68	\$598	\$81	\$65	\$2347,2

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.82: Ventas Noviembre 2010



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Para el mes de noviembre el total de las ventas fue de \$2347,2. Las chompas de cuero representaron el 26%. Seguidamente se encontraron las correas con el 25%. Posteriormente se ubicaron las carteras con el 21%. Las billeteras de cuero alcanzaron el 19%. Tanto los sombreros, los artículos vario, así como los guantes significaron el 3% de las ventas de dicho mes.

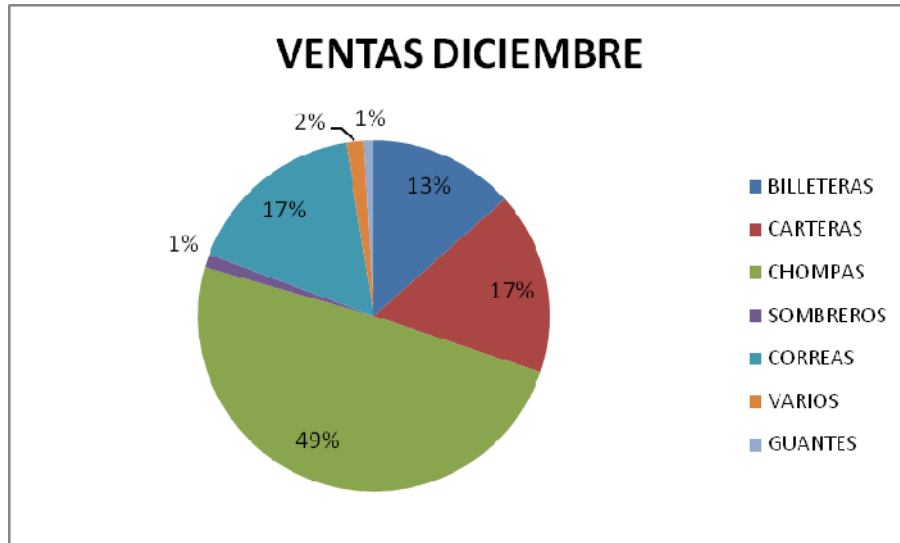
CUADRO 3.82: Ventas Diciembre 2010

DICIEMBRE							
BILLETERAS	CARTERAS	CHOMPAS	SOMBREROS	CORREAS	VIARIOS	GUANTES	TOTAL
\$800	\$999	\$2942,5	\$74	\$1000	\$95	\$55,5	\$5966

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.83: Ventas Diciembre 2010



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Así como se observó en los anteriores años el mes de diciembre, es el mes en el que se registran mayores ingresos. En este caso específico del año 2010, el rubro de ventas totales fue de \$5 966. En donde el producto que más se comercializó, fueron las chompas de cuero aportando el 49% de los ingresos. Posteriormente, tanto las correas como las carteras de cuero obtuvieron el 17%. Las billeteras representaron el 16%. En la siguiente posición se localizaron los artículos varios con el 2%. Y por último los sombreros y guantes; ambos significaron el 1% de las ventas.

Como se ha manifestado en años anteriores, los meses en los que se registran los rubros más altos en ventas son junio y diciembre. En el 2010 las ventas en esos meses específicos fueron de (\$5 620.8) y (\$5 966); respectivamente. Debido a las festividades relativas a cada mes ya mencionadas, es por esto que en los meses de

junio, julio y en ocasiones agosto se adiciona al stock productos como zamarros de cuero y productos relacionados a las festividades propias del Cantón. En la siguiente tabla se resumen los datos mostrados anteriormente por cada producto y asimismo detallados por cada año.

CUADRO 3.83: Ventas Anuales

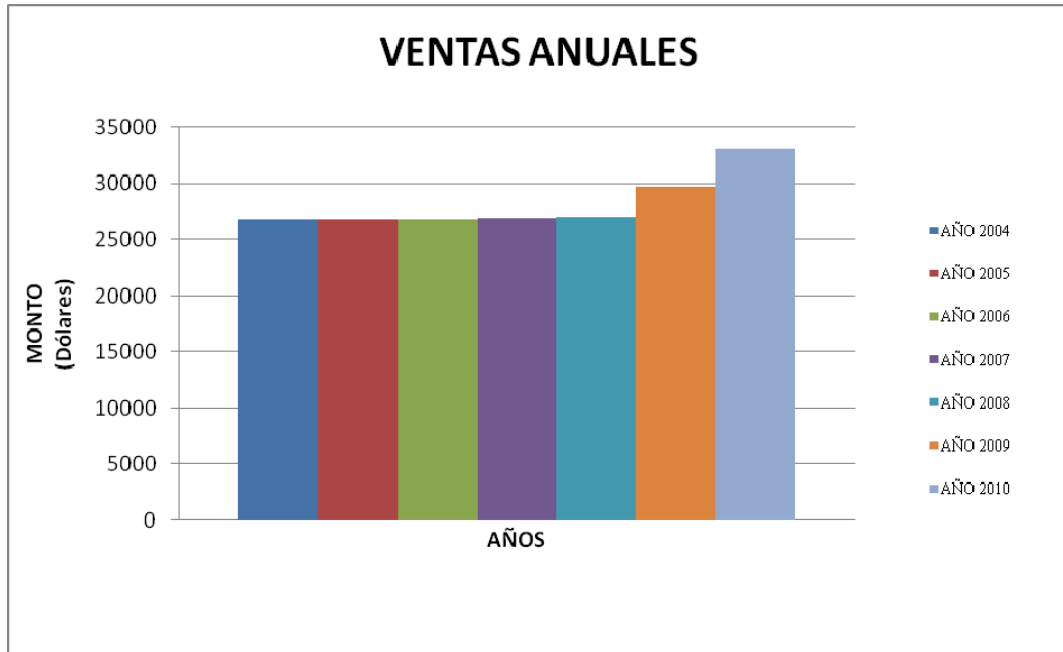
VENTAS ANUALES								
PRODUCTO	AÑO 2004	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	TOTAL
BILLETAS	2079,72	2302,16	4027,01	3659,29	3664,47	4053,4	4585,5	24371,55
CARTERAS	2714,92	2978,21	2941,01	3851,09	4005,79	4648,83	5222,75	26362,6
CHOMPAS	17901,59	15220,01	12304,06	10130,55	10423,09	10812,7	11971,1	88763,1
SOMBREROS	2099,33	1705,74	1490,14	1882,55	1697,05	1737,21	2066	12678,02
CORREAS	1249,19	3266,78	4615,01	4878,41	5003,17	5961,36	6426,78	31400,7
VARIOS	489,33	878,5	766,55	1645,01	981,82	965,4	976	6702,61
GUANTES	242,16	439,44	651,35	562,04	649,36	709,1	855	4108,45
ZAMARROS	0	0	0	255	610	770	902	2537
TOTAL	26776,24	26790,84	26795,13	26863,94	27034,75	29658	33005,13	196924,03

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Al observar los datos expuestos en la tabla, se puede notar que existe un incremento de las ventas anual de cada producto, a excepción de las chompas de cuero. Pues, la empresa en sus inicios se dedicaba exclusivamente a la comercialización de dichos productos, pero más adelante Artecuero complementó su stock con el resto de productos de cuero que actualmente dispone. Es así que la empresa empieza a invertir en la demás mercadería de cuero, dedicándose de esta manera a trabajar bajo pedido con las chompas de cuero, a más de contar con el inventario físico.

GRÁFICO 3.84: Ventas Anuales



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Al observar los datos expuestos en la tabla, se puede notar que existe un incremento de las ventas anual de cada producto, a excepción de las chompas de cuero. Pues, la empresa en sus inicios se dedicaba exclusivamente a la comercialización de dichos productos, pero más adelante Artecuero complementó su stock con el resto de productos de cuero que actualmente dispone. Es así que la empresa empieza a invertir en la demás mercadería de cuero, dedicándose de esta manera a trabajar bajo pedido con las chompas de cuero, a más de contar con el inventario físico.

A través del gráfico se puede observar claramente el aumento de las ventas y por ende el incremento de la demanda de los productos de cuero comercializados anualmente.

Una vez obtenidos los datos de las ventas, es posible determinar cuáles son los productos con mayor demanda mediante la curva de productos ABC, teniendo de la siguiente manera:

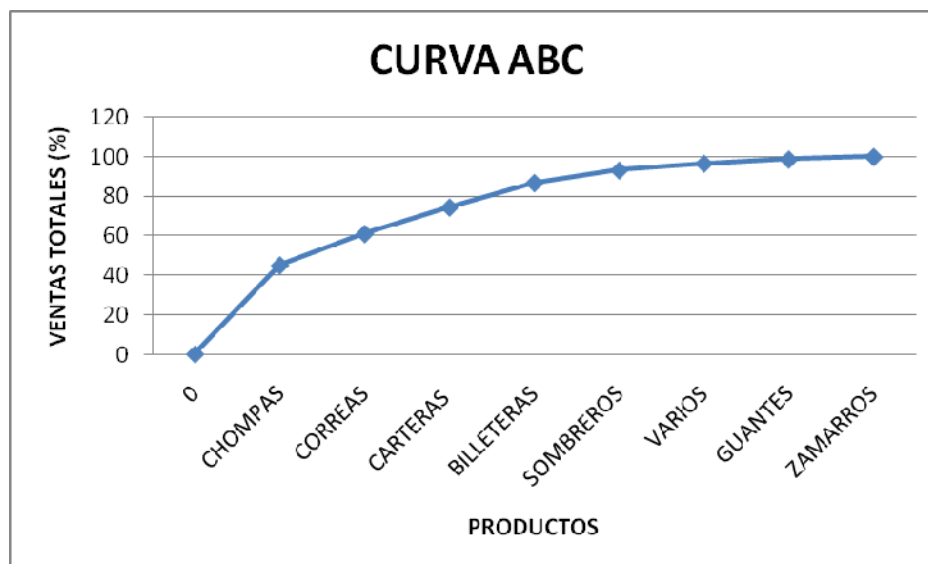
CUADRO 3.84: Ventas Curva de Productos ABC

CURVA ABC				
PRODUCTO	RANGO DEL PRODUCTO	VENTAS ANUALES	% ACUMULADO DEL TOTAL DE VTAS.	% ACUMULADO DEL TOTAL DE PROD.
	POR VENTAS			
0	0	0	0	0
CHOMPAS	1	88763,10	45,07	12,50
CORREAS	2	31400,70	61,02	25,00
CARTERAS	3	26362,60	74,41	37,50
BILLETERAS	4	24371,55	86,78	50,00
SOMBREROS	5	12678,02	93,22	62,5
VARIOS	6	6702,61	96,63	75,00
GUANTES	7	4108,45	98,71	87,5
ZAMARROS	8	2537,00	100,00	100,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3.85: Curva de Productos ABC



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Con ayuda del gráfico se puede visualizar de mejor manera, que los productos más comercializados son: chompas de cuero, correas y carteras.

Mediante los datos históricos de la empresa se ha podido determinar cuáles son los productos con mayor demanda, lo que a su vez nos ayuda a establecer los productos que deberían ser elaborados inicialmente por Artecuero, pues se ha constatado que tanto las chompas, como las correas y las carteras de cuero han dado los mayores

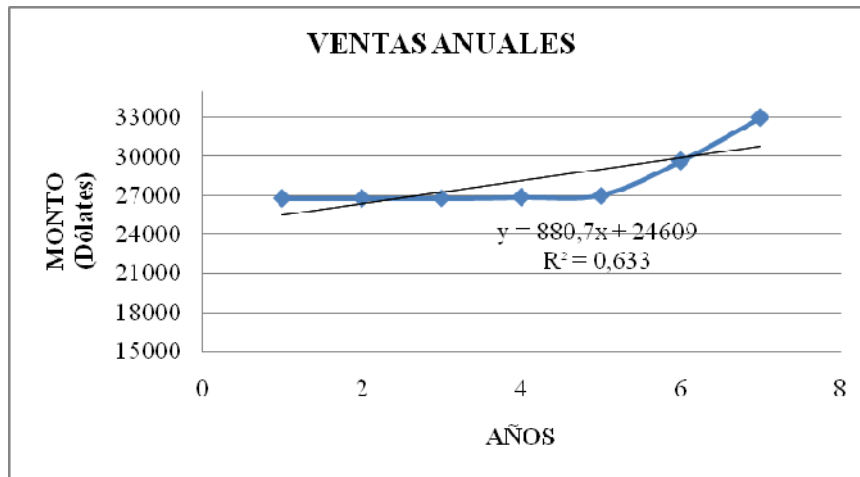
beneficios para la empresa. Además los datos de las ventas anuales tienen una tendencia creciente por lo que se puede decir que la demanda sigue aumentando y si los tres productos mencionados son los más requeridos, entonces Artecuero deberá abastecerse de los mismos.

3.2.5. Datos Proyectados

Una vez analizados los datos históricos hemos podido realizar un resumen de las ventas de la empresa, con dichos datos se pueden proyectar las ventas, para ello se determina la ecuación respectiva y se reemplazan los valores de “x” como se muestra a continuación:

3.2.5.1. Ecuación Lineal

GRÁFICO 3.86: Ventas Anuales



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 3.85: Ventas Anuales Proyectadas

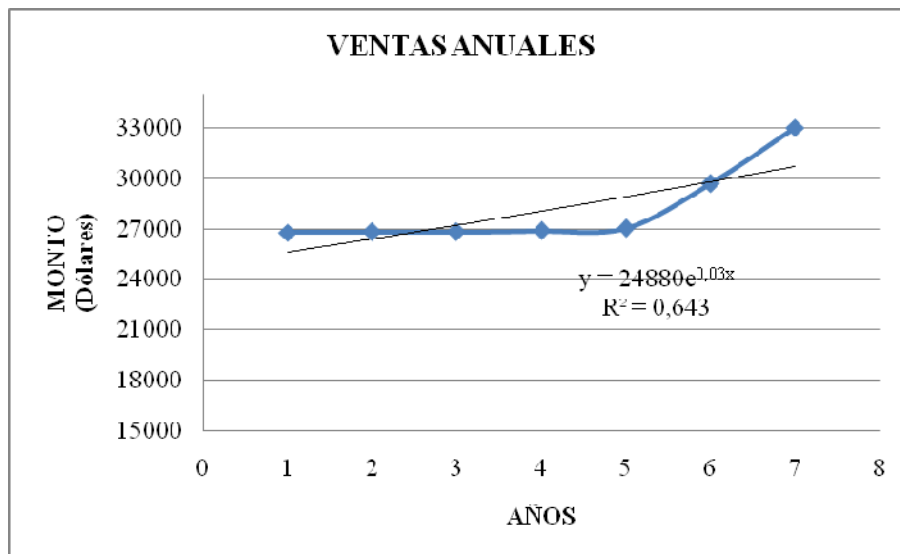
VENTAS ANUALES PROYECTADAS		
NÚMERO	AÑO	MONTO
1	2004	26776,24
2	2005	26790,84
3	2006	26795,13
4	2007	26863,94
5	2008	27034,75
6	2009	29658
7	2010	33005,13
8	2011	31654,6
9	2012	32535,3
10	2013	33416
11	2014	34296,7
12	2015	35177,4

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

3.2.5.2. Ecuación Exponencial

GRÁFICO 3.87: Ventas Anuales



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 3.86: Ventas Anuales Proyectadas

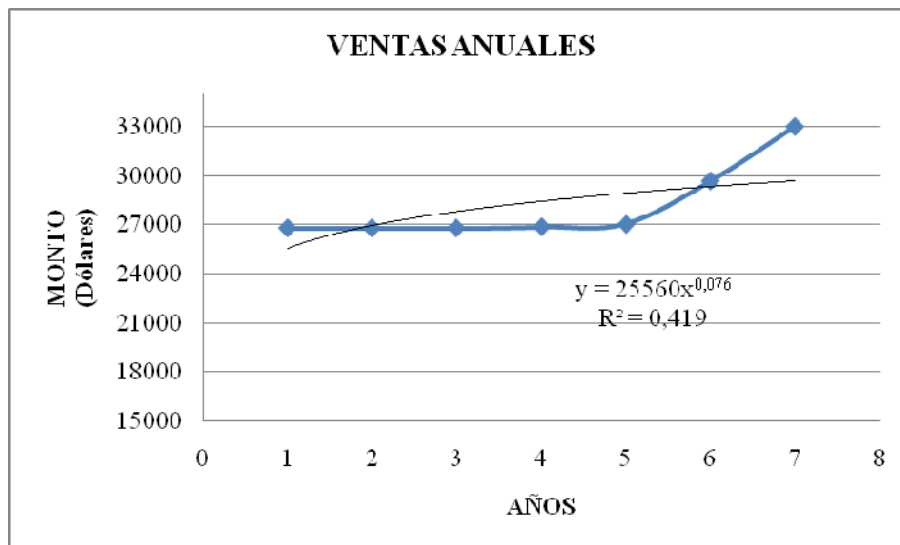
VENTAS ANUALES PROYECTADAS		
NÚMERO	AÑO	MONTO
1	2004	26776,24
2	2005	26790,84
3	2006	26795,13
4	2007	26863,94
5	2008	27034,75
6	2009	29658
7	2010	33005,13
8	2011	31628,68
9	2012	32591,92
10	2013	33584,49
11	2014	34607,29
12	2015	35661,24

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

3.2.5.3. Ecuación Potencial

GRÁFICO 3.88: Ventas Anuales



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 3.87: Ventas Anuales Proyectadas

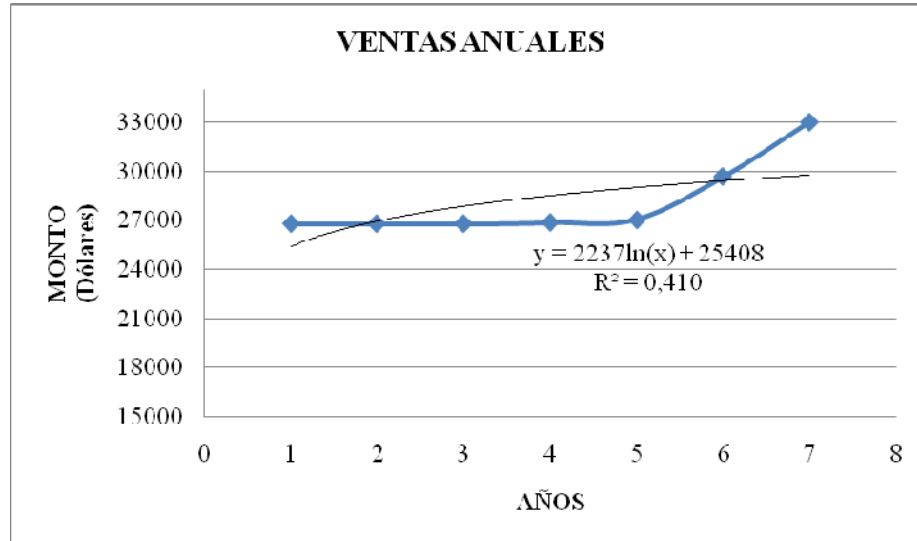
VENTAS ANUALES PROYECTADAS		
NÚMERO	AÑO	MONTO
1	2004	26776,24
2	2005	26790,84
3	2006	26795,13
4	2007	26863,94
5	2008	27034,75
6	2009	29658
7	2010	33005,13
8	2011	29936,13
9	2012	30205,31
10	2013	30448,15
11	2014	30669,5
12	2015	30872,99

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

3.2.5.4. Ecuación Logarítmica

GRÁFICO 3.89: Ventas Anuales



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 3.88: Ventas Anuales Proyectadas

