

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Trabajo de titulación previa a la obtención del título de:  
INGENIERA COMERCIAL**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
ASOCIATIVA DE LAS PERSONAS DE LA TERCERA EDAD DEDICADA A  
LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS  
DECORATIVAS EN LA PARROQUIA KENNEDY DE LA CIUDAD DE  
QUITO”**

**AUTORA:**

**RITA STEPHANI SÁNCHEZ ARMAS**

**DIRECTOR:**

**LUIS ALCÍVAR ORTIZ CÁRDENAS**

**Quito, mayo del 2015**

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO  
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaro que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora.

**Quito, mayo del 2015**

**RITA STEPHANI SÁNCHEZ ARMAS**  
**C.I. 1717554628**

## **DEDICATORIA**

A Dios, por las bendiciones recibidas para culminar este logro tan importante en mi vida, por su amor incondicional y porque soy la niña de sus ojos.

A Beatriz Armas, mi Mamita, con todo cariño por su amor incondicional, por su confianza y paciencia, por todo tu apoyo gracias por ser mi guía, mi luz y mi esperanza, porque siempre confiaste en que lo lograría.

A mi Papito hermoso, Wilson Sánchez, que desde el cielo me bendice y me guía, ha sido mi ángel en todo momento.

A mi esposo, mis hermosas hijas, Brithy y Shaielita por su amor incondicional, por su comprensión y apoyo, por comprender y por ser generosas con su tiempo, me han apoyado incondicionalmente, son mi más grande motivación y la razón de mí existir.

Agradezco a mi toda familia, especialmente a mis tías por su apoyo incondicional, que de una y otra manera han compartido conmigo momentos maravillosos de felicidad y momentos de sacrificio.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco al Econ. Luis Alcívar Ortiz Cárdenas, mi tutor, por la paciencia y por haberme guiado en el transcurso de la realización del presente trabajo de tesis.

Agradezco a mis profesores que a lo largo de mi carrera estudiantil, que me han sabido transmitir sus conocimientos y enseñanzas.

## RESUMEN

En Ecuador, la producción de artesanías decorativas pueden ser apreciadas en todas las regiones del país, ya que se cuenta con materia prima única que identifica a cada región, las mismas que han mantenido un comportamiento aceptable en el mercado y más aún cuando dichas artesanías son elaboradas por el adulto mayor.

Por tal motivo, en el presente estudio de factibilidad, se presenta una propuesta para la creación de una Empresa asociativa de las personas de la tercera edad, dedicada a la fabricación y comercialización de artesanías decorativas, en la parroquia Kennedy de la ciudad de Quito, proyecto que pretende estimular a las personas de la tercera edad, que se sientan activos y productivos.

Razón por la cual, los adultos mayores son todavía productivos y pueden generar aportes económicos y pueden mejorar sus ingresos fruto de su jubilación con estos emprendimientos

En el estudio técnico se determina que la empresa asociativa funcionará la parroquia Kennedy, se detalla la distribución del espacio físico y los materiales necesarios para la fabricación de las artesanías decorativas

El estudio financiero establece el precio de \$20.29 por artesanía decorativa, con la proyección de gastos se demuestra que el proyecto es viable, obteniendo un VAN positivo de \$ 17.829,41 y una TIR de 37%.

## **ABSTRACT**

Decorative crafts can be seen throughout all of Ecuador, since each region uses special materials that identify it. These crafts have had favorable results in the market and an even better result when these crafts were produced by senior citizens.

For this reason we have found it convenient to propose the establishment of an associative company of senior citizens, dedicated to the fabrication and marketing of decorative crafts in the Kennedy parish in the city of Quito, which is intended to stimulate seniors so that they are active and productive.

This gives senior citizens a chance of being productive, as well as a way to receive funds that will augment their retirement funds.

The technical study determine that the enterprise can to begin to work in the Kennedy's parish, you can know the distribution of physical space and you can know that the materials need for the manufacture of decorative crafts.