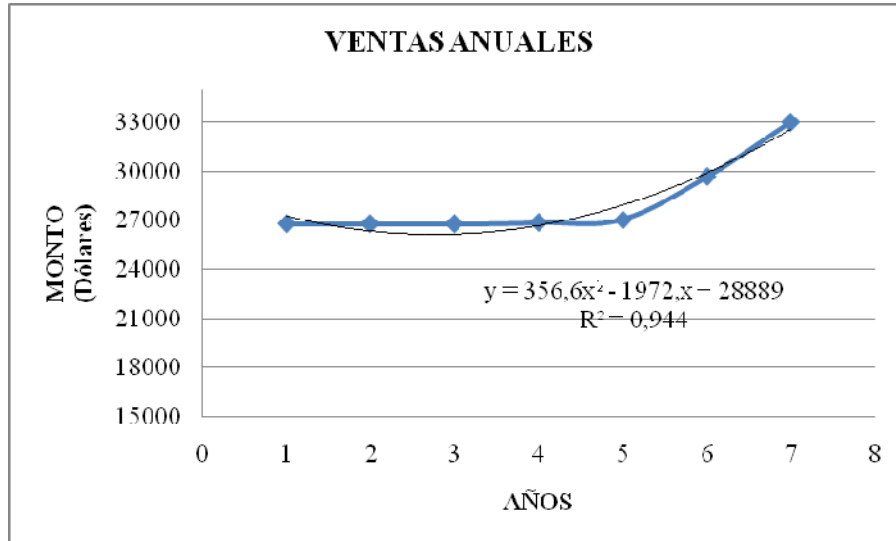
VENTAS ANUALES PROYECTADAS		
NÚMERO	AÑO	MONTO
1	2004	26776,24
2	2005	26790,84
3	2006	26795,13
4	2007	26863,94
5	2008	27034,75
6	2009	29658
7	2010	33005,13
8	2011	30059,71
9	2012	30323,19
10	2013	30558,88
11	2014	30772,09
12	2015	30966,74

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

3.2.5.5. Ecuación Poli nómica de Orden 2

GRÁFICO 3.90: Ventas Anuales



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 3.89.: Ventas Anuales Proyectadas

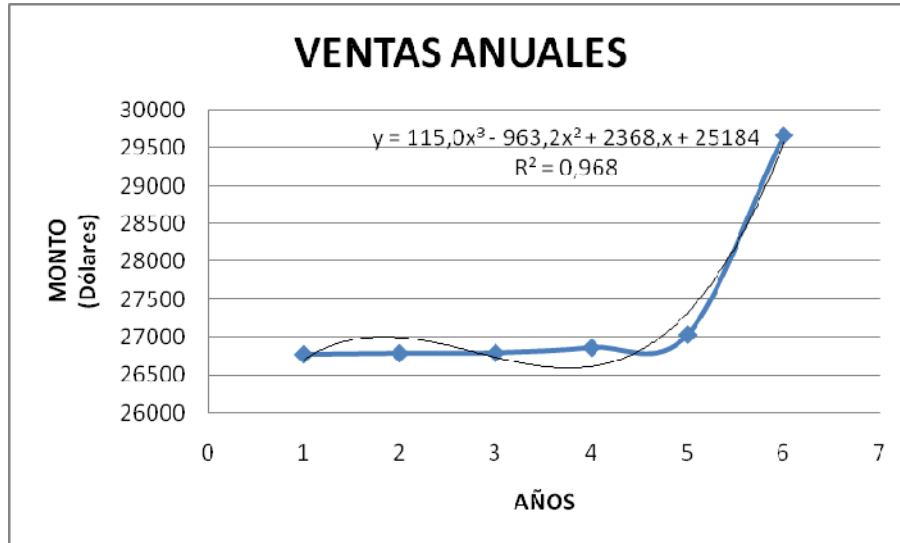
VENTAS ANUALES PROYECTADAS		
NÚMERO	AÑO	MONTO
1	2004	26776,24
2	2005	26790,84
3	2006	26795,13
4	2007	26863,94
5	2008	27034,75
6	2009	29658
7	2010	33005,13
8	2011	49739,4
9	2012	55801,6
10	2013	62577
11	2014	70065,6
12	2015	78267,4

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

3.2.5.6. Ecuación Poli nómica de Orden 3

GRÁFICO 3.91: Ventas Anuales



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 3.90: Ventas Anuales Proyectadas

VENTAS ANUALES PROYECTADAS		
NÚMERO	AÑO	MONTO
1	2004	26776,24
2	2005	26790,84
3	2006	26795,13
4	2007	26863,94
5	2008	27034,75
6	2009	29658
7	2010	33005,13
8	2011	39055,64
9	2012	47828,88
10	2013	59917
11	2014	75840,32
12	2015	96119,16

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

4.1. Objetivo del Estudio Técnico

El propósito principal de estudio técnico es brindar información necesaria para determinar el tamaño del proyecto, es decir cuánto se deberá producir; así como el monto de las inversiones, y los costos operativos concerniente al proyecto. Mediante este estudio se determinará todo lo relacionado al funcionamiento de la planta, en lo que tiene que ver con la descripción del proceso productivo, adquisición de maquinaria y equipos; y la distribución y localización óptima de la planta.

4.2. Determinación del Tamaño del Proyecto

Mediante la determinación del tamaño del proyecto lo que se pretende conocer es la capacidad de producción de los bienes durante un período de operación. Así como las dimensiones necesarias que deben tener las instalaciones, la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos por el proceso productivo.

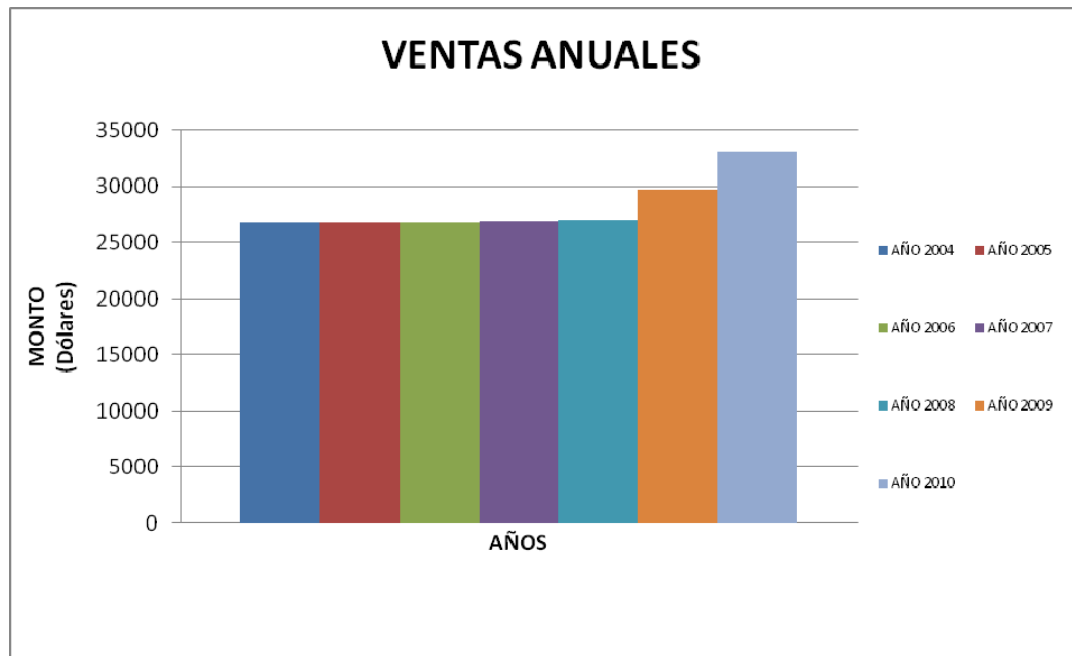
Los datos obtenidos se constituyen en parte fundamentales para la determinación de las especificaciones técnicas sobre los activos fijos que se deberán adquirir. Esto a su vez será utilizado para determinar los aspectos económicos y financieros sobre los montos de inversión que representará el proyecto.

4.2.1. Factores determinantes del Tamaño del Proyecto

4.2.1.1. Mercado

Como se mencionó en el capítulo anterior la demanda muestra una tendencia positiva de crecimiento anual.

GRÁFICO 4.1: Ventas Anuales



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Por otro lado Artecuero debe detectar las posibles debilidades o problemas con los productos que comercializa al momento, más que los productos, basarse en los fabricantes actuales, pues una vez que se convierta en productora se tratará de no cometer los mismos errores o debilidades que se ha detectado en los proveedores o en la competencia. Otro factor que se debe tomar en cuenta para Artecuero como nuevo productor en el mercado, es el ofrecer un producto realmente diferente el cual deberá ir a la par del precio, puesto que el consumidor preferirá comprar el producto de menor precio, siempre que la calidad del nuevo producto sea al menos igual a la de los que actualmente le ofrecen.

4.2.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros

A continuación se muestran varias formas de financiamiento de terceros: es decir fondos otorgados por bancos, cooperativas, etc.

CUADRO 4.1: Entidades Financieras

RECURSOS DE TERCEROS				
<u>ENTIDAD</u>	<u>MONTO</u>	<u>PLAZO</u>	<u>TASA DE INTERÉS</u>	<u>GARANTÍAS Y REQUISITOS</u>
BANCO DEL PICHINCHA				
<p><u>Crédito para microempresas: Compra de activos fijos</u> Este producto cubre hasta en un 80% el valor del equipo o maquinaria (incluye gastos de instalación)</p>	Desde \$500 hasta \$15.000 dólares	Plazos desde 6 a 36 meses.	13.20%	<ul style="list-style-type: none"> - Presentar pro forma del bien. - Realizar una visita de verificación de compra del activo fijo. - El monto total de deuda, incluido el crédito que se está analizando, no debe superar el 200% del patrimonio del cliente, conforme lo requiere la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.
<p><u>Crédito Hipotecario Empresarial</u> Posibilidad de ampliación de su empresa, mediante la adquisición de activos fijos sin arriesgar su liquidez. Es un crédito flexible, sin parámetros</p>	Monto mínimo \$15.000	De 1 a 5 años	Tasas de interés, reajustables trimestralmente	<p>GARANTÍAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primera hipoteca abierta sobre el inmueble objeto del crédito a favor del Banco del Pichincha. • Posibilidad de realizar abonos extraordinarios,

<p>fijos, que se adecua a las necesidades del cliente.</p>			<p>reduciendo el valor de sus dividendos mensuales o el plazo de crédito.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opción de cancelación anticipada de la totalidad del crédito sin penalización. • Seguro de desgrávame para el deudor y de incendio y terremoto para la propiedad durante la vigencia del crédito. • Realización de todos los trámites legales y pago de impuestos para su comodidad. <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de crédito hipotecario debidamente diligenciado. • Fotocopia de la cédula de Identidad y papeleta de votación • Certificado de ingresos donde se relacione el sueldo básico, el tiempo de servicio en la empresa y el cargo desempeñado. • Fotocopia de los dos (2) últimos comprobantes de pago de nómina. • Certificaciones de otros ingresos diferentes del sueldo. Ejemplo: comisiones, honorarios, etc. • Fotocopia de la promesa de compra-venta o del documento en que se relacione detalladamente las
--	--	--	--

				<p>condiciones de negociación del inmueble.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Referencias bancarias. Certificado de manejo de cuentas corrientes, de cuentas de ahorro, tarjetas de crédito, etc. • Referencias comerciales (Al menos 1 referencia). • Fotocopia de los documentos que acrediten el respaldo patrimonial del cliente. Ejemplos: copia del pago del impuesto predial, matrícula del vehículo. • Comprobante de depósito por análisis de crédito y pago del anticipo de avalúo.
<u>ENTIDAD</u>	<u>MONTO</u>	<u>PLAZO</u>	<u>TASA DE INTERÉS</u>	<u>REQUISITOS</u>
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO 23 DE JULIO				
<u>Crédito de Consumo</u>	<p>De \$1200- \$1500 De \$1501- \$3000 De \$3001- \$6000 De \$6001- \$24000</p>	<p>20 meses 24 meses 36 meses 48 meses</p>	14.7%	<ul style="list-style-type: none"> • Ser socio de la cooperativa • Tener saldo promedio trimestral • Solicitud llena y firmada por el socio y el cónyuge • Copias de las cédulas, papeletas de votación (deudor, garantes y cónyuges) • Certificado de trabajo, roles de pago

				<ul style="list-style-type: none"> •Fotocopia de carta de pago de impuesto predial del último año •Carta de pago de agua, luz o teléfono •Fotocopia tamaño carné del deudor •Pro forma de la inversión que va a realizar con el crédito •Garantes (si el crédito es mayor a \$5000)
--	--	--	--	--

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

4.2.1.3. Disponibilidad de Recursos Humanos

La industria del Cuero y el Calzado en Ecuador es un sector importante en la economía. Unida a la línea de manufacturación representa el 14.78% de la contratación de la mano de obra nacional.

Ecuador cuenta con excelentes artesanos; considerados como la mejor mano de obra calificada entre los países de la Región Andina. Con ello se puede conseguir cumplir las especificaciones y exigencias de cada cliente.

Es importante establecer la mano de obra necesaria para efectuar cada una de las operaciones de producción, en la actualidad Artecuelero se dedica solo a la comercialización, para lo cual cuenta con una ejecutiva de ventas, y una vendedora. En la cabecera se encuentra la Gerente, con el apoyo de un contador.

Una vez que se incorpore el proceso productivo a la empresa se necesitará del siguiente personal:

CUADRO 4.2: Personal Área de Producción

Personal Para el Área de Producción	Cantidad Año 1 y 2	Cantidad Año 3-5
Operarios	1	2

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Después de realizar el análisis de las ventas, se determinó que para los dos primeros años, se necesitará solo de un operario ya que será suficiente para cubrir la producción requerida. Para el tercer año y hasta el quinto año se incrementará un obrero más al área de producción, puesto que se necesitará cubrir más demanda que la establecida en los primeros años.

CUADRO 4.3: Personal Área Administrativa y Ventas

Personal para el Área Administrativa y Ventas	Cantidad Años 1-5
Vendedor	1

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Artecuero ya cuenta con el área Administrativa, por lo que para el proyecto solo se tomará en cuenta el personal que se implementará para el área de producción y lo que se requerirá más adelante, en este caso un vendedor más.

4.2.1.4. Disponibilidad de Materia Prima

Los insumos necesarios para el proceso productivo, no únicamente simbolizan las materias primas, sino que también se debe incluir a la mano de obra, servicios básicos, así como a los equipos necesarios; es decir todo lo relacionado con la producción de artículos de cuero.

Además se debe tomar en cuenta la disponibilidad en el mercado de todos los insumos.

El proceso de producción que deberá emplear Artecuero es sencillo, no se necesita de una planta amplia, ni de numerosa maquinaria puesto que para la fabricación de los tres productos se precisa de los mismos equipos. Asimismo la materia prima que se requiere para la fabricación de las chompas, carteras y correas de cuero se encuentra disponibles durante todo el año en las cantidades necesarias y a más de ello de buena calidad.

Después de la investigación y comparación respectiva se detalla a continuación los proveedores de materia prima así como de los insumos en general:

CUADRO 4.4: Proveedores de Materia Prima: Cuero

PROVEEDOR	MATERIAL	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Piel Cueros	Materia Prima Cuero	Av. Circunvalación y pasaje Veracruz Ambato-Ecuador	(03)245201 91897836
Curtiduría “La Península”	Materia Prima Cuero	Caracas y Cochabamba Ambato-Ecuador	(03)2856031

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 4.5: Insumos y Materiales en General Para la Confección

PROVEEDOR	MATERIALES	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Ferrostal	cemento de contacto, pega, gasolina	Bolívar y Rocafuerte Cayambe- Ecuador	(02)2360301
Comercio Artesanal	abrillantador, tinte cuero, tinta cacerola	Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo Ibarra- Ecuador	(06)2950135
Palacio Del Cinturón	hebillas apliques	Chile y Montufar Quito - Ecuador	(02)2950097
Comercial Rodríguez	forro, hilo, cierres, materiales en general de talabartería	Bolívar y 10 de Agosto Cotacachi - Ecuador	(06)2915098

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

4.3. Localización del Proyecto

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo”⁸, así como definir el mejor lugar para ubicar la unidad de producción.

4.3.1. Macro Localización

En este punto se analizan las posibles ubicaciones para el proyecto, tomando en cuenta varios factores. Seguidamente se darán a conocer las alternativas de localización para la planta de producción de Artecuero.

4.3.1.1. Criterios de Selección de Alternativas

Para dicho análisis se utilizará el método cualitativo por puntos, el cual consiste “en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización. Esto conduce a una comparación cuantitativa de diferentes sitios. El método permite

⁸ BACA, Urbina Gabriel, (2006), P. 107

ponderar factores de preferencia para el investigador al tomar la decisión.”⁹

En primer lugar se detallan los factores más relevantes a tomar en cuenta para la localización. A cada factor se le asigna un peso, mismo que dependerá exclusivamente del criterio del investigador, la suma de ellos será de 1.00.

Posteriormente se asigna una calificación a cada factor de las distintas ubicaciones de acuerdo a una escala definida, en este caso se utilizará 0 (bajo), 10 (alto).

Por último se suma la puntuación de cada sitio y se elegirá el que tenga máxima puntuación.

Los factores a considerarse serán los siguientes:

- **Infraestructura**

En este factor se considerarán: servicios básicos (agua, luz, teléfono, alcantarillado), vías de transporte. Así como si la infraestructura es propia o no. Dichos aspectos influirán en la conveniencia de producir.

- **Cercanía a las Fuentes de Abastecimiento de Materia Prima**

Para una reducción en los costos de transporte, es necesario analizar la cercanía a las fuentes de abastecimiento de materia prima, pues la planta de producción debería estar lo más cerca posible de los proveedores de insumos así como de la materia prima.

- **Disponibilidad de Servicios Básicos**

El lugar deberá tener los servicios básicos como: luz, agua, teléfono, aseo, alcantarillado para el correcto funcionamiento la producción respectiva.

⁹ BACA, Urbina Gabriel, (2006), P. 107

- **Cercanía del Mercado**

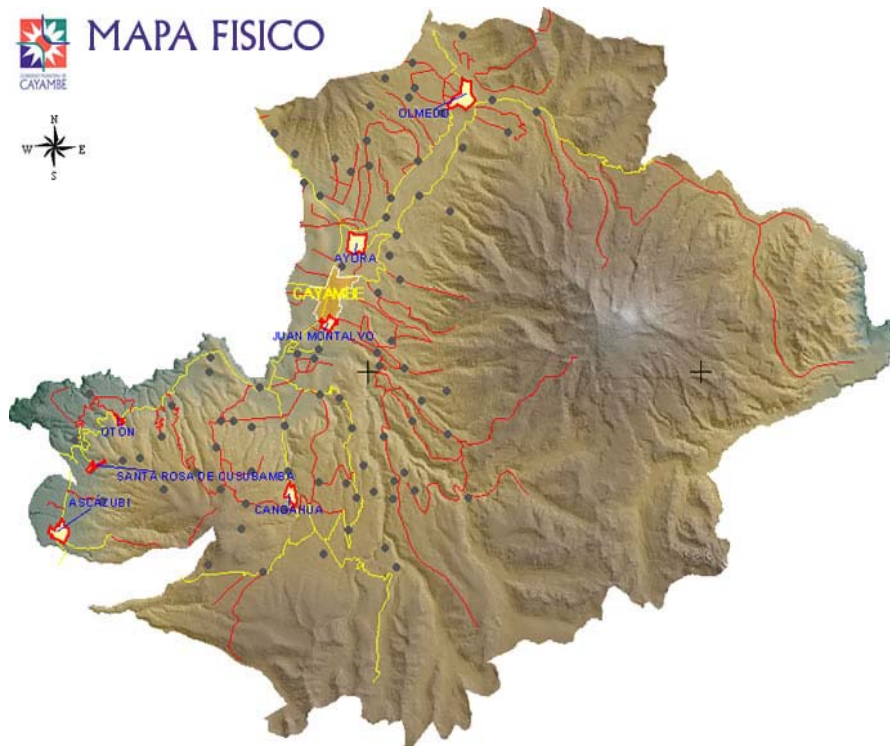
Este factor, es importante al momento de la macro localización ya que su estudio permite establecer cuan distante se está del mercado de consumo y en los costos que se incurrirán para llegar a éste tomando en consideración alternativas de ubicación.

- **Disponibilidad de Mano de Obra**

Es importante también tener en cuenta la disponibilidad de la mano de obra necesaria para el proyecto. Si necesita de mano de obra especializada y en qué cantidades.

4.3.1.2. Plano de la Macro Localización

PLANO DE MACRO LOCALIZACIÓN: CIUDAD DE CAYAMBE



4.3.2. Micro Localización

A continuación se muestra los factores analizados para la toma de decisión de la ubicación de la planta:

CUADRO 4.6: Micro Localización Método por Puntos

FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
Infraestructura	0,25	9	2,25	7	1,75
Cercanía a las fuentes de abastecimiento de Materia Prima	0,21	8,5	1,785	7	1,47
Disponibilidad de servicios básicos	0,18	8	1,44	8	1,44
Cercanía del mercado	0,19	9	1,71	7	1,33
Disponibilidad de mano de obra	0,17	8	1,36	7	1,19
TOTALES	1,00		8,55		7,18

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

4.3.2.1. Selección de la Alternativa Óptima

Después de aplicar el método de clasificación de los factores en el proyecto, se determinó que es más favorable implementar la planta de producción en las instalaciones propias de Artecuro, debido a que los factores analizados constituyen una fortaleza que ayudará al mejor desenvolvimiento de las actividades de la empresa, además de desarrollar un sistema de costos que permita

obtener productos de mejor calidad, entrega oportuna al mercado consumidor, minimización de costos de transporte entre otros beneficios, y con todo esto obtener rentabilidades satisfactorias tanto de la producción como de la comercialización de los artículos de cuero.

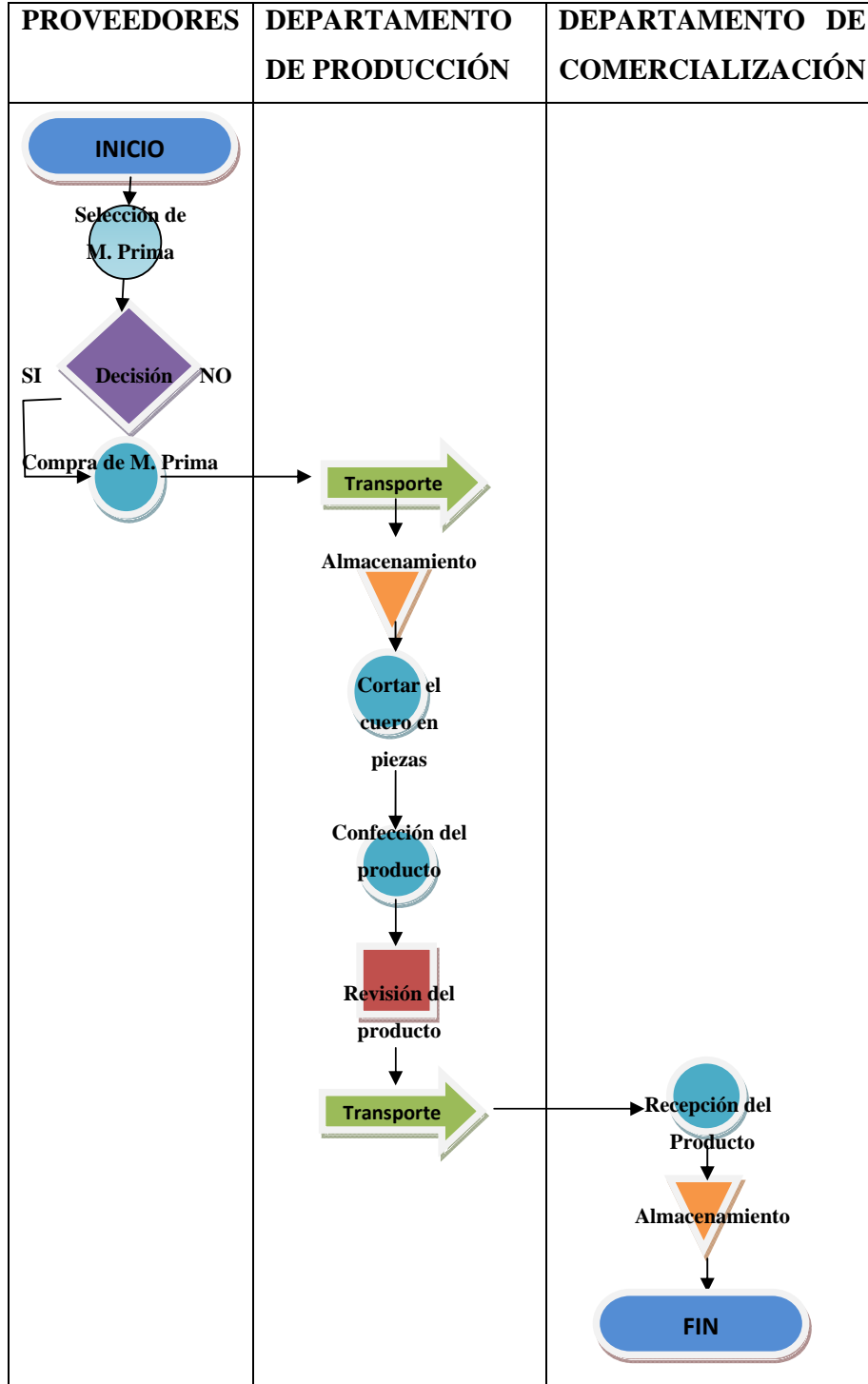
Como se determinó anteriormente, la mejor alternativa es incorporar el sistema productivo en las instalaciones propias de la empresa Artecuero, la cual está ubicada en la zona urbana de Cayambe, y en la zona céntrica de la misma. Las ventajas de la zona establecida son:

- Mejores sistemas de transporte, tanto para materiales, productos terminados y empleados.
- Cercanía de empresas de apoyo, por ejemplo, mantenimiento de maquinaria, entidades financieras, servicios básicos, entre otros.

Las instalaciones de Artecuero se encuentran en la calle Rocafuerte N3-75 entre 9 de Octubre y 24 de Mayo. Cuenta de dos pisos, en la planta baja funciona el local donde se expenden los productos de cuero mide 136 m², cuenta con una oficina de 36 m², y una bodega de 25 m². El segundo piso será utilizado para la planta de producción el cual será de 85 m².

4.4. Ingeniería del Proyecto

CUADRO 4.7: Flujograma del Proceso de Producción



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

4.1.1. Definición del proceso de producción

La palabra **cuero** proviene del latín **curium** (Piel de los animales, curtida), es decir se trata de la piel tratada mediante curtido. El cuero en definitiva proviene de una capa de tejido que recubre a los animales y que tiene propiedades de resistencia y flexibilidad bastante apropiadas para su posterior manipulación. La capa de piel es separada del cuerpo de los animales muertos, se elimina el pelo o la lana, salvo en los casos en que se quiera conservar esta cobertura pilosa en el resultado final y posteriormente es sometida a un proceso de curtido. El cuero se emplea como material primario para la elaboración de productos como: chompas, carteras, billeteras, correas, etc.

PROCESO PRODUCTIVO:

CUERO:

1. REMOJO

El primer paso para el proceso de curtido del cuero, es el remojo. La finalidad de esta actividad es devolver a la piel su estado de hinchamiento natural y eliminar la suciedad (barro, sangre, estiércol, microorganismos) así como sustancias proteicas solubles y agentes de conservación, como por ejemplo la sal.

2. PELAMBRE

Entre los objetivos del pelambre podemos destacar los siguientes:

- Quitar o eliminar de las pieles remojadas la lana o el pelo, y la epidermis.
- Favorecer un hinchamiento de la piel que promueva un aflojamiento de la misma.

- Aumentar el espesor de la piel para poder ser descarnada y si es necesario para la definición del artículo final, también poder ser dividida.

3. CALERO

El calero consiste en poner en contacto los productos químicos, disueltos en agua con la piel en aparatos agitadores (fulones, bombos, batanes, molinetes, mezcladores, etc.). Durante un tiempo más o menos largo, hasta conseguir la acción de los productos del calero en toda la sección de la piel.

Los efectos del calero son:

- Provocar un hinchamiento de las fibras y fibrillas del colágeno.
- Ataque químico a las grasas, productos cementantes, raíces del pelo, etc., facilitando mediante su disolución en agua su eliminación.

El objetivo es lograr con un buen efecto mecánico, favorecer la penetración en la piel y homogeneizar las concentraciones de producto entre las zonas de líquido en contacto con la piel. Si el efecto mecánico es excesivo se puede dañar la estructura de la piel por forzar a moverse fibras muy tensas, pudiendo llegar en casos extremos a la rotura de fibras y de la piel incluso (baños muy cortos y varias horas de movimiento).

4. DESCARNADO

El descarnado es necesario pues en la endodermis (parte de la piel en contacto con el animal) quedan restos de carne y grasa que deben eliminarse para evitar, entre otras consecuencias, el desarrollo de bacterias sobre la piel.

La piel se descarna a mano con la "cuchilla de descarnar" o bien a máquina. Con ello se elimina el tejido subcutáneo.

El proceso realizado con máquina consiste en pasar la piel por medio de un cilindro neumático de garra y otro de cuchillas muy filosas. La piel circula en sentido contrario a este último cilindro, el cual está ajustado de tal forma que presiona a la piel, lo suficiente, como asegurar el corte (o eliminar definitivamente) sólo del tejido subcutáneo (grasa y/o carne) adherido a ella.

A continuación algunos ejemplos gráficos de las formas del proceso de descarnado:

5. DESENCALADO

El desencalado sirve para eliminación de la cal, contenida en el baño de pelambre y para el deshinchamiento de las pieles.

El objetivo del desencalado es:

- Eliminar la cal adherida o absorbida por la piel en su parte exterior.
- Eliminar la cal de los espacios interfibrilares.
- Eliminar la cal que se hubiera combinado con el colágeno.
- Deshinchar la piel dándole suavidad.

6. RENDIDO O PURGA

El rendido (ó purga) es un proceso mediante el cual a través de colonias bacterias, u hongos, y muy frecuentemente en el mismo baño de desencalado, se promueve el aflojamiento de las fibras de colágeno, deshinchamiento, de las pieles. Cuánto más suelto, caído y suave deba ser el cuero, más intenso deberá ser la intensidad de rendido.

7. DESENGRASE

Las grasas naturales, que pueden observar en pieles de oveja y cordero, cabra, porcinas y en muchas pieles bovinas según su origen y el tipo de alimentación, pueden ya observarse en el matadero, y entorpecen el proceso de curtido, originando erupciones y formaciones de manchas. Por esos motivos, estas grasas deben ser profundamente eliminadas, y si están en bajo contenido, se deben distribuir proporcionalmente en el corte de la piel.

8. CURTIDO

La CURTICIÓN, es una estabilización de la proteína de la piel por el tratamiento de la misma con un agente curtiente, el cual a través de reacciones químicas, produce una reticulación y da lugar a:

- un aumento de la temperatura de retracción
- una mayor estabilidad de la piel.
- un secado de la misma sin que presente carácter duro.

Todas estas características pueden reunirse en un producto y sin embargo no lograr con ellas concederle un valor comercial. Las características particulares que se reconoce en cada tipo de cuero terminado, están dadas por los procesos químicos y operaciones mecánicas que preceden o siguen a la curtición.

9. ESCURRIDO

Una vez terminada la curtición al cromo es conveniente colocar el cuero sobre un caballete para evitar la formación de manchas de cromo y dejarlo en reposo durante 24-48 horas para obtener una coordinación de la sal de cromo.

Es importante tratar de evitar que los bordes de la piel se sequen

ya que si ello ocurre, provocará manchas en la posterior recurtición, teñido y engrase.

Después del reposo, el cuero se escurre para facilitar la operación de dividido en azul o de rebajado, para dejarlo al espesor adecuado.

El cuero curtido al cromo, luego del reposo sobre caballete, contiene entre un 70-75% de agua y necesita acondicionarse para poderlo trabajar bien en las operaciones siguientes, por lo tanto es necesario reducir su humedad a un 50-55%. Esto significa la eliminación de la mayor parte del agua entre las fibras del cuero y también las sales del cuero porque si el cuero se seca al sol se evaporaría el agua, pero las sales quedarían. Cuando se escurre se elimina el agua y la sal.

10. TEÑIDO

El teñido consiste en un conjunto de operaciones cuya finalidad es conferirle al cuero determinada coloración, ya sea superficialmente, en parte del espesor o en todo el espesor para mejorar su apariencia, adaptarlo a la moda e incrementar su valor. De acuerdo a las necesidades se realizará:

- un teñido de la superficie para igualación y profundo cubrimiento de defectos en la flor
- profundizar la coloración para disminuir las partes claras visibles
- un teñido penetrado en el corte transversal del cuero para evitar claros cortes de los bordes

11. ENGRASE

En las operaciones previas al proceso de curtido del cuero como el depilado y purga se eliminan la mayor parte de los aceites naturales de la piel y cualquiera sea el tratamiento previo que se le da a la piel como el proceso de curtido, al completarse el mismo, el cuero no tiene

suficientes lubricantes como para impedir que se seque. El cuero curtido es entonces duro, poco flexible y poco agradable al tacto. Las pieles sin embargo, en su estado natural tienen una flexibilidad agradable a los sentidos debido al gran contenido de agua que es alrededor del 70-80% de su peso total.

Si el cuero se seca después del curtido se hace duro porque las fibras se han deshidratado y se han unido entre sí, formando una sustancia compacta. A través del engrase se incorporan sustancias grasas en los espacios entre las fibras, donde son fijadas, para obtener entonces un cuero más suave y flexible.

Algunas de las propiedades que se dan al cuero mediante el engrase son:

- Flexibilidad porque la lubricación externa permite un menor rozamiento de las células entre sí
- Resistencia a la tracción y el desgarro.
- Alargamiento
- Humectabilidad
- Permeabilidad al aire y vapor de agua
- Impermeabilidad al agua; su mayor o menor grado dependerá de la cantidad y tipo de grasa empleada.

El engrase se realiza en los mismos fulones de las operaciones anteriores. Algunas curtiembres recuperan el sebo y las grasas naturales de las carnazas para poder aprovecharlas en el engrase.

12. SECADO

Al llegar a este punto, el cuero se halla impregnado en agua, que fue el vehículo de todas las operaciones anteriores, por lo que pesa el triple de lo que pesa estando seco y el secado consiste en evaporar gran parte del agua que contiene hasta reducir su contenido al 14% aproximadamente.

Antiguamente para secar las pieles se las colgaba al aire y si se necesitaba acelerar el proceso por motivos de condiciones ambientales demasiado húmedas, se utilizaba aire caliente en diversos tipos de secadero.

El secado es algo más que la simple eliminación de la humedad para permitir la utilización práctica del cuero, pues también contribuye a la producción de las reacciones químicas que intervienen en la fabricación del cuero, por lo que constituye uno de los pasos más importantes en la calidad del cuero.

13. ACONDICIONADO

Después del secado del cuero y antes de pasar a realizar el acabado, se realizan una serie de operaciones según sea el artículo final deseado.

El acondicionamiento de los cueros tiene por finalidad rehumedecer uniformemente las superficies y regiones del cuero con un determinado grado de humedad, siendo una operación de gran importancia porque influye en la ejecución eficiente de las operaciones siguientes. Dicha humedad se consigue, o bien interrumpiendo el secado en el momento oportuno, o bien, de una forma más fiable, realizando un acondicionado.

Durante el secado las fibras del cuero se unen entre sí dando un cuero duro y compacto. El cuero secado a fondo no puede ablandarse directamente ya que se produciría la rotura de sus fibras obteniéndose un cuero inconsistente. Después del secado el cuero posee una humedad del 14-15% y así no puede ser sometido a ningún trabajo mecánico. La humedad en el cuero evita que se rompas las fibras en las operaciones mecánicas posteriores.

14. CLASIFICACIÓN

Previo a la tarea de acabado, es necesario realizar una clasificación de los cueros, que en realidad sería la segunda clasificación (la primera se hace en cromo). La misma debe ser realizada teniendo en cuenta, por ejemplo: la calidad, tamaño, el espesor, los daños de flor, ya sean los propios del cuero o por procesos mecánicos (mordeduras de máquinas) la firmeza, la uniformidad de tintura, la absorción de la flor. Se clasifica para destinar los cueros a los diferentes artículos: plena flor, nubuck, etc. y por lo tanto se determina a qué sección del acabado se enviarán. Es así que por ejemplo, los cueros que no están bien tintados podemos remontarles el color mediante la aplicación de tinturas a soplete.

15. ACABADO

En esta fase se le dan los últimos detalles al cuero, como por ejemplo: laca para darle más brillo y una mejor presentación. El cuero se cortará dependiendo de los requerimientos de los clientes o según políticas de los curtidores; por ejemplo el cuero se vende por pies (27 x 27 cm.), decímetros, etc.

CORREAS:

- Selección de la materia prima-cuero

Para seleccionar la materia prima (cuero), adecuada al diseño preestablecido se deberá prestar especial atención a los defectos que pueden presentar los cueros (rajaduras, color desperejo, marcas de fuego, etc.) los cuales disminuirán sustancialmente el rendimiento del material.

- Recepción y almacenamiento de la materia prima-cuero

Para un correcto almacenamiento, el mayor requisito es colocarlos en un lugar seco y aireado, para evitar la formación de hongos que estropearán sus cueros.

- Corte de piezas

Las tiras que constituirán los cinturones se deben cortar en forma paralela al espinazo, comenzando por cortar los cinturones de mayor longitud.

Se deberán evitar las zonas del cuero que presenten defectos, para lograr un buen artículo final.

En el caso de no haber elegido un cuero que ofrezca buen rendimiento se podrá mejorarlo innovando el diseño y usando su imaginación.

Para esta etapa se utilizará una mesa con chapa de zinc, una regla metálica o un trozo largo de chapa y una cuchilla para realizar los cortes.

- Pegado

En esta etapa se debe pegar el cuero con el gamuzón, (dependiendo del artículo final que se desee), se pegarán con pega blanca, distribuido uniformemente con espátula. Todo cuero debe estar pegado antes de ser cocido o remachado.

Se utiliza una máquina tipo plancha, para adherir de mejor manera el cuero al gamuzón.

- Costuras

En este caso las costuras de los bordes cumplen una doble función, de sujeción y de vista. Se realizarán luego del pegado empleando una máquina de coser de doble arrastre y un hilo adecuado. Se coserá el cinturón en todos los bordes a manera de pespunte.

Las costuras se pueden diseñar como adorno y así mejorar y variar la estética de sus productos.

- Tintura

Se aplicará tintura de color similar a la superficie del cuero, en el borde creado por el cortado, utilizando un pincel.

También se podrán mejorar algunas imperfecciones que presenten los cinturones.

- Colocación de la hebilla

Se preparará el extremo del cinturón donde se colocará la hebilla haciendo un rebaje adecuado en el cuero.

Luego se coloca la hebilla, se cementa, es decir se coloca el adhesivo en el cuero y se aplica por medio de una remachadora manual un remache para sujetarla.

- Agujerado

Se empleará un sacabocado con el que se realizarán agujeros pequeños en el extremo del cinturón, de acuerdo al modelo preestablecido.

CARTERAS:

- Selección y clasificación de la materia prima-cuero

Para seleccionar la materia prima (cuero), adecuada al diseño preestablecido se deberá prestar especial atención a los defectos que pueden presentar los cueros (rajaduras, color desparejo, marcas de fuego, etc.) los cuales disminuirán sustancialmente el rendimiento del material.

- Recepción y almacenamiento de la materia prima-cuero

Para un correcto almacenamiento, el mayor requisito es colocarlos en un lugar seco y aireado, para evitar la formación de hongos que estropearán sus cueros.

- Corte de piezas

En base al artículo final que se desee elaborar se elaboran los moldes de cartón, a partir de estos se trazan y cortan las piezas de cuero.

- Pegado

En este punto se procede a unir las piezas de cuero, es decir en primer lugar se las pega entre sí y con el forro para posteriormente coserlas. Adicionalmente se coloca un pedazo de cartón como base de la cartera.

- Costuras

Con ayuda de la máquina de coser recta, se une el cuerpo de la cartera con el forro.

- Tintura y Acabado

Se aplicará tintura de color similar a la superficie del cuero, en el borde creado por el cortado, utilizando un pincel.

También se podrán mejorar algunas imperfecciones que presenten los cinturones (cortar o quemar hilos). Y finalmente se colocan los cierres y demás complementos y/o accesorios)

CHOMPAS:

- Selección de la materia prima-cuero

Al igual que en los anteriores productos como primer paso se selecciona la materia prima necesaria para el diseño que se desee confeccionar.

- Recepción y almacenamiento de la materia prima-cuero

Para un correcto almacenamiento, el mayor requisito es colocarlos en un lugar seco y aireado, para evitar la formación de hongos que estropearán los cueros.

- Corte de piezas

Una vez que se tiene el cuero almacenado, se procede a cortarlo en piezas, según el modelo y según la talla.

Se deberán evitar las zonas del cuero que presenten defectos, para lograr un buen artículo final.

De igual manera se corta el forro en base a las piezas de cuero obtenidas.

- Pegado

Se une el cuero con el forro. En primer lugar se pega el forro con el cuero, con una solución especial para posteriormente proceder a coser en las uniones que se necesite.