The financial study can to establish the price of \$ 20.29 for decorative craft, with the costs projection shows that the project is viable, obtaining a positive NPV of \$ 17,829.41 and an IRR of 37 %.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO 1 .....	2
GENERALIDADES .....	2
1.1 Antecedentes .....	2
1.3 Importancia y justificación.....	5
1.5 Marco teórico .....	8
1.6 Marco referencial .....	10
1.7 Antecedentes en el Ecuador .....	11
1.7.1 Producción de artesanías en el Ecuador .....	12
1.7.2 Características de las artesanías decorativas .....	13
1.8 Metodología .....	13
1.8.1 Métodos de investigación .....	13
1.8.1.1 Investigación exploratoria.....	14
1.8.1.2 Investigación descriptiva .....	14
1.8.1.3 Método de observación.....	15
1.8.1.4 Método deductivo.....	15
1.8.1.5 Método inductivo.....	15
1.8.1.6 Método histórico – comparado .....	15
1.8.2 Fuentes de investigación .....	15
1.8.2.1 Primaria.....	15
1.8.2.2 Secundaria.....	16
1.8.3 Técnicas de investigación.....	16
1.8.3.1 Observación .....	17

1.8.3.2	Encuestas .....	17
1.8.3.3	Entrevistas.....	17
1.9	Población y muestra .....	18
1.9.1	Población .....	18
1.9.2	Muestra.....	18
1.9.2.1	Fórmula para calcular la muestra.....	19
CAPÍTULO 2 .....		20
ESTUDIO DE MERCADO .....		20
2.1	Definición.....	20
2.2	Objetivos .....	21
2.2.1	General .....	21
2.2.2	Específicos.....	21
2.3	Identificación del bien o servicio .....	21
2.3.1	Artesanías decorativas .....	21
2.3.2	Definición y diferenciación del producto .....	22
2.3.3	Marca.....	24
2.3.4	Slogan.....	24
2.3.5	Logotipo .....	25
2.3.6	Etiqueta.....	25
2.3.7	Segmentación del mercado.....	26
2.3.8	Segmentación geográfica. ....	27
2.3.9	Segmentación demográfica .....	28
2.3.10	Segmentación conductual.....	28
2.4	Determinación del mercado objetivo .....	29
2.5	Encuesta .....	29

2.6	Demanda .....	41
2.6.1	Demanda histórica .....	42
2.6.2	Demanda actual .....	42
2.6.3	Demanda proyectada .....	43
2.7	Estudio de la oferta.....	43
2.7.1	Oferta.....	43
2.7.1.1	Principales tipos de oferta.....	44
2.7.1.2	Participación en el mercado de los competidores.....	46
2.7.2	Productos sustitutos.....	47
2.7.3	Determinación de la oferta.....	49
2.8	Demanda insatisfecha.....	49
2.9	Estrategias de mercadeo .....	50
2.9.1	Marketing mix .....	50
2.9.2	Importancia del mix de marketing.....	51
2.9.2.1	Producto .....	52
2.9.2.2	Precio .....	52
2.9.2.3	Plaza.....	53
2.9.2.4	Promoción.....	54
2.9.2.5	Publicidad.....	54
2.9.3	Estrategias de posicionamiento .....	55
CAPÍTULO 3 .....		58
ESTUDIO TÉCNICO .....		58
3.1	Definición.....	58
3.2	Objetivos .....	58
3.2.1	Objetivo general .....	58

3.2.2	Objetivos específicos.....	58
3.3	Tamaño del proyecto.....	59
3.3.1	Capacidad instalada.....	60
3.3.2	Capacidad utilizada.....	60
3.3.3	Tamaño del mercado.....	60
3.3.4	Disponibilidad de recursos financieros.....	61
3.3.5	Disponibilidad de mano de obra.....	61
3.3.6	Disponibilidad de materia prima.....	62
3.3.6.1	Materia prima directa.....	62
3.3.6.2	Materia prima indirecta.....	62
3.4	Localización del proyecto.....	62
3.4.1	Macro localización.....	63
3.4.2	Micro localización.....	64
3.4.2.1	Criterios de selección de alternativas.....	64
3.5	Ingeniería del proyecto.....	67
3.5.1	Cadena de valor.....	67
3.5.2	Distribución de la planta.....	68
3.5.3	Programa de producción.....	70
3.5.4	Diagrama de flujo del proceso de producción.....	70
3.5.5	Definición del proceso de producción.....	71
3.5.6	Maquinaria y equipos.....	74
3.5.7	Especificaciones técnicas de la maquinaria y equipos.....	76
3.5.8	Muebles y enseres.....	77
3.5.9	Equipo de computación.....	77
3.5.10	Suministros de oficina.....	77