De igual forma, primero se pegan los bolsillos y luego se los cose.

- Costuras

Se une los retazos de las mangas y se los cose. Posteriormente se añade el cierre a la chompa o caso contrario se hacen los respectivos ojales.

Consecutivamente se coloca el cuello de la chompa. Seguidamente se une las piezas de las mangas al cuerpo, y se los cose. Se añaden las hombreras a la chompa.

En caso de que el modelo sea con botones, se procede a ubicarlos.

Para terminar se cosen los filos y se queman los hilos sobrantes.

- Tintura

Se aplicará tintura de color similar a la superficie del cuero, en el borde creado por el cortado, utilizando un pincel.

4.1.2. Especificación Técnica de Maquinaria y Equipos

En cuanto a la maquinaria que se requiere para producir los artículos de cuero tenemos a las siguientes:

- Máquina de coser recta

- Máquina de coser de codo
- Máquina Desbastadora

Para la producción de correas se necesita de la siguiente maquinaria:

Máquina Recta.- Son máquinas industriales que sirven para la costura recta en general en cuero. Existen diferentes marcas como: Overlock, Singer, Pfaff, Brother, etc. Los precios oscilan entre unos \$600 y \$800.

Máquina Cortadora.- Esta máquina cumple con la función de dividir a la plancha de cuero en tirillas.

Cortadora Italiana: \$12000

Modelo: TAGI IASTRISCF

Tipo: L11

Matrícula: 1157

Año: 2000

Máquina Prensadora.- La función de esta máquina es de adherir completamente el cuero al gamuzón, para que no haya la necesidad de coser el uno al otro. El precio aproximado es de \$8 000

Máquina Desbastadora.- Dependiendo del modelo de la correa se utiliza esta máquina. Tiene la función de disminuir el grosor del cuero.

El costo es de \$3000

4.1.3. Requerimiento de Herramientas, Equipos, Vehículo y Servicios

A continuación se detallarán tanto las herramientas, como los equipos, muebles, vehículo y servicios necesarios para la planta de producción.

CUADRO 4.8: Herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
	Unidades	(Dólares)	(Dólares)
Tenaza	2	10	20
Sacabocado	11	1	11
Destornillador	10	2,5	25
Tijeras de Acero	4	8	32
Remachadora de ojales	2	30	60
Martillo	4	5	20
Segueta	3	2	6
Playo	3	5	15
Compás	3	10	30
Punzón/Lazna	3	3	9
Lima	2	7	14
Brocha	5	1,5	7,5
Estilete	2	2	4
Regla de Metal	2	10	20
Cinta Métrica	3	1	3
Regla de Sastre	2	30	60
TOTAL			336,5

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 4.9: Equipos de Computación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
	Unidad	(Dólares)	(Dólares)
Computador-Pentium 4	1	900	900
TOTAL			900

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 4.10: Equipos de Oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
	Unidad	(Dólares)	(Dólares)
Teléfono	1	70	70
TOTAL			70

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 4.11: Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
	Unidades	(Dólares)	(Dólares)
Mesas de Trabajo	3	70	210
Escritorio	1	250	250
Silla para oficina	1	70	70
Archivadores	2	65	130
TOTAL			660

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 4.12: Servicios Básicos

SERVICIO	DETALLE	UNIDAD	VALOR
		DE MEDIDA	MENSUAL (\$)
AGUA	Incluye tarifa, alcantarillado	Metro cúbico	20
LUZ	Incluye tarifa de alumbrado público, impuesto de bomberos	kw/hora	80
TELÉFONO	Incluye pensión básica, consumo local, Internet, I.C.E, I.V.A	Minutos	45
TOTAL			145

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 4.13: Maquinaria Industrial Para Cuero

MAQUINARIA	UNIDADES	COSTO
De Codo	1	1.450,00
Recta	1	337,50
Desbastadora	1	3.000,00
Prensadora	1	8.000,00
Cortadora	1	12.000,00
TOTAL		24.787,50

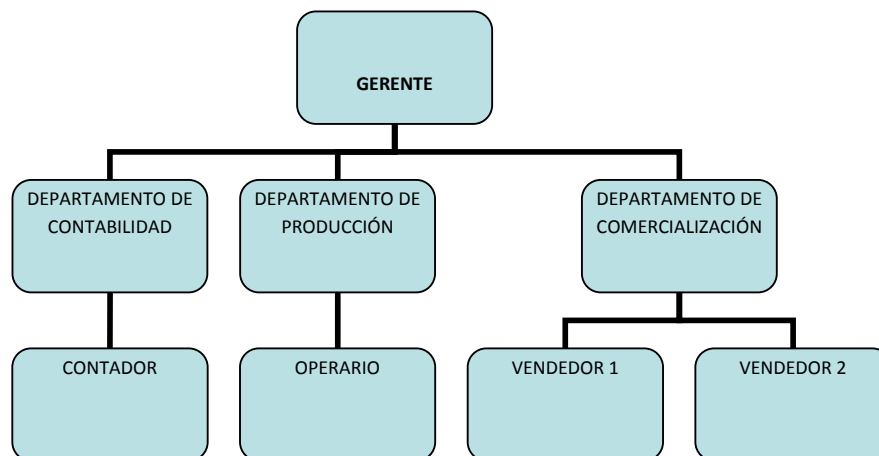
Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

4.1.4. Mano de Obra

El organigrama que se utilizará una vez implementado el departamento de producción es el siguiente:

GRÁFICO 4.2: Organigrama



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Es mejor que los obreros tengan conocimiento de todas las actividades u operaciones que se deben realizar en el proceso productivo, con el fin de que si uno de ellos llega a ausentarse en cualquier momento, no se suspenda la producción únicamente por la falta de una persona especializada en determinada operación. A partir del tercer año se requerirá los servicios de un segundo operario.

Tomando en cuenta las necesidades reales de los procesos de la empresa, se presentan los requerimientos de recursos humanos con sus salarios, los mismos que han sido fijados a un valor de mercado y calculados de acuerdo a como lo estipula la ley laboral. A continuación se detallan dichos valores del primer año en los que no se incluyen la reserva legal, sino a partir del segundo año. El resumen de los sueldos, y provisiones se encuentra en los Anexo 4.3 y Anexo 4.4.

CUADRO 4.14: Personal de Producción Primer Año

AÑO 1				
PERSONAL DE PRODUCCIÓN				
CARGO U OCUPACIÓN	SUELDO MENSUAL	PROVISIÓN MENSUAL	VALOR A RECIBIR/MES	TOTAL ANUAL
Operario 1	264,00	87,08	351,08	4.212,90
			351,08	4.212,90

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 4.15: Personal de Producción Segundo Año

PERSONAL DE PRODUCCIÓN				
CARGO U OCUPACIÓN	SUELDO MENSUAL	PROVISIÓN MENSUAL	VALOR A RECIBIR/ME S	TOTAL ANUAL
Operario 1	264,00	109,08	373,08	4.476,96
			373,08	4.476,96

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 4.16: Personal de Ventas Primer Año

AÑO 1				
PERSONAL DE VENTAS				
CARGO U OCUPACIÓN	SUELDO MENSUAL	PROVISIÓN MENSUAL	VALOR A RECIBIR/MES	TOTAL ANUAL
Vendedor	264,00	87,08	351,08	4.212,96
			351,08	4.212,96

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 4.17: Personal de Ventas Segundo Año

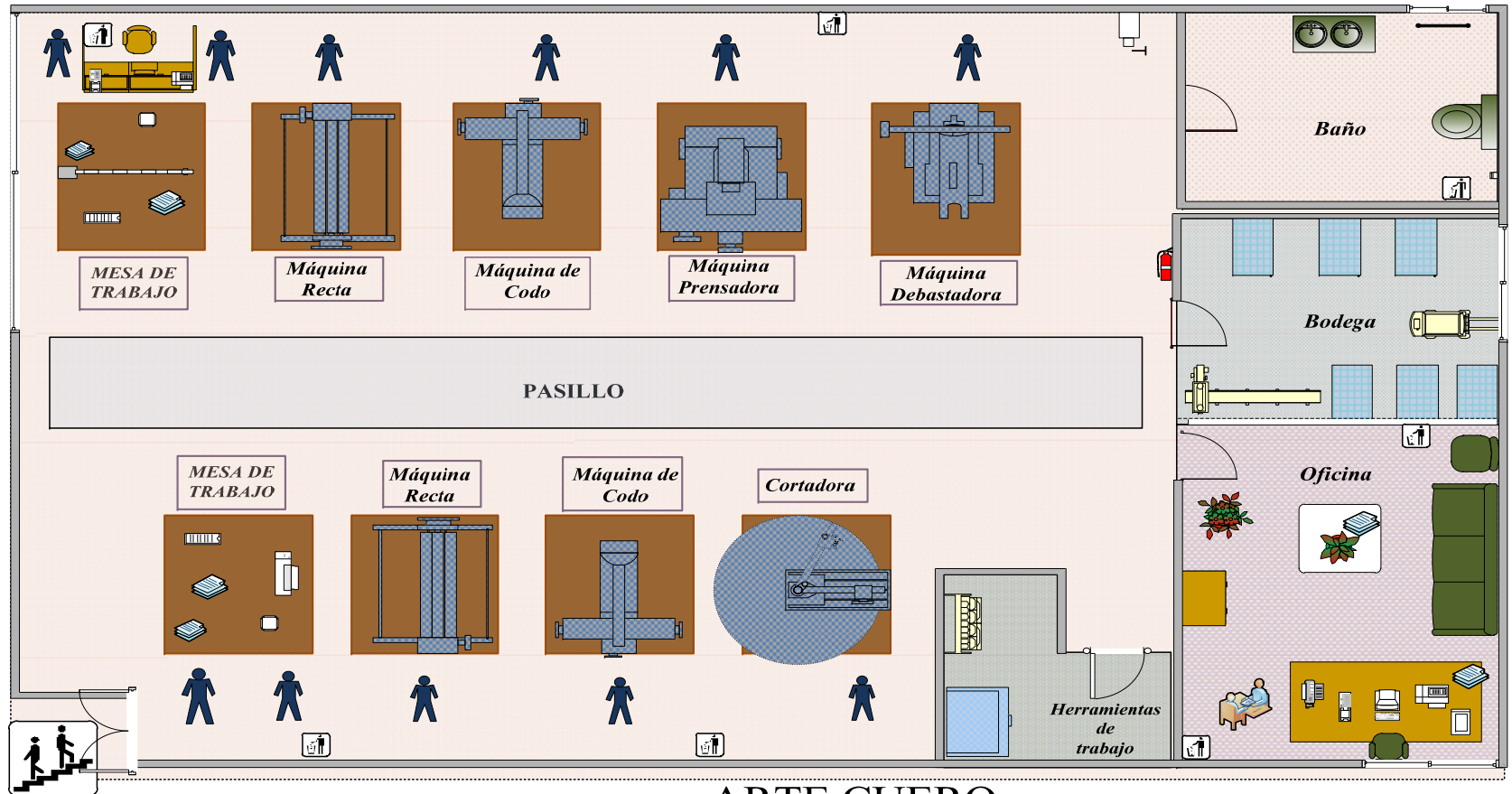
AÑO 2				
PERSONAL DE VENTAS				
CARGO U OCUPACIÓN	SUELDO MENSUAL	PROVISIÓN MENSUAL	VALOR A RECIBIR/MES	TOTAL ANUAL
Vendedor	264,00	109,08	373,08	4.476,96
			373,08	4.476,96

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

4.1.5. Distribución de la Planta

DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN



ARTE CUERO

Departamento de Comercialización y Ventas

CAPÍTULO V

5. Estudio financiero

5.1. Objetivos del Estudio Financiero

- Ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que han proporcionado las etapas anteriores del presente proyecto.
- Elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto.
- Evaluar y determinar la rentabilidad del proyecto.

El estudio financiero “constituye la sistematización contable y financiera de los estudios realizados anteriormente y que permitirán verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez que genera para cumplir con sus obligaciones operacionales y no operacionales y finalmente, la estructura financiera.”¹⁰

Para la obtención de la información necesaria y el desarrollo de este capítulo se utilizó la investigación directa, la misma que ayudó a determinar el tipo de maquinaria más conveniente y los costos de la misma. De igual forma para conocer los costos de la materia prima y mano de obra directa, indirecta; y, los costos administrativos y de ventas.

5.2. Presupuestos

Un presupuesto es la determinación y asignación de los recursos en términos cuantitativos para la consecución de los objetivos planteados.

5.2.1. Presupuestos de Inversión

Las inversiones que se deberán realizar para poner en marcha el proyecto se pueden clasificar en tres grupos: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, los cuales se detallan a continuación:

¹⁰MENESES, Edilberto (2001). Op. Cit..., p. 119

5.2.1.1. Activos Fijos

En este punto se detallan las inversiones que se deben realizar en los bienes tangibles empleados en el proceso productivo y que apoyen a la operación normal del proyecto como: infraestructura, equipos, herramientas, muebles, entre otros.

A continuación se presenta un cuadro en el cual se muestran las inversiones en los activos fijos del presente proyecto:

CUADRO 5. 1: Inversiones en Activos Fijos

CONCEPTO	CANT. Unidades	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
MAQUINARIA			24.787,50
Máquina de Coser de Codo	1	1.450,00	1.450,00
Máquina de Coser Recta	1	337,50	337,50
Desbastadora	1	3.000,00	3.000,00
Prensadora	1	8.000,00	8.000,00
Cortadora	1	12.000,00	12.000,00
HERRAMIENTAS	Varios		336,50
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			900,00
Computador	1	900,00	900,00
EQUIPOS DE OFICINA			70,00
Teléfono	1	70,00	70,00
MUEBLES Y ENSERES			630,00
Mesas de Trabajo	3	70,00	210,00
Escritorios de Oficina	1	250,00	250,00
Archivadores	2	65,00	130,00
Sillas para oficina	1	40,00	40,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS			26.724,00

Fuente: Investigación
Elaborado por: La Autora

Los rubros de maquinaria, equipos de computación, oficina, muebles y enseres se encuentran desglosados con sus respectivos costos en la sección del estudio técnico del presente proyecto a partir del cuadro 4.8- 4.13 (Capítulo IV).

5.2.1.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo “está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir, hay que financiar la primera producción”.¹¹

En conclusión el capital de trabajo es el capital con el cual hay que contar para empezar a trabajar.

CUADRO 5. 2: Inversión del Capital de Trabajo

CONCEPTO	CANT. Unidades	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
SUELDOS Y SALARIOS			702,16
Operario	1	351,08	351,08
Vendedor	1	351,08	351,08
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN			21,99
SERVICIOS BÁSICOS			145,00
CONTINGENCIAS	Varios		5,02
MATERIA PRIMA			494,43
MATERIALES INDIRECTOS			56,53
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			2.127,29

Fuente: Investigación
Elaborado por: La Autora

El capital de trabajo para las operaciones del proyecto será de \$ **2127.29 USD** y servirá exclusivamente para cubrir gastos como: sueldo de los trabajadores, mantenimiento y reparación de algunos de los activos fijos, servicios básicos, compra de materiales indirectos y materia prima así como contingencias, este valor está determinado para un mes.

Las contingencias han sido calculadas tomando un 5% sobre el total de lo anteriormente mencionado. (Ver Anexo 5.1).

Dentro del capital de trabajo también se encuentra el rubro de materia prima y materiales indirectos, los cuales se encuentran más detallados en el Anexo 5.5

¹¹ BACA, Urbina Gabriel (2000). Op. Cit., p. 168

Cabe señalar que el rubro de Mantenimiento y Reparación se la ha tomado en cuenta como una cuenta de previsión futura, puesto que mantener y reparar la maquinaria y equipos, muebles y enseres, equipo de oficina, y equipo de computación, implicará gastos para la empresa. El valor de mantenimiento y reparación que se considera para las maquinarias y diferentes equipos está dado por el 1% del valor del activo fijo. Lo mencionado se encuentra desglosado con los respectivos cálculos en el Anexo: 5.4.

El capital de trabajo se desarrolló considerando los gastos que conlleva la elaboración de las chompas, carteras y correas para el primer mes.

5.2.1.3. Inversión Total

Considerando los rubros antes mencionados de las inversiones en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, el total de la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto es:

CUADRO 5. 3: Inversión total

A. INVERSIONES FIJAS (IF)		
ACTIVOS FIJOS		
CONCEPTO	VALOR TOTAL (\$)	%
MAQUINARIA Y EQUIPOS	24.787,50	88,06
HERRAMIENTAS	336,50	1,20
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	900,00	3,20
EQUIPOS DE OFICINA	70,00	0,25
MUEBLES Y ENSERES	630,00	2,24
TOTAL ACTIVOS FIJOS	26.724,00	95
TOTAL INVERSIONES FIJAS (IF)	26.724,00	94
B. CAPITAL DE TRABAJO (CT)		
CONCEPTO	VALOR TOTAL (\$)	%
SUELDOS Y SALARIOS	702,15	2,49
SERVICIOS BÁSICOS	145,00	0,52
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN	21,99	0,08
CONTINGENCIAS	5,02	0,02
MATERIA PRIMA	494,43	1,76
MATERIALES INDIRECTOS	56,53	0,20
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO (CT)	1.425,12	5
TOTAL IF + CT	28.149,12	100

Fuente: Investigación
Elaborado por: La Autora

5.2.2. Depreciaciones

La “depreciación es considerada, como la pérdida paulatina del valor por desgaste u obsolescencia de los Activos Fijos”¹². Dentro de este rubro se ubican los costos que muestran la pérdida de valor de los activos físicos. (Adecuaciones, maquinaria y equipo, muebles y enseres, etc.), a causa del deterioro natural o por caer en desuso con el transcurso del tiempo.

Hay varios métodos para depreciar, pero el más utilizado en proyectos es el Lineal. A continuación se presenta la fórmula del método lineal de depreciación y además se detallan las depreciaciones tanto de Artecuero como comercializadora, como de las depreciaciones de los activos fijos del proyecto.

FÓRMULA 5. 1: DEPRECIACIONES

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor Actual} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida útil}}$$

CUADRO 5. 4: Cálculo de Depreciaciones Artecuero

NOMBRE DEL ACTIVO FIJO	VALOR	AÑOS DE VIDA UTIL	% DEP. ANUAL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2.700,00	3	33%	270,00	810,00
EQUIPOS DE OFICINA	210,00	10	10%	21,00	18,90
MUEBLES Y ENSERES	2.500,00	10	10%	250,00	225,00
TOTAL					1.053,90

Fuente: Investigación
Elaborado por: La Autora

CUADRO 5.5: Cálculo de Depreciaciones Proyecto

NOMBRE DEL ACTIVO FIJO	VALOR	AÑOS DE VIDA UTIL	% DEP. ANUAL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	24.787,50	10	10%	2.478,75	2.230,88
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	900,00	3	33%	90,00	270,00
EQUIPOS DE OFICINA	70,00	10	10%	7,00	6,30
MUEBLES Y ENSERES	630,00	10	10%	63,00	56,70
TOTAL					2.563,88

Fuente: Investigación
Elaborado por: La Autora

¹² SARMIENTO, Rubén (1996). *Contabilidad General*. Cuenca. 1ra. Edición, p. 144

CUADRO 5. 6: Resumen Depreciaciones Artecuero

NOMBRE DEL ACTIVO FIJO	VALOR	AÑOS DE VIDA UTIL	% DEP. ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR DE SALVAMENTO
				DEPRECIACIÓ N ANUAL	DEPRECIACIÓ N ANUAL	DEPRECIACIÓ N ANUAL	DEPRECIACIÓ N ANUAL	DEPRECIACIÓ N ANUAL	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2.700,00	3	33%	810,00	810,00	810,00	-	-	-
EQUIPOS DE OFICINA	210,00	10	10%	18,90	18,90	18,90	18,90	18,90	115,50
MUEBLES Y ENSERES	2.500,00	10	10%	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	1.375,00
TOTAL				1.053,90	1.053,90	1.053,90	243,90	243,90	1.490,50

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 5. 7: Resumen Depreciaciones Proyecto

NOMBRE DEL ACTIVO FIJO	VALOR	AÑOS DE VIDA UTIL	% DEP. ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR DE SALVAMENTO
				DEPRECIACIÓ N ANUAL	DEPRECIACIÓ N ANUAL	DEPRECIACIÓ N ANUAL	DEPRECIACIÓ N ANUAL	DEPRECIACIÓ N ANUAL	
MAQUINARIA Y EQUIPOS	24.787,50	10	10%	2.230,88	2.230,88	2.230,88	2.230,88	2.230,88	13.633,10
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	900,00	3	33%	270,00	270,00	270,00	-	-	-
EQUIPOS DE OFICINA	70,00	10	10%	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	38,50
MUEBLES Y ENSERES	630,00	10	10%	56,70	56,70	56,70	56,70	56,70	346,50
TOTAL				2.563,88	2.563,88	2.563,88	2.293,88	2.293,88	14.018,10

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

5.2.3. Presupuestos de Operación

En los presupuestos de operación se detallan los ingresos que la empresa obtendrá por la comercialización de los productos producidos (chompas, carteras y correas de cuero), además se toma en consideración los egresos que vienen a constituirse en los costos y gastos en los que se incurrirán para la elaboración y comercialización del producto.