3.5.11	Suministros de aseo .....	78
CAPÍTULO 4 .....		79
ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL .....		79
4.1	Concepto .....	79
4.2	Objetivos .....	79
4.2.1	Objetivo general .....	79
4.2.2	Objetivos específicos .....	79
4.3	Constitución de la empresa .....	80
4.3.1	Nombre o razón social de la empresa.....	80
4.3.2	Tipo de sociedad.....	80
4.3.2.1	Asociaciones .....	80
4.3.3	Estructura jurídico económico solidario.....	81
4.3.3.1	Requisitos para la constitución de una microempresa asociativa .....	82
4.3.3.2	Requisitos de la directiva de la microempresa asociativa.....	83
4.3.3.3	Registro en inclusión y exclusión de socios .....	84
4.3.4	Patente municipal .....	85
4.3.4.1	Tipos de patentes .....	85
4.3.4.2	Requisitos para la obtención de la patente.....	86
4.3.5	Registro único de contribuyentes Ruc.....	86
4.3.5.1	Requisitos para la obtención del Ruc.....	87
4.3.6	Licencia artesanal .....	87
4.3.7	Requisitos para la calificación y recalificación del taller artesanal.....	87
4.3.7.1	Beneficios .....	88
4.3.7.2	Beneficios sociales.....	88
4.3.7.3	Beneficios tributarios .....	88

4.3.8	Código orgánico de la producción, comercio e inversiones.....	88
4.3.9	Licencia única actividades económicas.....	89
4.3.9.1	Permisos administrativos .....	89
4.3.10	Licencia metropolitana de funcionamiento .....	90
4.3.10.1	Requisitos para la obtención de la licencia metropolitana de funcionamiento.....	90
4.3.10.2	Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior .....	90
4.4	La empresa y su organización .....	91
4.4.1	Misión.....	91
4.4.2	Visión .....	91
4.4.3	Valores.....	91
4.4.4	Principios.....	92
4.4.5	Objetivos estratégicos.....	92
4.4.6	Mapa estratégico.....	93
4.5	Estructura orgánica de la empresa.....	93
4.5.1	Organigrama estructural .....	93
4.5.2	Organigrama funcional.....	94
4.5.3	Manual de funciones .....	94
4.6	Análisis F.O.D.A. de la empresa.....	97
4.6.1	Fortalezas.....	97
4.6.2	Oportunidades .....	98
4.6.3	Debilidades .....	98
4.6.4	Amenazas .....	98
CAPÍTULO 5.....		100
ESTUDIO FINANCIERO .....		100

5.1	Objetivos .....	100
5.1.1	Objetivo general .....	100
5.1.2	Objetivos específicos .....	100
5.2	Presupuesto de inversión.....	101
5.2.1	Inversión activos fijos .....	101
5.2.1.1	Depreciación activos fijos.....	103
5.2.2	Gastos de constitución.....	106
5.2.3	Capital de trabajo.....	106
5.2.3.1	Resumen del capital de trabajo .....	108
5.2.3.2	Inversión inicial del proyecto .....	108
5.3	Financiamiento.....	108
5.4	Costos operacionales y no operacionales.....	109
5.4.1	Compra de materia prima .....	109
5.5	Presupuesto anual para la compra de materia prima.....	110
5.5.1	Materiales indirectos .....	110
5.5.2	Presupuesto anual para la compra de materiales indirectos .....	111
5.5.3	Suministros de oficina .....	111
5.5.4	Suministros de aseo .....	112
5.5.5	Servicios básicos .....	112
5.5.6	Reparación y mantenimiento maquinaria.....	113
	Se prevé los valores por reparación y mantenimiento de maquinaria.....	113
5.5.7	Sueldos y salarios del personal de la empresa.....	113
5.5.7.1	Salarios mano de obra directa.....	113
5.5.7.2	Sueldos administrativos .....	114
5.6	Estructura de costos operacionales y no operacionales.....	114