5.2.3.1. Presupuestos de Ingresos

Los ingresos de un proyecto dependerán de la estructura de producción de cada uno de los productos a venderse como son: chompas, carteras y correas.

Para determinar el presupuesto de ingresos, se tomó en cuenta la información obtenida en la investigación de la demanda de los datos históricos de la empresa, así como los datos de las ventas anuales proyectadas; datos que se encuentran detallados en el Capítulo III.

A partir de las ventas proyectadas se determinó las unidades vendidas proyectadas, dividiendo el valor de las ventas para el precio; a continuación se muestra el detalle:

CUADRO 5. 8: Precio de los Productos

PRODUCTO	PRECIO (\$)
BILLETERAS	6
CARTERAS	27
CHOMPAS	77
SOMBREROS	15
CORREAS	9,5
VARIOS	6
GUANTES	10
ZAMARROS	165

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 5. 9: Unidades Vendidas Proyectadas

PRODUCTO	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	TOTAL
BILLETERAS	916	1180	1583	2154	2925	8758
CARTERAS	203	218	234	250	266	1171
CHOMPAS	192	242	309	393	495	1631
SOMBREROS	140	140	130	109	72	591
CORREAS	863	1162	1619	2272	3156	9072
VARIOS	128	105	89	87	103	512
GUANTES	118	171	252	365	517	1423
ZAMARROS	10	12	13	14	16	65
TOTAL	2570	3230	4229	5644	7550	23223

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Considerando que la empresa ya existe en el mercado, se tomarán en cuenta también los ingresos de los demás productos que Artecuerdo expende. Cabe señalar que para desarrollar la capacidad instalada para el primer año se producirá el 50% y se comprará el restante 50% de chompas, carteras y correas, el resto de productos se comprará normalmente para todos los años. Para el segundo año se estableció que se producirá el 75% y se comprará el 25% de los productos ya determinados. A partir del tercer año ya se producirá el 100%. Se propuso iniciar con un 50 y posteriormente con un 75% de producción hasta adquirir experiencia y conocimiento.

A continuación se presenta el cuadro de capacidad instalada y posteriormente los ingresos para 5 años considerando los productos que la empresa comercializará, tantos los que se producirán como los que se comprarán a los distintos proveedores.

El costo de elaborar cada producto se detalla en el Anexo 5.5

CUADRO 5. 10: CAPACIDAD INSTALADA

50% CAPACIDAD INSTALADA AÑO 1						75% CAPACIDAD INSTALADA AÑO 2					
PRODUCTOS	COSTO \$	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO \$	UNIDADES COMPRADAS	TOTAL \$	PRODUCTOS	COSTO \$	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO \$	UNIDADES COMPRADAS	TOTAL \$
Chompas	46,31	96	47	96	8957,76	Chompas	46,31	182	47	61	11295,42
Carteras	15,67	101	18	101	3400,67	Carteras	15,67	164	18	55	3559,88
Correas	5,65	432	7	432	5464,80	Correas	5,65	871	7	290	6951,15
TOTAL		629		629	17823,23	TOTAL		1217		406	21806,45

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

100% CAPACIDAD INSTALADA AÑO 3				100% CAPACIDAD INSTALADA AÑO 4				100% CAPACIDAD INSTALADA AÑO 5			
PRODUCTOS	COSTO \$	UNIDADES PRODUCIDAS	TOTAL \$	PRODUCTOS	COSTO \$	UNIDADES PRODUCIDAS	TOTAL \$	PRODUCTOS	COSTO \$	UNIDADES PRODUCIDAS	TOTAL \$
Chompas	46,31	309	14309,79	Chompas	46,31	393	18199,83	Chompas	46,31	495	22923,45
Carteras	15,67	234	3666,78	Carteras	15,67	250	3917,50	Carteras	15,67	266	4168,22
Correas	5,65	1619	9147,35	Correas	5,65	2272	12836,80	Correas	5,65	3156	17831,40
TOTAL		2162	27123,92			2915	34954,13			3917	44923,07

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 5. 11: INGRESOS PRODUCTOS COMPRADOS

AÑOS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	COSTO	UNIDADES	TOTAL	COSTO	UNIDADES	TOTAL	COSTO	UNIDADES	TOTAL
	\$	COMPRADAS	\$	\$	COMPRADAS	\$	\$	COMPRADAS	\$
BILLETERAS	3	916	2748	3	1180	3540,00	3	1583	4749,00
SOMBREROS	7,5	140	1050	7,5	140	1050,00	7,5	130	975,00
VARIOS	3	128	384	3	105	315,00	3	89	267,00
GUANTES	5	118	590	5	171	855,00	5	252	1260,00
ZAMARROS	82,5	10	825	82,5	12	990,00	82,5	13	1072,50
TOTAL			5597			6750,00			8323,50

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

AÑOS	AÑO 4			AÑO 5		
	COSTO	UNIDADES	TOTAL	COSTO	UNIDADES	TOTAL
	\$	COMPRADAS	\$	\$	COMPRADAS	\$
BILLETERAS	3	2154	6462	3	2925	8775
SOMBREROS	7,5	103	772,5	7,5	72	540
VARIOS	3	87	261	3	103	309
GUANTES	5	365	1825	5	517	2585
ZAMARROS	82,5	14	1155	82,5	16	1320
TOTAL			10475,5			13529

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 5. 12: RESUMEN DE PRESUPUESTOS DE INGRESOS

AÑO 1					AÑO 2				
PRODUCTOS	UNIDADES PRODUCIDAS	UNIDADES COMPRADAS	PRECIO \$	INGRESOS \$	PRODUCTOS	UNIDADES PRODUCIDAS	UNIDADES COMPRADAS	PRECIO \$	INGRESOS \$
CHOMPAS	96	96	77	14784	CHOMPAS	182	61	77	18711
CARTERAS	102	102	27	5508	CARTERAS	164	55	27	5913
CORREAS	432	432	9,5	8208	CORREAS	871	290	9,5	11029,5
BILLETERAS	0	916	6	5496	BILLETERAS	0	1180	6	7080
SOMBREROS	0	140	15	2100	SOMBREROS	0	140	15	2100
VARIOS	0	128	6	768	VARIOS	0	105	6	630
GUANTES	0	118	10	1180	GUANTES	0	171	10	1710
ZAMARROS	0	10	165	1650	ZAMARROS	0	12	165	1980
TOTAL				39694					49153,5

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

AÑO 3					AÑO 4				
PRODUCTOS	UNIDADES PRODUCIDAS	UNIDADES COMPRADAS	PRECIO \$	INGRESOS \$	PRODUCTOS	UNIDADES PRODUCIDAS	UNIDADES COMPRADAS	PRECIO \$	INGRESOS \$
CHOMPAS	309	0	77	23793	CHOMPAS	393	0	77	30261
CARTERAS	234	0	27	6318	CARTERAS	250	0	27	6750
CORREAS	1619	0	9,5	15380,5	CORREAS	2272	0	9,5	21584
BILLETERAS	0	1583	6	9498	BILLETERAS	0	2154	6	12924
SOMBREROS	0	130	15	1950	SOMBREROS	0	103	15	1545
VARIOS	0	89	6	534	VARIOS	0	87	6	522
GUANTES	0	252	10	2520	GUANTES	0	365	10	3650
ZAMARROS	0	13	165	2145	ZAMARROS	0	14	165	2310
TOTAL				62138,5					79546

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

AÑO 5				
PRODUCTOS	UNIDADES PRODUCIDAS	UNIDADES COMPRADAS	PRECIO \$	INGRESOS \$
CHOMPAS	495	0	77	38115
CARTERAS	266	0	27	7182
CORREAS	3156	0	9,5	29982
BILLETERAS	0	2925	6	17550
SOMBREROS	0	72	15	1080
VARIOS	0	103	6	618
GUANTES	0	517	10	5170
ZAMARROS	0	16	165	2640
TOTAL				102337

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

5.2.3.2. Presupuestos de Egresos

En el presupuesto de egresos se muestran los costos y gastos que realizará la empresa para cumplir con sus operaciones durante un ciclo productivo que normalmente es de un año.

Cabe señalar que el desglose de los Gastos de Útiles de Aseo y Cafetería, y Materiales de Oficina y Papelería se encuentran en el Anexo 5.3.

Por su parte, el gasto de publicidad y propaganda toma en cuenta la creación de un anuncio publicitario en Páginas Amarillas Internet (buscador web), y publicidad escrita. El detalle de dicho gasto se encuentra desglosado en el Anexo 5.4.

El gasto que se incurre por intereses del crédito a largo plazo se encuentra desglosado en la tabla de fondo de amortización en el Anexo: 5.6.

A continuación se detalla lo que tiene que ver con el gasto de materia prima y de los materiales indirectos. Para lo cual se estableció el 5% para el inventario final de materia prima y materiales indirectos; y el 2% para el inventario final de producción en proceso.

Posteriormente se realizó el estado de costos de producción.

CUADRO 5.13: Compras de Materia Prima

CHOMPA			
RUBROS	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
AÑO 1			
Volumen de Producción	96	38,16	3663,36
- Inventario Inicial de MP	0		0
+ Inventario Final de MP	5	38,16	190,8
- Inventario Inicial de PP	0		0
+ Inventario Final de PP	2	38,16	76,32
= COMPRAS DEMP	103	38,16	3930,48
AÑO 2			
Volumen de Producción	182	38,16	6945,12
- Inventario Inicial de MP	-5	38,16	-190,8
+ Inventario Final de MP	9	38,16	343,44
- Inventario Inicial de PP	-2	38,16	-76,32
+ Inventario Final de PP	4	38,16	152,64
= COMPRAS DEMP	188	38,16	7174,08
AÑO 3			
Volumen de Producción	309	38,16	11791,44
- Inventario Inicial de MP	-9	38,16	-343,44
+ Inventario Final de MP	15	38,16	572,4
- Inventario Inicial de PP	-4	38,16	-152,64
+ Inventario Final de PP	6	38,16	228,96
= COMPRAS DEMP	317	38,16	12096,72
AÑO 4			
Volumen de Producción	393	38,16	14996,88
- Inventario Inicial de MP	-15	38,16	-572,4
+ Inventario Final de MP	20	38,16	763,2
- Inventario Inicial de PP	-6	38,16	-228,96
+ Inventario Final de PP	8	38,16	305,28
= COMPRAS DEMP	400	38,16	15264
AÑO 5			
Volumen de Producción	495	38,16	18889,2
- Inventario Inicial de MP	-20	38,16	-763,2
+ Inventario Final de MP	25	38,16	954
- Inventario Inicial de PP	-8	38,16	-305,28
+ Inventario Final de PP	10	38,16	381,6
= COMPRAS DEMP	502	38,16	19156,32

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CARTERA			
RUBROS	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
AÑO 1			
Volumen de Producción	101	9,54	963,54
- Inventario Inicial de MP	0	0	0
+ Inventario Final de MP	5	9,54	47,7
- Inventario Inicial de PP	0	0	0
+ Inventario Final de PP	2	9,54	19,08
= COMPRAS DEMP	108	9,54	1030,32
AÑO 2			
Volumen de Producción	164	9,54	1564,56
- Inventario Inicial de MP	-5	9,54	-47,7
+ Inventario Final de MP	8	9,54	76,32
- Inventario Inicial de PP	-2	9,54	-19,08
+ Inventario Final de PP	3	9,54	28,62
= COMPRAS DEMP	168	9,54	1602,72
AÑO 3			
Volumen de Producción	234	9,54	2232,36
- Inventario Inicial de MP	-8	9,54	-76,32
+ Inventario Final de MP	12	9,54	114,48
- Inventario Inicial de PP	-3	9,54	-28,62
+ Inventario Final de PP	5	9,54	47,7
= COMPRAS DEMP	240	9,54	2289,6
AÑO 4			
Volumen de Producción	250	9,54	2385
- Inventario Inicial de MP	-12	9,54	-114,48
+ Inventario Final de MP	13	9,54	124,02
- Inventario Inicial de PP	-5	9,54	-47,7
+ Inventario Final de PP	5	9,54	47,7
= COMPRAS DEMP	251	9,54	2394,54
AÑO 5			
Volumen de Producción	266	9,54	2537,64
- Inventario Inicial de MP	-13	9,54	-124,02
+ Inventario Final de MP	13	9,54	124,02
- Inventario Inicial de PP	-5	9,54	-47,7
+ Inventario Final de PP	5	9,54	47,7
= COMPRAS DEMP	266	9,54	2537,64

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CORREA			
RUBROS	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
AÑO 1			
Volumen de Producción	432	2,1	907,2
- Inventario Inicial de MP	0		0
+ Inventario Final de MP	22	2,1	46,2
- Inventario Inicial de PP	0		0
+ Inventario Final de PP	9	2,1	18,9
= COMPRAS DEMP	463	2,1	972,3
AÑO 2			
Volumen de Producción	871	2,1	1829,1
- Inventario Inicial de MP	-22	2,1	-46,2
+ Inventario Final de MP	44	2,1	92,4
- Inventario Inicial de PP	-9	2,1	-18,9
+ Inventario Final de PP	17	2,1	35,7
= COMPRAS DEMP	901	2,1	1892,1
AÑO 3			
Volumen de Producción	1619	2,1	3399,9
- Inventario Inicial de MP	-44	2,1	-92,4
+ Inventario Final de MP	81	2,1	170,1
- Inventario Inicial de PP	-17	2,1	-35,7
+ Inventario Final de PP	32	2,1	67,2
= COMPRAS DEMP	1671	2,1	3509,1
AÑO 4			
Volumen de Producción	2272	2,1	4771,2
- Inventario Inicial de MP	-81	2,1	-170,1
+ Inventario Final de MP	114	2,1	239,4
- Inventario Inicial de PP	-32	2,1	-67,2
+ Inventario Final de PP	45	2,1	94,5
= COMPRAS DEMP	2318	2,1	4867,8
AÑO 5			
Volumen de Producción	3156	2,1	6627,6
- Inventario Inicial de MP	-114	2,1	-239,4
+ Inventario Final de MP	158	2,1	331,8
- Inventario Inicial de PP	-45	2,1	-94,5
+ Inventario Final de PP	63	2,1	132,3
= COMPRAS DEMP	3218	2,1	6757,8

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 5.14 Compras de Materiales Indirectos

CHOMPA			
RUBROS	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
AÑO 1			
Volumen de Producción	96	2,15	206,4
- Inventario Inicial de MI	0		0
+ Inventario Final de MI	5	2,15	10,75
- Inventario Inicial de PP	0		0
+ Inventario Final de PP	2	2,15	4,3
= COMPRAS DEMI	103	2,15	221,45
AÑO 2			
Volumen de Producción	182	2,15	391,3
- Inventario Inicial de MI	-5	2,15	-10,75
+ Inventario Final de MI	9	2,15	19,35
- Inventario Inicial de PP	-2	2,15	-4,3
+ Inventario Final de PP	4	2,15	8,6
= COMPRAS DEMI	188	2,15	404,2
AÑO 3			
Volumen de Producción	309	2,15	664,35
- Inventario Inicial de MI	-9	2,15	-19,35
+ Inventario Final de MI	15	2,15	32,25
- Inventario Inicial de PP	-4	2,15	-8,6
+ Inventario Final de PP	6	2,15	12,9
= COMPRAS DEMI	317	2,15	681,55
AÑO 4			
Volumen de Producción	393	2,15	844,95
- Inventario Inicial de MI	-15	2,15	-32,25
+ Inventario Final de MI	20	2,15	43
- Inventario Inicial de PP	-6	2,15	-12,9
+ Inventario Final de PP	8	2,15	17,2
= COMPRAS DEMI	400	2,15	860
AÑO 5			
Volumen de Producción	495	2,15	1064,25
- Inventario Inicial de MP	-20	2,15	-43
+ Inventario Final de MI	25	2,15	53,75
- Inventario Inicial de PP	-8	2,15	-17,2
+ Inventario Final de PP	10	2,15	21,5
= COMPRAS DEMI	502	2,15	1079,3

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CARTERA			
RUBROS	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
AÑO 1			
Volumen de Producción	101	2,13	215,13
- Inventario Inicial de MI	0	0	0
+ Inventario Final de MI	5	2,13	10,65
- Inventario Inicial de PP	0	0	0
+ Inventario Final de PP	2	2,13	4,26
= COMPRAS DE MI	108	2,13	230,04
AÑO 2			
Volumen de Producción	164	2,13	349,32
- Inventario Inicial de MI	-5	2,13	-10,65
+ Inventario Final de MI	8	2,13	17,04
- Inventario Inicial de PP	-2	2,13	-4,26
+ Inventario Final de PP	3	2,13	6,39
= COMPRAS DE MI	168	2,13	357,84
AÑO 3			
Volumen de Producción	234	2,13	498,42
- Inventario Inicial de MI	-8	2,13	-17,04
+ Inventario Final de MI	12	2,13	25,56
- Inventario Inicial de PP	-3	2,13	-6,39
+ Inventario Final de PP	5	2,13	10,65
= COMPRAS DE MI	240	2,13	511,2
AÑO 4			
Volumen de Producción	250	2,13	532,5
- Inventario Inicial de MI	-12	2,13	-25,56
+ Inventario Final de MI	13	2,13	27,69
- Inventario Inicial de PP	-5	2,13	-10,65
+ Inventario Final de PP	5	2,13	10,65
= COMPRAS DE MI	251	2,13	534,63
AÑO 5			
Volumen de Producción	266	2,13	566,58
- Inventario Inicial de MI	-13	2,13	-27,69
+ Inventario Final de MI	13	2,13	27,69
- Inventario Inicial de PP	-5	2,13	-10,65
+ Inventario Final de PP	5	2,13	10,65
= COMPRAS DE MI	266	2,13	566,58

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CORREA			
RUBROS	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
AÑO 1			
Volumen de Producción	432	0,49	211,68
- Inventario Inicial de MI	0		0
+ Inventario Final de MI	22	0,49	10,78
- Inventario Inicial de PP	0		0
+ Inventario Final de PP	9	0,49	4,41
= COMPRAS DEMI	463	0,49	226,87
AÑO 2			
Volumen de Producción	871	0,49	426,79
- Inventario Inicial de MP	-22	0,49	-10,78
+ Inventario Final de MP	44	0,49	21,56
- Inventario Inicial de PP	-9	0,49	-4,41
+ Inventario Final de PP	17	0,49	8,33
= COMPRAS DEMI	901	0,49	441,49
AÑO 3			
Volumen de Producción	1619	0,49	793,31
- Inventario Inicial de MP	-44	0,49	-21,56
+ Inventario Final de MP	81	0,49	39,69
- Inventario Inicial de PP	-17	0,49	-8,33
+ Inventario Final de PP	32	0,49	15,68
= COMPRAS DEMI	1671	0,49	818,79
AÑO 4			
Volumen de Producción	2272	0,49	1113,28
- Inventario Inicial de MP	-81	0,49	-39,69
+ Inventario Final de MP	114	0,49	55,86
- Inventario Inicial de PP	-32	0,49	-15,68
+ Inventario Final de PP	45	0,49	22,05
= COMPRAS DEMI	2318	0,49	1135,82
AÑO 5			
Volumen de Producción	3156	0,49	1546,44
- Inventario Inicial de MP	-114	0,49	-55,86
+ Inventario Final de MP	158	0,49	77,42
- Inventario Inicial de PP	-45	0,49	-22,05
+ Inventario Final de PP	63	0,49	30,87
= COMPRAS DEMI	3218	0,49	1576,82

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 5.15: Costo de Materia Prima (Dólares)

MATERIA PRIMA	
AÑO 1	5933,1
AÑO 2	10668,9
AÑO 3	17895,4
AÑO 4	22526,3
AÑO 5	28451,8

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 5.16: Costo de Materiales Indirectos (Dólares)