5.7	Costo unitario del producto .....	116
5.8	Presupuesto de ingresos anuales .....	116
5.9	Punto de equilibrio .....	116
5.10	Determinación del punto de equilibrio.....	117
5.10.1	Punto de equilibrio en unidades .....	118
5.10.2	Punto de equilibrio en dinero .....	118
5.11	Estados financieros.....	120
5.11.1	Estado de resultados .....	120
5.11.2	Estado de flujo de efectivo .....	121
5.11.3	Flujo de caja proyectado sin financiamiento .....	122
5.11.4	Balance general proyectado.....	122
CAPÍTULO 6.....		124
EVALUACIÓN FINANCIERA .....		124
6.1	Objetivos .....	124
6.1.1	Objetivo general .....	124
6.1.2	Objetivos específicos.....	124
6.2	Tasa de descuento .....	124
6.3	Valor actual neto .....	125
6.4	Tasa interna de retorno.....	126
6.5	Relación costo - beneficio.....	128
6.6	Periodo de recuperación de la inversión (pay back) .....	129
6.7	Evaluación ambiental .....	130
6.7.1	Aplicación de alternativas para disminuir el impacto ambiental.....	130
6.8	Aplicación de la guía de buenas prácticas ambientales .....	131
CONCLUSIONES .....		132

RECOMENDACIONES .....	134
LISTA DE REFERENCIAS .....	135

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Datos generales .....	31
Tabla 2. Rango de edad.....	32
Tabla 3. Le gusta coleccionar artesanías.....	33
Tabla 4. Le gusta coleccionar artesanías.....	34
Tabla 5. Le gusta comprar artesanías decorativas personalizadas .....	35
Tabla 6. Usted apoyaría la fabricación de artesanías decorativas por personas de la tercera edad .....	36
Tabla 7. Le gustaría comprar artesanías decorativas realizadas en qué material.....	37
Tabla 8. Qué artesanías decorativas preferiría .....	38
Tabla 9. Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por las artesanías decorativas.....	39
Tabla 10. Cómo le gustaría recibir información de artesanías decorativas.....	40
Tabla 11. Demanda actual.....	42
Tabla 12. Resultados de la encuesta.....	42
Tabla 13. Demanda proyectada.....	43
Tabla 14. Total de ventas anuales en la ciudad de Quito de artesanías decorativas ..	47
Tabla 15. Determinación de la oferta.....	49
Tabla 16. Demanda insatisfecha .....	50
Tabla 17. Precio .....	503
Tabla 18. Tamaño del proyecto .....	59
Tabla 19. Capacidad instalada .....	60
Tabla 20. Financiamiento .....	61
Tabla 21. Detalle de personal .....	62
Tabla 22. Evaluación de la micro localización .....	66

Tabla 23. Distribución de la planta .....	69
Tabla 24. Detalle de maquinaria y equipos .....	74
Tabla 25. Detalle de muebles y enseres .....	77
Tabla 26. Detalle de equipo de computación .....	77
Tabla 27. Detalle suministros de oficina.....	78
Tabla 28. Detalle suministros de aseo.....	78
Tabla 29. Inversión activos fijos .....	102
Tabla 30. Detalle porcentajes de depreciación.....	103
Tabla 31. Depreciación maquinaria y equipo .....	104
Tabla 32. Depreciación equipo de producción.....	104
Tabla 33. Depreciación equipo de oficina.....	104
Tabla 34. Depreciación equipo de computación .....	105
Tabla 35. Depreciación muebles y enseres .....	105
Tabla 36. Gastos de constitución .....	106
Tabla 37. Capital de trabajo .....	107
Tabla 38. Resumen del capital de trabajo .....	108
Tabla 39. Inversión inicial del proyecto.....	108
Tabla 40. Financiamiento.....	109
Tabla 41. Compra materia prima directa.....	109
Tabla 42. Presupuesto anual compra de materia prima directa.....	110
Tabla 43. Compra materiales indirectos.....	110
Tabla 44. Presupuesto anual compra materiales indirectos .....	111
Tabla 45. Detalle suministros de oficina.....	111
Tabla 46. Detalle suministros de aseo.....	112
Tabla 47. Servicios básicos luz y agua.....	112

Tabla 48. Servicios teléfono e internet.....	112
Tabla 49. Reparación y mantenimiento maquinaria .....	113
Tabla 50. Salarios mano de obra directa .....	113
Tabla 51. Sueldos administrativos .....	114
Tabla 52. Proyección mano de obra.....	114
Tabla 53. Estructura de costos proyectados .....	115
Tabla 54. Costo unitario del producto.....	116
Tabla 55. Presupuesto de ingresos anuales .....	116
Tabla 56. Costos variables .....	117
Tabla 57. Costos fijos.....	117
Tabla 58. Datos para establecer el punto de equilibrio .....	119
Tabla 59. Estado de resultados.....	121
Tabla 60. Flujo de caja proyectado sin financiamiento.....	122
Tabla 61. Balance general proyectado .....	123
Tabla 62. Tasa mínima aceptable de rendimiento sin financiamiento .....	125
Tabla 63. Valor actual neto sin financiamiento .....	126
Tabla 64. Tasa interna de retorno sin financiamiento.....	127
Tabla 65. Relación beneficio costo con financiamiento .....	128
Tabla 66. Periodo de recuperación de la inversión (pay back) .....	129