MAT. INDIRECTOS	
AÑO 1	678,36
AÑO 2	1203,53
AÑO 3	2011,54
AÑO 4	2530,45
AÑO 5	3222,7

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 5.17: Estado de Costos de Producción

RUBROS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR
Inventario Inicial de Mp	0			32	8,90	284,7	61	7,6387	465,96
+ Compras de MP	674	8,80	5933,1	1257	8,49	10668,9	2228	8,0321	17895,42
= MP Disponible	674		5933,1	1289	8,50	10953,6	2289	8,0216	18361,38
- Inv. Final de MP	32	8,90	284,7	61	7,64	465,96	108	7,9350	856,98
= MATERIA PRIMA DIRECTA UTILIZADA	642		5648,4	1228		10487,64	2181	8,0259	17504,4
+ Mano de Obra Directa	1	4212,91	4212,91	1	4476,91	4476,91	2	4476,91	8953,82
= COSTO PRIMO			9861,31			14964,55			26458,22
+ COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN									
+ Materiales Indirectos	674	1,01	678,36	1257	0,96	1203,53	2228	0,9028	2011,54
+ Mano de Obra Indirecta			0			0			0
+ Otros CIF						0			0
Energia Electrica			380			380			380
Servicio de Agua			80			80			80
Repuestos y Mantenimiento			263,88			263,88			263,88
Depreciacion			2230,88			2230,88			2230,88
SUBTOTAL CIF			2954,76			2954,76			2954,76
= COSTO DE PRODUCCIÓN DEL PERIODO	674	20,021	13494,43	1257	15,21	19122,84	2228	14,1044	31424,52
+ Inventario Inicial de Productos en Proceso	0		0	26	4,895	127,27	48	5,0058	240,28
= PRODUCTOS EN PROCESO DISPONIBLES	674	20,021	13494,43	1283	15,00	19250,11	2276	13,9125	31664,8
- Inventario Final de Productos en Proceso	26	4,895	127,27	48	5,01	240,28	86	4,4545	383,09
= COSTO PRODUCTOS TERMINADOS DEL EJERCICIO	648	20,628	13367,16	1235	15,39	19009,83	2190	14,28	31281,71
+ Inventario Inicial de Productos Terminados	0		0	18,87	8,80	166,023	36,51	8,50	310,16
= PRODUCTOS TERMINADOS DISPONIBLES PARA LA VENTA	648	20,628	13367,16	1253,87	15,29	19175,85	2226,51	14,19	31591,87
- Inventario Final de Productos Terminados	18,87	8,798	166,023	36,51	8,50	310,16	64,86	8,06	522,71
= COSTO DE VENTAS	629	20,983	13201,14	1217	15,50	18865,69	2162	14,58	31527,01
COSTO DE VENTAS EXCLUIDO DE DEPRECIACIÓN			10970,26			16634,81			29296,13

RUBROS	AÑO 4			AÑO 5		
	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR
Inventario Inicial de Mp	108	7,94	856,98	147	7,664	1126,62
+ Compras de MP	2969	7,59	22526,34	3986	7,138	28451,76
= MP Disponible	3077	7,60	23383,32	4133	7,157	29578,38
- Inv. Final de MP	147	7,66	1126,62	196	7,193	1409,82
= MATERIA PRIMA DIRECTA UTILIZADA	2930	7,60	22256,7	3937	7,155	28168,56
+ Mano de Obra Directa	2	4476,91	8953,82	2	4476,91	8953,82
= COSTO PRIMO			31210,52			37122,38
+ COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN						
+ Materiales Indirectos	2969	0,85	2530,45	3986	0,81	3222,7
+ Mano de Obra Indirecta			0			0
+ Otros CIF						
Energia Electrica			380			380
Servicio de Agua			80			80
Repuestos y Mantenimiento			263,88			263,88
Depreciacion			2230,88			2230,88
SUBTOTAL CIF			2954,76			2954,76
= COSTO DE PRODUCCIÓN DEL PERIODO	2969	11,16	36695,73	3986	9,97	43299,84
+ Inventario Inicial de Productos en Proceso	86	4,45	383,09	116	4,29	497,38
= PRODUCTOS EN PROCESO DISPONIBLES	3055	10,98	37078,82	4102	9,81	43797,22
- Inventario Final de Productos en Proceso	116	4,288	497,38	156	4,00	624,62
= COSTO PRODUCTOS TERMINADOS DEL EJERCICIO	2939	11,240	36581,44	3946	10,04	43172,6
+ Inventario Inicial de Productos Terminados	64,86	8,059	522,71	87,45	7,60	664,59
= PRODUCTOS TER. DISP. PARA LA VTA	3003,9	11,171	37104,15	4033,5	9,66	43837,19
- Inventario Final de Productos Terminados	87,45	7,600	664,59	117,51	7,16	841,63
= COSTO DE VENTAS	2916,41	11,476	36439,56	3915,94	9,92	42995,56
COSTO DE VENTAS EXCLUIDO DE DEPRECIACIÓN			34208,68			40764,68

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 5. 18: Presupuesto de Egresos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EGRESOS	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
COSTO DE FABRICACIÓN	11.035,47	19.331,32	31.842,76	36.992,59	43.610,26
Mano de Obra Directa	4.212,91	4.476,91	8.953,82	8.953,82	8.953,82
Mantenimiento y Reparación	211,10	211,10	211,10	211,10	211,10
Materias Primas	5.933,10	10.668,90	17.895,42	22.526,34	28.451,76
Materiales Indirectos	678,36	1.203,53	2.011,54	2.530,45	3.222,70
Depreciación	2.230,88	2.230,88	2.230,88	2.230,88	2.230,88
Servicios Necesarios (Agua, Luz, Telef.)	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	1.526,39	1.526,39	1.526,39	1.526,39	1.526,39
Servicios Necesarios (Agua, Luz, Telef.)	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00
Útiles de Aseo	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00
Materiales de Oficina y Papelería	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Mantenimiento y Reparación	26,39	26,39	26,39	26,39	26,39
Depreciación	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
GASTO DE VENTAS	5.372,30	5.636,30	5.636,30	5.636,30	5.636,30
Sueldos y Salarios	4.212,91	4.476,91	4.476,91	4.476,91	4.476,91
Publicidad y Propaganda	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00
Mantenimiento y Reparación	26,39	26,39	26,39	26,39	26,39
Servicios Necesarios (Agua, Luz, Telef.)	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
Depreciación	133,00	133,00	133,00	133,00	133,00
GASTOS FINANCIEROS	3.444,97	2.221,73	826,89	-	-
Pago de intereses crédito a L/P	3.444,97	2.221,73	826,89	-	-
TOTAL EGRESOS	21.379,13	28.715,74	39.832,34	44.155,28	50.772,95

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

5.2.3.3. Estructura de Financiamiento

El financiamiento del proyecto será con recursos de terceros, mediante un crédito hipotecario por el valor de \$30. 000 otorgado a través del Banco del Pichincha a una tasa de interés del 13,20%; pagaderos a 3 años

Con dicho valor se pondrá en marcha el proyecto, es decir para la compra de maquinaria, y demás materiales y herramientas para la producción, sueldos, etc.

5.2.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es “la cantidad de producción con la que los ingresos totales igualan a los costos totales; es decir, con la que la utilidad de operación es igual a cero. El punto de equilibrio indica qué grado de ventas se tiene que conseguir para evitar una pérdida”.⁴⁰

Cabe señalar que para el cálculo del punto de equilibrio se requiere identificar los costos fijos y variables del proyecto como se lo muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 5.19: Costos Fijos y Variables

COSTOS	PARTE FIJA	PARTE VARIABLE	TOTAL
Costos de Fabricación	2.441,98	11.364,37	13.806,35
Gastos de Administración	866,39	660,00	1.526,39
Gastos de Ventas	5.372,30	-	5.372,30
Gastos Financieros	-	3.444,97	3.444,97
TOTAL	8.680,67	15.469,34	24.150,01

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

⁴⁰ HORNGREN, Charles T. (2002). *Contabilidad de Costos un Enfoque Gerencial*. México DF: Mc Graw Hill. 10ma Edición, p. 62

5.2.4.1. PUNTO DE EQUILIBRIO MÉTODO DE CONTRIBUCIÓN MARGINAL

Habiendo obtenido el punto de equilibrio en dólares, a continuación se procederá a calcular el punto de equilibrio en unidades tanto para las chompas como para las carteras y correas, para lo cual se ha utilizado el método de contribución marginal, el mismo que obedece a la siguiente fórmula:

FÓRMULA 5.2: PUNTO DE EQUILIBRIO MÉTODO DE CONTRIBUCIÓN MARGINAL⁴¹

$$(PVU * C) - (CVP * C) - CF = UO$$

Fórmula que despejada llega a:

$$C = \frac{CF + UO}{CMU}$$

Y tomando en cuenta que en el punto de equilibrio, la utilidad de operación es, por definición, cero. Al establecer $UO=0$, se obtiene:

$$C = \frac{CF}{CMU}$$

Dónde:

PVU = Precio de venta unitario

CVP = Costo de venta unitario

CMU = Contribución Marginal Unitaria (PVU – CVP)

CF = Costo Fijo

C = Cantidad de unidades de producción

UO = Utilidad de operación

⁴¹ HORNGREN, Charles T. (2002). Op. Cit., p. 63

CHOMPAS:

Fórmula que reemplazada con datos ya mencionados, se obtiene:

$$\frac{2441.98}{77 - 46.31} = 79.6 \approx 80$$

Es decir, que para llegar al punto de equilibrio del proyecto, se requerirá producir 80 chompas.

CARTERAS:

Después de despejar los datos, se obtiene:

$$\frac{2441.98}{27 - 15.67} = 215.5 \approx 216$$

Para obtener un punto de equilibrio, se requerirá producir 216 carteras

CORREAS:

Una vez despejada la fórmula tenemos:

$$\frac{2441.98}{9.5 - 5.65} = 634.2 \approx 634$$

Para no obtener ni ganancia ni pérdida, se deberá producir 634 correas.

CUADRO 5.20: Punto de Equilibrio por Productos

PRODUCTO	UNIDADES
CHOMPAS	80
CARTERAS	216
CORREAS	634

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

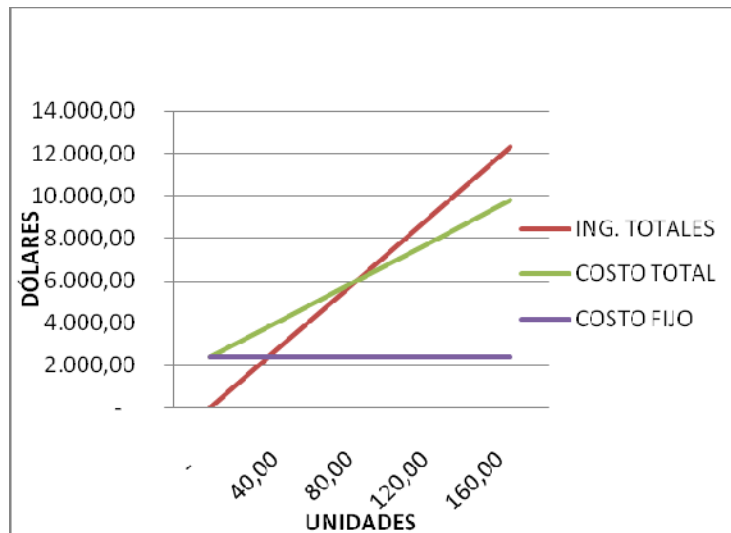
CUADRO 5.21: Punto de Equilibrio de Chompas

UNIDADES	ING. TOTALES	COSTO TOTAL	COSTO FIJO
-	-	2.411,98	2.411,98
40,00	3.080,00	2.411,98	2.411,98
80,00	6.160,00	2.411,98	2.411,98
120,00	9.240,00	2.411,98	2.411,98
160,00	12.320,00	2.411,98	2.411,98

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 5.1: Punto de Equilibrio de Chompas



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

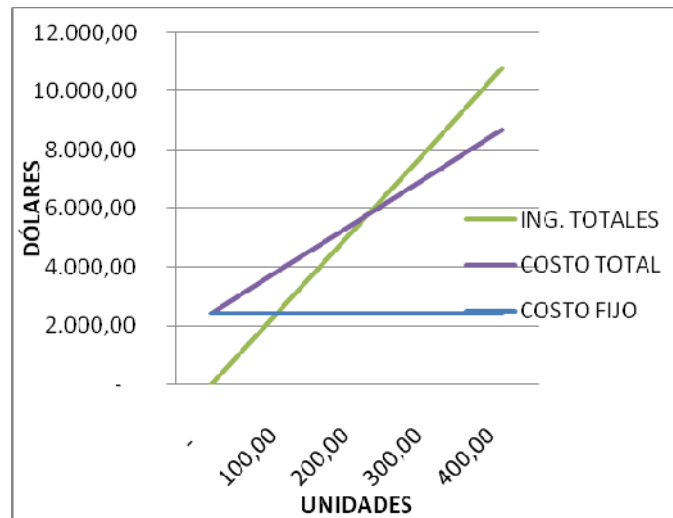
CUADRO 5.22: Punto de Equilibrio de Carteras

UNIDADES	ING. TOTALES	COSTO TOTAL	COSTO FIJO
-	-	2.411,98	2.411,98
100,00	2.700,00	3.978,98	2.411,98
200,00	5.400,00	5.545,98	2.411,98
300,00	8.100,00	7.112,98	2.411,98
400,00	10.800,00	8.679,98	2.411,98

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 5.2: Punto de Equilibrio de Carteras



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

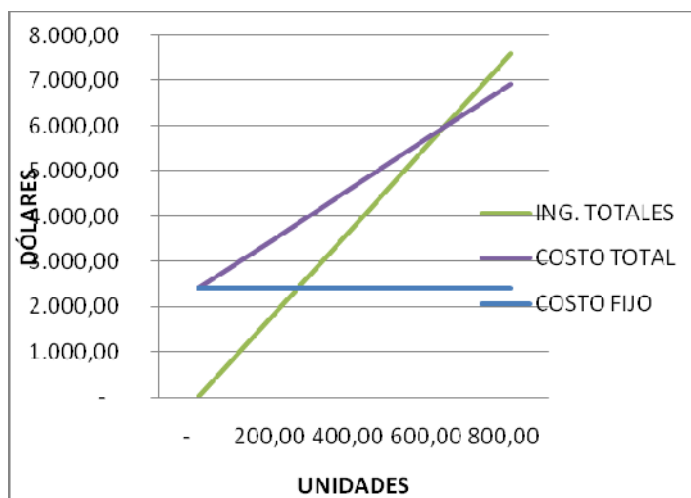
CUADRO 5.23: Punto de Equilibrio de Correas

UNIDADES	ING. TOTALES	COSTO TOTAL	COSTO FIJO
-	-	2.411,98	2.411,98
200,00	1.130,00	3.541,98	2.411,98
400,00	2.260,00	4.671,98	2.411,98
600,00	3.390,00	5.801,98	2.411,98

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 5.3: Punto de Equilibrio de Correas



Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Una vez analizados los datos, las unidades que se deberá producir para obtener un punto de equilibrio en los tres productos del proyecto, son mayores que las unidades determinadas en la capacidad instalada.

La capacidad instalada se fijó en base a la tendencia de la demanda por lo que no se puede producir más que lo determinado, ya que no se vendería en su totalidad; esto traería consigo pérdidas como se observa en el punto de equilibrio.

Por otro lado una opción para no incurrir en pérdidas es empezar desde el primer año a utilizar el 75% de capacidad instalada, de esta manera se produciría más de las unidades indicadas en el punto de equilibrio.

Otra posibilidad sería abrir mercado y convertirnos en proveedores de los productos elaborados, de esta forma se produciría mucho más como lo indica el punto de equilibrio para obtener utilidades y ya que la demanda de Artecuerdo no es suficiente para comercializar la producción realizada en sus instalaciones, se deberá vender al por mayor; realizando un estudio de los posibles clientes.

5.3. Estados Financieros Pro forma

“Los estados financieros se requieren principalmente para realizar evaluaciones y tomar decisiones de carácter económico. De ahí que la información consignada en los Estados Financieros deba ser muy confiable”⁴²

Los estados financieros pro forma son útiles no solamente en el proceso interno de planeación, sino en forma general los requieren los accionistas actuales y potenciales, así como los bancos para analizar una solicitud de crédito.

Los estados financieros considerados para el presente estudio son los que se nombran a continuación:

- Estado de Resultados:
- Flujo Neto de Fondos,
- Balance General.

A continuación se presentan cada uno de los estados financieros mencionados.

5.3.1. Estado de Resultados

El Estado de Resultados conocido también como Estado de Pérdidas y Ganancias “presenta el resultado de las operaciones provenientes del uso de los recursos en un período de tiempo determinado (un año). Para que una empresa pueda continuar en operación debe ser capaz de generar resultados positivos”⁴³.

⁴² MENESES, Edilberto. Op. Cit..., p. 132

⁴³ Ibidem, p. 134

CUADRO 5.24: Estado de Resultados proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	33.005,13	39.979,00	49.843,50	63.473,50	81.871,00	105.817,00
(-) COSTO DE VENTAS	18.745,38	12.904,93	15.614,72	27.979,84	33.469,53	38.843,33
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	14.259,75	27.074,07	34.228,78	35.493,66	48.401,47	66.973,67
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN						
Sueldos y Salarios	6.383,20	13.990,20	14.890,20	14.890,20	14.890,20	14.890,20
Servicios Necesarios (Agua, Luz, Telef.)	400,20	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00
Útiles de Aseo y Cafetería	380,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00
Materiales de Oficina y Papelería	540,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Mantenimiento y Reparación	-	26,39	26,39	26,39	26,39	26,39
Depreciación	1.053,90	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	8.757,30	15.516,59	16.416,59	16.416,59	16.416,59	16.416,59
(-) GASTOS DE VENTAS						
Sueldos y Salarios	3.829,92	8.425,82	8.953,82	8.953,82	8.953,82	8.953,82
Publicidad y Propaganda	260,00	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00
Mantenimiento y Reparación	-	26,39	26,39	26,39	26,39	26,39
Servicios Necesarios (Agua, Luz, Telef.)	500,20	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
Depreciación	-	133,00	133,00	133,00	133,00	133,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	4.590,12	9.585,21	10.113,21	10.113,21	10.113,21	10.113,21
(=) UTILIDAD NETA OPERACIONAL	912,33	1.972,27	7.698,98	8.963,86	21.871,67	40.443,87
(-) GASTOS FINANCIEROS						
Pago de intereses crédito a L/P	-	3.444,97	2.221,73	826,89	-	-
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	-	3.444,97	2.221,73	826,89	-	-
(=) UTILIDAD O PER ANTES DE IMPUESTOS	912,33	- 1.472,70	5.477,25	8.136,97	21.871,67	40.443,87
(-) 15% REPARTO DE UTILIDADES	136,85	- 220,91	821,59	1.220,55	3.280,75	6.066,58
(=) UTILIDAD O PER DESP. DE PARTICIPACIÓN	775,48	- 1.251,80	4.655,66	6.916,42	18.590,92	34.377,29
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	193,87	- 312,95	1.163,92	1.729,11	4.647,73	8.594,32
(=) UTILIDAD NETA/PÉRDIDA NETA	581,61	- 938,85	3.491,75	5.187,32	13.943,19	25.782,97
(=) UTILIDAD LIQUIDA	581,61	- 938,85	3.491,75	5.187,32	13.943,19	25.782,97

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

En el caso del Estado de Resultados proyectado, éste se sustenta en estimaciones de ingresos, costos y gastos, que elaborados objetivamente, permitirán definir la utilidad, la relación costo de ventas – ventas totales, rentabilidad y sobre sus resultados se puede calcular el Flujo Neto de Caja, que servirá para aplicar los diversos criterios de evaluación de proyectos, que a su vez explicarán la viabilidad o no del proyecto.

5.3.2. Balance General

El balance de situación general, muestra cuál sería la posición financiera al finalizar un período de tiempo determinado que es de un año, señalando las necesidades de recursos para mantener el equilibrio deseado entre activos y pasivos más patrimonio, así como también la advertencia anticipada para analizar los objetivos de operación y financieros propuestos por la administración.

El balance de situación general tiene por objeto rendir un claro y preciso informe a las partes interesadas en la empresa sobre la situación de la misma al final de un año comercial.

A continuación se presenta el balance general generado en el presente estudio:

CUADRO 5.25: Balance General Sin Proyecto

DESCRIPCIÓN	AÑO 0
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
CAJA - BANCOS	2.568,47
INVENTARIOS	2.397,76
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	4.966,23
ACTIVOS FIJOS	
EQUIPOS DE OFICINA	210,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2.700,00
MUEBLES Y ENSERES	2.500,00
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	1.053,90
TOTAL ACTIVOS FIJOS	4.356,10
TOTAL ACTIVOS	9.322,33
PASIVOS	
CUENTAS POR PAGAR	3.000,00
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	136,85
25% IMPUESTO A LA RENTA	193,87
TOTAL PASIVOS	3.330,72
PATRIMONIO	
CAPITAL	5.410,00
UTILIDAD O PÉRDIDA	581,61
TOTAL PATRIMONIO	5.991,61
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	9.322,33

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 5.26: Balance General Con Proyecto

DESCRIPCIÓN	0
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
CAJA - BANCOS	4.695,75
INVENTARIOS	2.397,77
PRODUCTO TERMINADO	166,02
PRODUCCION EN PROCESO	127,27
MATERIAS PRIMAS	284,70
MATERIALES INDIRECTOS	32,18
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	7.703,68
ACTIVOS FIJOS	
MAQUINARIA Y EQUIPOS	24.787,50
EQUIPOS DE OFICINA	280,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3.600,00
MUEBLES Y ENSERES	3.130,00
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	2.563,88
TOTAL ACTIVOS FIJOS	29.233,62
TOTAL ACTIVOS	36.937,30
PASIVOS	
PASIVO CORRIENTE	
CUENTAS POR PAGAR	3.000,00
PASIVO A LARGO PLAZO	
PRÉSTAMO BANCARIO	30.000,00
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-
25% IMPUESTO A LA RENTA	-
TOTAL PASIVOS	32.466,15
PATRIMONIO	
CAPITAL	5.410,00
UTILIDAD O PÉRDIDA	-
TOTAL PATRIMONIO	4.471,15
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	36.937,30

E

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

5.3.3. FLUJO NETO DE FONDOS (EFECTIVO)

El flujo neto de efectivo mide los ingresos y egresos que se estima tendrá la empresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente se necesita financiamiento y obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene.

A continuación se presenta el flujo de efectivo del proyecto:

CUADRO 5. 27: Flujo Neto de Fondos Sin Proyecto

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	-	33.005,13	39.979,00	49.843,50	63.473,50	81.871,00
(-) Costo de Ventas	-	18.745,38	22.540,52	27.909,43	35.440,57	45.492,04
(-) Gastos de Administración	-	7.703,40	7.703,40	7.703,40	7.703,40	7.703,40
(-) Gastos de Ventas	-	4.590,12	4.590,12	4.590,12	4.590,12	4.590,12
(-) Depreciación	-	1.053,90	1.053,90	1.053,90	1.053,90	1.053,90
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-	912,33	4.091,06	8.586,65	14.685,51	23.031,54
(-) 15% Reparto de Utilidades	-	136,85	613,66	1.288,00	2.202,83	3.454,73
(=) UTILIDAD DESPUES DE PARTICIPACIÓN	-	775,48	3.477,40	7.298,65	12.482,68	19.576,81
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	-	193,87	869,35	1.824,66	3.120,67	4.894,20
(=) UTILIDAD NETA	-	581,61	2.608,05	5.473,99	9.362,01	14.682,61
(+) Depreciación	-	1.053,90	1.053,90	1.053,90	1.053,90	1.053,90
INVERSIÓN INICIAL						
Activos Fijos	5.410,00	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	2.568,48	-	-	-	-	-
(+) Valor de Salvamento						14.018,11
FLUJO NETO DE FONDOS	- 7.978,48	1.635,51	3.661,95	6.527,89	10.415,91	15.736,51

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 5. 28: Flujo Neto de Fondos Con Proyecto

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	-	39.979,00	49.843,50	63.473,50	81.871,00	105.817,00
(-) Costo de Fabricación	-	8.804,60	17.100,44	29.611,88	34.761,71	41.379,38
(-) Gastos de Administración	-	1.326,39	1.326,39	1.326,39	1.326,39	1.326,39
(-) Gastos de Ventas	-	5.239,30	5.503,30	5.503,30	5.503,30	5.503,30
(-) Interés Bancario	-	3.444,97	2.221,73	826,89	-	-
(-) Depreciación	-	2.563,88	2.563,88	2.563,88	2.563,88	2.563,88
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-	18.599,86	21.127,76	23.641,17	37.715,73	55.044,06
(-) 15% Reparto de Utilidades	-	2.789,98	3.169,16	3.546,17	5.657,36	8.256,61
(=) UTILIDAD DESPUES DE PARTICIPACION	-	15.809,88	17.958,60	20.094,99	32.058,37	46.787,45
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	-	3.952,47	4.489,65	5.023,75	8.014,59	11.696,86
(=) UTILIDAD NETA	-	11.857,41	13.468,95	15.071,24	24.043,77	35.090,59
(+) Depreciación	-	2.563,88	2.563,88	2.563,88	2.563,88	2.563,88
INVERSIÓN INICIAL						
Activos Fijos	26.724,00	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	2.127,27	-	-	-	-	-
(+) Valor de Salvamento						14.018,11
FLUJO NETO DE FONDOS	- 28.851,27	14.421,29	16.032,83	17.635,12	26.607,65	37.654,46

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Cabe señalar que desde el punto de vista de la construcción del flujo de fondos, la depreciación y amortización no representan ningún desembolso. Por lo tanto, no refleja ningún costo efectivo.

Mediante la diferencia entre los ingresos y egresos se obtiene el flujo de efectivo proyectado y se observa en el cuadro que estos valores son positivos lo que significa que el proyecto está adecuadamente financiado.

5.4. Evaluación Financiera

Consiste en evaluar el proyecto de manera anterior a la ejecución del mismo, esta acción es una etapa de comprobación y se preocupa de verificar la información y viabilidad de los datos consignados en el proyecto.

La evaluación tiene como objetivo determinar la viabilidad financiera y económica del proyecto a través del análisis de los diferentes estados financieros y la aplicación de los criterios de evaluación. Es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo.

5.4.1. Criterios de Evaluación

Los métodos de evaluación de proyectos de inversión deben basarse en información idónea, extraída del estudio financiero, especialmente de los estados financieros.

La aplicación de los criterios de evaluación se realiza basándose en los flujos operacionales proyectados que llevan a tomar una decisión, respecto del proyecto en evaluación.

5.4.1.1. TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR).

En proyectos de inversión a largo plazo, donde la rentabilidad está dada por rendimientos futuros, es primordial fijar una tasa de descuento que deberá aplicarse a los flujos de fondos futuros para formularlos en términos de valor actual con la inversión inicial.

La determinación de la tasa de descuento para aplicar los criterios de evaluación se lo realiza en base a estos dos costos de capital, con el fin de obtener una tasa aceptable de rendimiento (TMAR) global.

Cabe señalar que se ha recurrido a la asesoría de educadores de proyectos y se ha llegado a establecer dicha tasa tomando en cuenta dos componentes; la tasa de inflación que para enero del 2011 según datos del Banco Central del Ecuador ¹⁷ es del 3.17%; y la tasa de interés bancaria del Banco del Pichincha que es la entidad financiera con la cual se canalizará el préstamo bancario que corresponde al 13,20%, por lo cual la TMAR del presente proyecto es establecida de la siguiente manera:

FÓRMULA 5. 2: TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR)

$$\text{TMAR} = \text{Interés Bancario} + \text{Inflación}$$

$$\text{TMAR} = 13,20 + 3,17$$

$$\text{TMAR} = 16,37\%$$

Pero se hace necesario calcular el denominado Costo Promedio Ponderado de Capital que es la combinación de las dos tasas anteriores relativas a cada una de las fuentes de financiamiento a las cuales recurre el proyecto. Cálculo que se indica en la tabla a continuación:

¹⁷ http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

CUADRO 5. 29: Costo Promedio Ponderado de Capital

DETALLE	SALDO INICIAL	% DE PARTICIPACIÓN	COSTO	COSTO PONDERADO
Capital Propio	5.410,00	0,15	16,37%	2,50%
Préstamo Bancario	30.000,00	0,85	13,20%	11,18%
TOTAL	35.410,00	1,00	29,57%	13,68%

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Con lo anotado, se concluye que la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), sobre los \$35410 es de 13,68%.

5.4.1.2. Valor Actual Neto

El Valor actual neto (VAN) de un proyecto puede ser definido como la sumatoria de los valores actualizados del Flujo Neto de Fondos a una Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR), o una tasa adecuada pertinente para el inversionista. Con este método todos los flujos de fondos se descuentan para encontrar su valor actual. La diferencia entre estos beneficios y los costos traídos a su valor equivalentes en el año cero es el Valor Actual Neto (VAN)¹⁸.

El Valor Actual Neto se calcula de la siguiente manera:

Se determinan los beneficios netos anuales de cada uno de los años de vida útil del proyecto, restando de los beneficios los costos, ese resultado se le resta la inversión del año cero.

La fórmula a utilizarse es:

FÓRMULA 5. 4: VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = - I_0 + BN_1(1+i)^{-1} + BN_2(1+i)^{-2} + \dots + BN_t(1+i)^{-t}$$

¹⁸ CALDAS, M. Marco. (2003). Op.Cit.. p. 152

Dónde:

B_{Nt} = Beneficio Neto desde el año 1 hasta el año t

i = Tasa de descuento

t = Intervalo de tiempo (1,2,3,...n)

I_0 = Inversión del año cero

Lo que aplicando la fórmula se tiene:

CUADRO 5. 30: Cálculo Valor Actual Neto Sin Proyecto

AÑOS	FLUJO NETO DE FONDOS	FNF Actualizado 13,68%
AÑO 0	-7978,48	- 7.978,48
AÑO 1	1635,51	1.438,70
AÑO 2	3661,95	2.833,64
AÑO 3	6527,89	4.443,45
AÑO 4	10415,91	6.236,79
AÑO 5	15736,51	8.288,73
VAN DEL PROYECTO		15.262,83

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 5. 31: Cálculo Valor Actual Neto Con Proyecto

AÑOS	FLUJO NETO DE FONDOS	FNF Actualizado 13,68%
AÑO 0	-28851,27	- 28.851,27
AÑO 1	14421,29	12.685,86
AÑO 2	16032,82	12.406,29
AÑO 3	17635,11	12.004,00
AÑO 4	26607,65	15.932,00
AÑO 5	37654,46	19.833,35
VAN DEL PROYECTO		44.010,23

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

El criterio del Valor Actual Neto, plantea que el proyecto debe aceptarse cuando este valor es igual o superior a cero, lo que significa que el presente proyecto es atractivo (VAN es positivo), ya que arrojará un beneficio después de cubrir el costo de oportunidad de las alternativas de inversión.

El criterio del Valor Actual Neto, plantea que el proyecto debe aceptarse cuando este valor es igual o superior a cero, lo que significa que el presente proyecto es atractivo

(VAN es positivo), ya que arrojará un beneficio después de cubrir el costo de oportunidad de las alternativas de inversión.

5.4.1.3. TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno se define como “la tasa de descuento que hace que el valor actual neto sea igual a cero; es decir que el valor presente de las entradas de efectivo sea exactamente igual a la inversión inicial neta realizada.”¹⁹

El proyecto es conveniente cuando la TIR es mayor que la tasa de interés que se recibirá por el préstamo del dinero para la ejecución del proyecto, o la tasa de interés que se habría obtenido de otras alternativas de inversión.

La fórmula a aplicarse para el cálculo de la TIR es:

FÓRMULA 5.5: TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

$$TIR = TD_i + (TD_s - TD_i) \left(\frac{VAN_i}{VAN_i - VAN_s} \right)$$

Donde:

TD_i = Tasa de descuento inferior

TD_s = Tasa de descuento superior

VAN_i = Valor actual neto de la tasa de descuento inferior

VAN_s = Valor actual neto de la tasa de descuento superior

En el cuadro a continuación se presenta el cálculo del TIR:

¹⁹ LARA, Álvarez Juan (2000). *Administración Financiera: Una Introducción a la Toma de Decisiones en el Corto y Largo Plazo*. Quito, p. 81

CUADRO 5. 32: Cálculo Tasa Interna de Retorno Sin Proyecto

AÑOS	FLUJO NETO	FNF	FNF	FNF
	DEFONDOS	Actualizado 53%	Actualizado 55%	Actualizado a % TIR
AÑO 0	-7978,48	- 7.978,48	- 7.978,48	- 7.978,48
AÑO 1	1635,51	1.068,96	1.055,17	1.058,59
AÑO 2	3661,95	1.564,33	1.524,22	1.534,12
AÑO 3	6527,89	1.822,63	1.752,98	1.770,08
AÑO 4	10415,91	1.900,78	1.804,56	1.828,06
AÑO 5	15736,51	1.876,94	1.758,94	1.787,62
TOTALES		255,17	- 82,61	0,00
TIR FÓRMULA	54,51			
TIR EXCEL	54%			

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CUADRO 5. 33: Cálculo Tasa Interna de Retorno Con Proyecto

AÑOS	FLUJO NETO	FNF	FNF	FNF
	DEFONDOS	Actualizado 55%	Actualizado 57%	Actualizado a % TIR
AÑO 0	-28851,27	- 28.851,27	- 28.851,27	- 28.851,27
AÑO 1	14421,29	9.304,06	9.185,54	9.220,24
AÑO 2	16032,82	6.673,39	6.504,45	6.553,69
AÑO 3	17635,11	4.735,69	4.557,00	4.608,85
AÑO 4	26607,65	4.609,77	4.379,33	4.445,89
AÑO 5	37654,46	4.208,80	3.947,46	4.022,60
TOTALES		680,44	- 277,49	0,00
TIR FÓRMULA	56,42			
TIR EXCEL	56%			

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Para tener más precisión en el cálculo de la TIR, se ha recurrido a la opción de funciones financieras del programa informático Microsoft Excel.

Como se puede observar en el cuadro expuesto el proyecto tiene una TIR del 56% que logra superar el costo de oportunidad del 13.68% por lo que se puede manifestar que es un proyecto viable.

Con lo mencionado se concluye que cuando:

La TIR es mayor que la TMAR, entonces el proyecto es viable.

La TIR es Igual que la TMAR, entonces es indiferente el hecho de realizar el proyecto.

La TIR es menor que la TMAR el proyecto no es viable.

5.4.1.4. RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

²⁰La relación Beneficio / Costo (R B/C) se obtiene dividiendo el valor actualizado del flujo de ingresos, para el valor actualizado del flujo de egresos. Para descontar los flujos es conveniente hacerlo a la tasa de descuento fijada para el cálculo del VAN que para el presente proyecto es del 13.68%.

La fórmula para el cálculo de la relación beneficio costo es:

FÓRMULA 5. 3: RELACIÓN BENEFICIO COSTO (RBC)

$$RBC = \frac{VAN \text{ INGRESOS}}{VAN \text{ EGRESOS}}$$

A continuación se presenta el cálculo correspondiente a la Relación Beneficio Costo:

CUADRO 5. 34: Cálculo Relación Beneficio Costo

AÑO	INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS	ACTUALIZACIÓN INGRESOS (13,68%)	ACTUALIZACIÓN EGRESOS (13,68%)	VALOR DE SALVAMENTO ACTUALIZADO (13,68%)
-	28.851,27					
1		39.979,00	21.379,13	35.168,02	18.806,41	
2		49.843,50	28.715,74	38.569,18	22.220,40	
3		63.473,50	39.832,34	43.205,62	27.113,38	
4		81.871,00	44.155,28	49.022,32	26.439,08	
5		105.817,00	50.772,95	55.735,91	26.743,12	7.383,62
TO TALES	28.851,27	340.984,00	184.855,44	221.701,05	121.322,39	7.383,62

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Datos que aplicados a la fórmula planteada anteriormente, se obtiene:

²⁰CALDAS, M. Marco. (2003). Op.Cit.. p. 174

$$RBC = \frac{221701.05 + 7.383.62}{121322.39 + 28851.27}$$

$$RBC = 1,53$$

Cuando el resultado de la Relación Beneficio Costo es mayor a 1 significa que hay beneficios, en el caso de ser menor a 1 la inversión el proyecto no se justifica, y si es igual a 1 quiere decir que el VAN de los ingresos es igual al VAN de los egresos y que por lo tanto el proyecto sería indiferente.

La razón Beneficio / Costo en el presente proyecto es de USD 1,53 (mayor que 1); es decir que por cada dólar invertido se obtendrá 0,53 centavos de dólar de utilidad.

5.4.1.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

El plazo o periodo de recuperación de la inversión es el tiempo en que tarda en recuperarse la Inversión Inicial basándose en los flujos actualizados y acumulados que se generan de periodo a periodo.

El proyecto no muestra un período de recuperación, a continuación se presenta el detalle:

CUADRO 5. 35: Periodo de Recuperación de la Inversión

AÑOS	FLUJO NETO DE FONDOS	FNF Actualizado 13,68%	FNF Actualizado 13,68% Acumulado	RECUPERACIÓN
AÑO 0	-28851,27	- 28.851,27	- 28.851,27	
AÑO 1	14421,29	12.685,86	12.685,86	NO
AÑO 2	16032,82	12.406,29	25.092,15	NO
AÑO 3	17635,11	12.004,00	37.096,15	SI
AÑO 4	26607,65	15.932,00	53.028,15	SI
AÑO 5	37654,46	19.833,35	72.861,50	SI
TOTALES		44.010,23	44.010,23	
PERIODO DE RECUPERACIÓN		años		2
		meses		1
		días		7

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

$$PRC = 28.851.27 - 25.092.15$$

$$PRC = 3.759.12$$

$$PRC = (3.759.12 * 12) / 37.096.15$$

$$PRC = 1.22$$

$$PRC = 1.22 - 1 \text{ MES}$$

$$PRC = 0,22 * 30$$

$$PRC = 6.6 = 7 \text{ DÍAS}$$

5.4.1.6. Índices Financieros

Los índices financieros se calculan en base al balance general. Este tipo de indicadores no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, pero el resultado que arrojan son de importancia para personas o entidades externas o internas de la empresa.

Hay cuatro tipos básicos de razones financieras, las cuales se calculan a continuación:

5.4.1.6.1. Índices de Liquidez

5.4.1.6.1.1. Razón Corriente

		ACTIVO CORRIENTE		7.703,68		
RAZÓN CORRIENTE	=		=		=	2,57
		PASIVO CORRIENTE		3.000,00		

Este índice nos indica la capacidad de pago de la empresa para atender obligaciones corrientes o de corto plazo. Es decir indica el dinero que se encuentra disponible en el activo corriente para cubrir cada dólar de deuda.

Significa que por cada dos dólares de deuda a corto plazo se tiene 0,57 centavos de respaldo, lo cual al primer año es muy bajo debido a la deuda bancaria adquirida..

5.4.1.6.2. Índices de Solidez

5.4.1.6.2.1. Índice de Solvencia

		ACTIVO TOTAL		36.937,30		
INDICE DE SOLVENCIA	=		=		=	1,14
		PASIVO TOTAL		32.466,15		

Este índice indica la cantidad de veces con que podemos cubrir nuestras obligaciones totales, considerando todos los activos.

En este caso se tiene que los activos cubren 1.14 veces los pasivos totales.

5.4.1.6.2.2. Razón de Endeudamiento

		PASIVO TOTAL		32.466,15		
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	=		=		=	0,8790
		ACTIVO TOTAL		36.937,30		

El 0,8790 significa que la participación de los acreedores en el proyecto es de 87,90% y que el 12.10% restante es de la empresa.

5.4.1.6.2.3. Apalancamiento Financiero

	<u>ACTIVO TOTAL</u>	<u>36.937,30</u>		
APALANCAMIENTO FINANCIERO	=		=	8,26
	PATRIMONIO	4.471,15	=	

Significa que por cada ocho dólares de patrimonio existe 0.26 centavos de activo total.

5.4.1.6.3. Índices de Rentabilidad

5.4.1.6.3.1. Margen Ganancia en Ventas

	<u>PERDIDA NETA</u>	<u>938,85</u>		
MARGEN GANANCIAS VENTAS	=		=	0,02
	VENTAS	39.694,00	=	

Este índice indica la estructura de precios y costos que tiene la empresa, es decir de cada dólar de venta cuánto corresponde de utilidad para la empresa. Para el caso podemos apreciar que tenemos un 2% de pérdida sobre las ventas, se debe mencionar que solo durante el primer ase obtendrá pérdida ya que no se está ocupando el 100% de la capacidad instalada y además se está bajo el punto de equilibrio.

5.4.1.6.3.2. Rentabilidad sobre Activos

	<u>PERDIDA NETA</u>	<u>938,85</u>		
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	=		=	0,03
	ACTIVO TOTAL	36.937,30	=	

Indica el porcentaje de utilidad neta que se ha logrado en la inversión total del negocio, mide la utilidad por cada dólar invertido. Para el caso se ha obtenido el 3% de pérdida neta por cada dólar invertido.

5.4.1.6.3.3. Rentabilidad sobre Patrimonio

RENTABILIDAD SOBRE PATRIMON	=	$\frac{\text{PÉRDIDA NETA}}{\text{PATRIMONIO}}$	=	$\frac{938,85}{4.471,15}$	=	0,21
-----------------------------	---	---	---	---------------------------	---	------

Determina el porcentaje de utilidad que la empresa ha ganado sobre el capital total invertido. Para el caso, se demuestra que se obtendrá una pérdida del 21% del valor total invertido.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- ◆ Una vez evaluados los datos históricos de la empresa, se puede concluir que los meses donde Artecuero registra mayores ingresos son junio y diciembre; debido a las festividades que se desarrollan en dichos meses, cantonización y navidad; en su orden.

- ◆ Al observar el resumen de las ventas anuales, se observa que la tendencia de la demanda es creciente, sobre todo del año 2009 al 2010.

- ◆ De acuerdo a los datos históricos; y una vez aplicada la curva ABC, se determinó que los productos más comercializados son las chompas, correas y carteras, al ser los más demandados se estableció que dichos productos serán los que la empresa deberá producir.

- ◆ La instalación del proyecto se realizará en las instalaciones de Artecuero, ya que muestra la mejor opción de instalación de la planta donde se fabricarán las chompas, correas y carteras para posteriormente comercializarlos, en el mismo lugar. De esta manera no se incurrirán en gastos, como el de arriendo.

- ◆ En un inicio se consideró adquirir un vehículo, pero después se tomó la decisión de no hacerlo, ya que en vez de una inversión iba a resultar un gasto, puesto que es mucho más costoso la adquisición y el mantenimiento del activo que el costo de transporte. Se convino que los proveedores enviarán la materia a través de Servientrega, y el valor estará incluido en el costo final de la materia prima.

- ◆ En cuanto a la mano de obra se estableció que al inicio del proyecto se requerirá de un solo obrero puesto que él cubrirá con la respectiva demanda, pero a partir del tercer año será necesario contar con los servicios de un obrero más, para cubrir la producción requerida.
- ◆ El proyecto contribuirá al desarrollo del país al generar fuentes de empleo.
- ◆ El total de la inversión que se requiere para la puesta en marcha del presente proyecto es de \$28.851,27USD que serán financiados con un crédito hipotecario en el banco del Pichincha
- ◆ La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) correspondiente al 13.68% se obtuvo tomando en cuenta un costo promedio de capital combinando las tasas de las fuentes de financiamiento, lo que hace más sustentable la aplicación de dicha tasa para el cálculo del VAN y la TIR.
- ◆ El valor actual neto del proyecto (VAN) obtenido mediante la actualización de los valores del flujo neto de efectivo con la tasa mínima aceptable del 13.68% fue de \$44.010,23 USD (mayor a 0), lo que indica que el proyecto es factible y debería ser aceptado. Mientras que el valor actual neto sin proyecto es de \$15.262,83.
- ◆ La tasa interna de retorno sin proyecto (TIR) corresponde al 54% y con proyecto es del 56%.
- ◆ La tasa interna de retorno con proyecto (TIR) correspondiente al 56% demostró que al actualizar los valores del flujo neto de efectivo se igualan a cero, determinando que con dicha tasa las entradas de efectivo sean iguales a la inversión inicial.

- ◆ Después de analizar la Tasa Mínima de Retorno (TIR) correspondiente al 56% y comparándola con la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) del 13,68%, se puede manifestar que es un proyecto con bases sólidas que garantizan su rentabilidad, puesto a que la TIR cubre el costo de oportunidad del 13,68%.

- ◆ El tiempo que se tardará en recuperar la inversión inicial basándose en los flujos actualizados y acumulados corresponde a 2 años, 1 mes y 7 días.

- ◆ Los resultados de los índices financieros aplicados no se ven muy optimistas en el primer año, pero se debe considerar que no se está utilizando el 100% de capacidad instalada y que además no se cuenta con la experiencia necesaria para la producción.

Recomendaciones

- Una vez realizado y evaluado el estudio financiero, se recomienda cristalizar la idea de incorporar el proceso productivo a la empresa Artecuro, ya que los beneficios serán mayores a la inversión.

- Se recomienda producir más unidades de las determinadas en el punto de equilibrio para obtener utilidades.

- Después de los respectivos análisis se recomienda empezar en el año uno con el 75% de capacidad instalada, ya que de esta manera se está produciendo más unidades que las indicadas en el punto de equilibrio, y por ende se obtendrá utilidad.

- Una vez que se empiece con la producción al 100% de capacidad instalada, se debe pensar en distribuir los productos que Artecuero elaborará, de esta manera su inventario tendrá mayor movimiento.
- Una vez adquirida la experiencia necesaria, Artecuero estará en la posibilidad de producir el resto de productos, no solo chompas, carteras y correas como es la propuesta inicial.
- Se aconseja trabajar con materia prima y materiales de primera calidad, así como ir innovando constantemente los productos elaborados. Así como mantener la atención cordial y esmerada hacia los clientes.
- Se recomienda realizar la inversión para incorporar el proceso productivo a la empresa, de esta manera con el tiempo la utilidad irá aumentando ya que los costos de producción se irán reduciendo. Puesto que no es lo mismo ser productores que intermediarios.
- La propuesta del proyecto es producir tres productos (chompas, carteras y correas), pero al adquirir experiencia se puede ir elaborando el resto de productos que Artecuero expende, de esta manera la maquinaria sería mejor utilizada.
- Se sugiere analizar la posibilidad de incrementar calzado a la mercadería de la empresa ya que es un producto relacionado a los que la empresa ya comercializa.
- Por último debo mencionar que no es suficiente tener una idea de negocio o de un proyecto, se recomienda realizar un estudio y evaluación para tomar una decisión de tanta importancia como la de invertir dinero.

ANEXOS

ANEXOS

ESTUDIO TÉCNICO

ANEXO 4.1: PROFORMAS

ANEXO 4.2: Fotos Varias del Proceso Productivo

Proceso del Cuero

REMOJO



PELAMBRE



CALERO



DESCARNADO



DESENGRASE



SECADO



TEÑIDO



ACABADO



Proceso de la Chompa



Proceso de la Correa



Proceso de la Cartera



ANEXO 4.3: Fotos Varias de Herramientas y Maquinaria





ANEXO 4.4: Rol de Pagos del Personal

CARGO U OCUPACIÓN	SALARIO MINIMO SECTORIAL	TOTAL INGRESO	APORTE INDIVIDUAL 9.35%	TOTAL SUELDO MENSUAL	TOTAL SUELDO ANUAL
PERSONAL DE PRODUCCIÓN					
Operario 1	264,00	264,00	24,68	239,32	2.871,79
PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN					
Gerente	500,00	500,00	46,75	453,25	5.439,00
Contador	400,00	400,00	37,40	362,60	4.351,20
PERSONAL DE VENTAS					
Vendedor	264,00	264,00	24,68	239,32	2.871,79
Vendedor	264,00	264,00	24,68	239,32	2.871,79
TOTALES	1.692,00	1.692,00	158,20	1.533,80	18.405,58

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

CARGO U OCUPACIÓN	SUELDO	13 SUELDO	14 SUELDO	APORTE PATRONAL MENSUAL 12,15%	FONDOS DE RESERVA MENSUAL	VACACIONES MENSUALES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA								
Operario I	264	22,00	22	32,08	22,00	11,00	373,08	4.476,96
PERSONAL ADMINISTRATIVO								
Gerente	500	41,67	22	60,75	41,67	20,83	686,92	8.243,04
Contador	400	33,33	22	48,60	33,33	16,67	553,93	6.647,16
PERSONAL DE VENTAS								
Vendedor	264	22,00	22	32,08	22,00	11,00	373,08	4.476,96
Vendedor	264	22,00	22	32,08	22,00	11,00	373,08	4.476,96
TOTALES	1692	141,00	110,00	205,59	141,00	70,50	2.360,09	28.321,08

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

ANEXO 4.5: Clasificación de la Mano de Obra

AÑO 1									
MANO DE OBRA DIRECTA					PERSONAL ADMINISTRATIVO				
CARGO U OCUPACIÓN	SUELDO MENSUAL	PROVISIÓN MENSUAL	VALOR A RECIBIR/MES	TOTAL ANUAL	CARGO U OCUPACIÓN	SUELDO MENSUAL	PROVISIÓN MENSUAL	VALOR A RECIBIR/MES	TOTAL ANUAL
Operario 1	264,00	87,08	351,08	4212,96	Gerente	500,00	145,25	645,25	7743
					Contador	400,00	120,60	520,60	6247,2
TOTALES			351,08	4212,96	TOTAL				13990,2
PERSONAL DE VENTAS									
CARGO U OCUPACIÓN	SUELDO MENSUAL	PROVISIÓN MENSUAL	VALOR A RECIBIR/MES	TOTAL ANUAL					
Vendedor	264,00	87,08	351,08	4212,96					
Vendedor	264,00	87,08	351,08	4212,96					
TOTAL									8425,92

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

ANEXOS

ESTUDIO FINANCIERO

ANEXO 5.1: Capital de Trabajo

Servicios Necesarios

SERVICIO	DETALLE	UNIDAD	VALOR
		DE MEDIDA	MENSUAL (\$)
AGUA	Incluye tarifa, alcantarillado	Metro cúbico	20
LUZ	Incluye tarifa de alumbrado público, impuesto de bomberos	kw/hora	80
TELÉFONO	Incluye pensión básica, consumo local, Internet I.C.E, I.V.A	Minutos	45
TOTAL			145

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Contingencias Capital de Trabajo

CONCEPTO	VALOR	%	VALOR MES	VALOR AÑO
SUELDOS Y SALARIOS	702,15	5	2,93	35,11
HERRAMIENTAS Y SERVICIOS	481,50	5	2,01	24,08
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN	21,99	5	0,09	1,10
TOTAL CONTINGENCIAS			5,02	60,28

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

ANEXO 5.2: Mantenimiento y Reparación

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE	VALOR MES	VALOR AÑO
MAQUINARIA Y EQUIPOS	24787,50	1%	20,66	247,88
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	900,00	1%	0,75	9,00
EQUIPOS DE OFICINA	70,00	1%	0,06	0,70
MUEBLES Y ENSERES	630,00	1%	0,53	6,30
TOTAL			21,99	263,88

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

ANEXO 5.3: Requerimiento de Materiales e Insumos de Oficina

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Útiles de Aseo y Cafetería	420,00	5.040,00
Materiales de Oficina y Papelería	240,00	2.880,00
TOTAL	660,00	7.920,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

ANEXO 5.4: Publicidad y Propaganda

TIPO DE PUBLICIDAD	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
PUBLICIDAD ESCRITA	-	40,00	-	40,00	40,00	40,00	-	-	-	-	40,00	40,00	240,00
ANUNCIAR EN AMARILLAS INTERNET	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,66	16,66	16,66	16,66	200,00
													440,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

ANEXO 5.5: Costo de Elaborar los Productos

CARTERA				
CONCEPTO	CANT.	UNIDAD	PRECIO	VALOR
a) Mat. Prima				
Cuero de primera	9	pies	1	9
Forro	9	pies	0,06	0,54
TOTAL MATERIA PRIMA				9,54
b) Mat. Indirec.				
Hilo Nylon	5	Mts.	0,00128	0,0064
Hilo	2	Mts.	0,00016	0,00032
Cemento de Contacto	5/8	Lts.	0,1875	0,1171875
Pega	5/8	Lts.	0,1874	0,117125
Gasolina	1/4	Lts.	0,36	0,09
Moldes	3	unidades	0,2	0,6
Apliques	2	unidades	0,5	1
Abrillantador	1/4	Lts.	0,4	0,1
Tinta Bacerola	1/4	Lts.	0,4	0,1
TOTAL MAT. INDIRECTOS			2,23634	2,1310325
d) Mano de Obra				4
TOTAL				15,67

CHOMPA				
CONCEPTO	CANT.	UNIDAD	PRECIO	VALOR
a) Mat. Prima				
Cuero de primera	36	Pies	1	36
Forro	36	Pies	0,06	2,16
TOTAL MATERIA PRIMA				38,16
b) Mat. Indirec.				
Hilo Nylon	16	Mts.	0,00128	0,02048
Hilo	16	Mts.	0,00016	0,00256
Cemento de Contacto	1/4	lts.	0,1875	0,046875
Pega	1/4	lts.	0,1875	0,046875
Gasolina	1/2	lts.	0,36	0,18
Moldes	9	Unidad	0,1	0,9
Cierre Grande	1	unidad	0,75	0,75
Abrillantador	1/4	lts.	0,4	0,1
Tinta Bacerola	1/4	lts.	0,4	0,1
TOTAL MAT. INDIRECTOS		43,5	2,38644	2,14679
d) Mano de Obra				6
TOTAL				46,31

CORREA				
CONCEPTO	CANT.	UNIDAD	PRECIO	VALOR
a) Mat. Prima				
Cuero	1,5	pies	1	1,5
Hebilla	1	unidad	0,6	0,6
TOTAL MATERIA PRIMA				2,1
c) Mat. Indirec.				
Hilo	5	Mts.	0,00016	0,0008
Cemento de Contacto	5/8	lts.	0,1875	0,1171875
Pega	5/8	lts.	0,1875	0,1171875
Tinta Bacerola	5/8	lts.	0,4	0,25
TOTAL MAT. INDIRECTOS	6,875		0,77516	0,485175
d) Mano de Obra				3,06
TOTAL				5,65

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

ANEXO 5.6: TABLA DE FONDO DE AMORTIZACIÓN

CAPITAL	30.000,00	
TASA DE INTERÉS %	ANUAL	MENSUAL
	0,132	0,0110
PLAZO	3 AÑOS	
PAGOS	MENSUALES	

TABLA DE FONDO DE AMORTIZACIÓN				
PERÍODO	SALDO INSOLUTO	INTERESES	CUOTA	CAPITAL REDUCIDO
1	30.000,00	330,00	1013,71095	29.316,29
2	29.316,29	322,48	1013,71095	28.625,06
3	28.625,06	314,88	1013,71095	27.926,22
4	27.926,22	307,19	1013,71095	27.219,70
5	27.219,70	299,42	1013,71095	26.505,41
6	26.505,41	291,56	1013,71095	25.783,25
7	25.783,25	283,62	1013,71095	25.053,16
8	25.053,16	275,58	1013,71095	24.315,03
9	24.315,03	267,47	1013,71095	23.568,79
10	23.568,79	259,26	1013,71095	22.814,33
11	22.814,33	250,96	1013,71095	22.051,58
12	22.051,58	242,57	1013,71095	21.280,44
13	21.280,44	234,08	1013,71095	20.500,81
14	20.500,81	225,51	1013,71095	19.712,61
15	19.712,61	216,84	1013,71095	18.915,74
16	18.915,74	208,07	1013,71095	18.110,10
17	18.110,10	199,21	1013,71095	17.295,60
18	17.295,60	190,25	1013,71095	16.472,14
19	16.472,14	181,19	1013,71095	15.639,62
20	15.639,62	172,04	1013,71095	14.797,95
21	14.797,95	162,78	1013,71095	13.947,01
22	13.947,01	153,42	1013,71095	13.086,72
23	13.086,72	143,95	1013,71095	12.216,96
24	12.216,96	134,39	1013,71095	11.337,64
25	11.337,64	124,71	1013,71095	10.448,64
26	10.448,64	114,94	1013,71095	9.549,86
27	9.549,86	105,05	1013,71095	8.641,20
28	8.641,20	95,05	1013,71095	7.722,54
29	7.722,54	84,95	1013,71095	6.793,78
30	6.793,78	74,73	1013,71095	5.854,80
31	5.854,80	64,40	1013,71095	4.905,49
32	4.905,49	53,96	1013,71095	3.945,74
33	3.945,74	43,40	1013,71095	2.975,43
34	2.975,43	32,73	1013,71095	1.994,45
35	1.994,45	21,94	1013,71095	1.002,68
36	1.002,68	11,03	1013,71095	0,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Se debe señalar que el cálculo de la cuota fija de pago del préstamo bancario se obtuvo con la siguiente fórmula:

FÓRMULA VALOR PRESENTE DE UNA ANUALIDAD (CUOTA FIJA DE PAGO)

$$A = R \left[\frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i} \right]$$

Dónde:

A = Valor del préstamo

R = Pago periódico

i = Tasa de interés

n = Tiempo

Fórmula que reemplazando y despejando R da como resultado la cuota fija de pago.

Así:

$$30.000 = R \left[\frac{1 - (1 + 0,0110)^{-36}}{0,0110} \right]$$

$$R = 1.013,71095$$

Bibliografía

Libros

1. BACA, Urbina Gabriel, (2.000). *Evaluación de proyectos*. México DF.: Mc Graw Hill. 4ta edición.
2. CALDAS, M. Marco (2003). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Quito: Publicaciones “H”. 4ta. edición.
3. CHARLES W.L Hill/ JONES, Gareth (2000). *Administración estratégica: Un enfoque integrado*. México D.F: Mc Graw Hill. 3ra edición.
4. CHIAVENATO, Idalberto (1999). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Bogotá: Mc Graw Hill. 4ta edición.
5. HORNGREN, Charles T. (2002). *Contabilidad de Costos un Enfoque Gerencial*. México D.F: Mc Graw Hill. 10ma. edición.
6. KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. (1998). *Fundamentos De Mercadotecnia*. México D.F: Pretice Hall S.A. 4ta edición.
7. KOONTZ Harold y WEIHRICH Heinz (1994). *Administración, una perspectiva global*. México D.F: Mc Graw Hill.
8. LARA, Álvarez Juan (2000). *Administración Financiera: Una Introducción a la Toma de Decisiones en el Corto y Largo Plazo*. Quito.
9. LEVIN, Richard (1988). *Estadística para Administradores*. México D.F: Pretice Hall S.A. 2da edición.
10. MENESES, Edilberto (2004). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Quito: Editorial Qualityprint Cía. Ltda. 4ta edición.
11. POSSO, Yépez Miguel Ángel. (2004). *Metodología Para Trabajo De Grado*. Ibarra. 1ra edición.
12. RUEDA, Iván (2003). *Entorno Empresarial*. Quito. 1ra edición.
13. SAPAG, Chain Nasir y Reinaldo. (2000). *Preparación y evaluación de proyectos*. Santiago de Chile: Editorial Mc Graw Hill. 4ta edición.
14. SARMIENTO, Rubén (1996). *Contabilidad General*. Cuenca. 1ra. edición.
15. ALVARADO, J (1990). *El Gerente en las Organizaciones del Futuro*. Caracas. Editorial: UPEL

Tesis

16. PAREDES ARMIJOS, Marcia Lucía, *Proyecto de Producción, distribución y comercialización de Artículos de Cuero en la Provincia de Tungurahua, parroquia de Quisapincha*, Tesis U.C.E Facultad de Ciencias Económicas, Quito 2007
17. MOROCHO PIÑA, Jéssica Elizabeth, *Estudio de factibilidad técnica, económica y financiera para la producción de aceite y/o biodiesel en el Ecuador*, Tesis U.C.E Facultad de Ciencias Económicas, Quito
18. HIDALGO, Luisa, *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de chocolates*, Tesis U.P.S Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Quito
19. LOACHAMÍN, Mercedes, *Estudio de factibilidad para incrementar la producción de la empresa Konfortec S.A*, Tesis U.P.S Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Quito

Internet

20. www.bce.fin.ec
21. www.inec.gov.ec .
22. www.capeipi.com.
23. www.gestipolis.com
24. www.todo1.com . / www.bancopichincha.com
25. www.cueronet.com/flujoograma.htm
26. capraproyecto.iespana.es/capraproyecto/cueros/historia.htm