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Matriz de análisis del problema .....	5
Figura 2. Canastilla .....	22
Figura 3. Panera .....	23
Figura 4. Adorno de muñequitas .....	23
Figura 5. Logotipo de empresa Creer & Crear.....	25
Figura 6. Etiqueta del producto en la presentación .....	26
Figura 7. Segmentación geográfica.....	28
Figura 8. Datos generales .....	32
Figura 9. Rango de edad.....	32
Figura 10. Le gusta coleccionar artesanías .....	34
Figura 11. Le gusta coleccionar artesanías .....	35
Figura 12. Le gusta comprar artesanías decorativas personalizadas.....	36
Figura 13. Usted apoyaría la fabricación de artesanías decorativas por personas de la tercera edad .....	37
Figura 14. Le gustaría comprar artesanías decorativas realizadas en qué material ..	38
Figura 15. Qué artesanías decorativas preferiría.....	39
Figura 16. Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por las artesanías decorativas .....	39
Figura 17. Cómo le gustaría recibir información de artesanías decorativas .....	41
Figura 18. Canastilla Supermaxi .....	45
Figura 19. Canasta de bazares .....	46
Figura 20. Canasta plástica .....	48
Figura 21. Canasta de mimbre de bazares.....	48

Figura 22. Plaza.....	53
Figura 23. Flyres de la empresa asociativa Creer & Crear .....	56
Figura 24. Tarjetas de presentación de la empresa asociativa Creer & Crear.....	57
Figura 25. Mapa de macro localización .....	63
Figura 26. Cadena de valor .....	67
Figura 27. Distribución de la planta de producción .....	69
Figura 28. Especificación del flujograma del proceso de producción .....	73
Figura 29. Máquina de coser .....	75
Figura 30. Máquina de overlock .....	75
Figura 31. Tijeras .....	76
Figura 32. Mesa de acero .....	76
Figura 33. Punto de equilibrio.....	119

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de grado pretende introducir una nueva visión para trabajar con el adulto mayor, puesto que este segmento de la población dejó de pertenecer a la sociedad económicamente activa, con el fin de buscar un nuevo enfoque de desarrollo personal y dinámico, para mejorar y enriquecer su autoestima y con ello mejorar la calidad de vida del adulto mayor.

Se pretende fortalecer el proyecto del Buen Vivir, impulsado por las normativas del Senplades, es decir contribuyendo con la sociedad en el aspecto socio-económico, estimulando las relaciones interpersonales de las personas de la tercera edad.

En el primer capítulo se presenta el planteamiento del problema, formulación, delimitación, así como las causas y efectos que motivaron a la presentación de esta propuesta, sus objetivos y justificación.

A continuación se enfocará al estudio del mercado, su segmentación, se determinará el mercado objetivo, demanda y oferta, marketing mix y estrategias de posicionamiento.

Luego se establecerá el tamaño del proyecto, del mercado, la disponibilidad de recursos y se enfocará al estudio administrativo y legal como la constitución de la empresa y sus permisos.

Finalmente se enfocará en el estudio financiero y en la evaluación financiera respectivamente, lo que definirá si el proyecto es viable y rentable.

# CAPÍTULO 1

## GENERALIDADES

### 1.1 Antecedentes

El Ecuador es un país dotado de grandes riquezas, ha tomado varias alternativas generando un cambio en la matriz productiva, con lo que se busca beneficiar a los sectores artesanales y de microempresas, cuyo objetivo es lograr sustituir los productos que ingresan al país como importaciones, el factor importante es el crecimiento de las empresas artesanales, fortaleciendo así la economía interna del país. Los adultos mayores son uno de los sectores de la sociedad más vulnerables, esto se agrava a la luz de las crisis; el tema del adulto mayor ha permanecido en nuestra sociedad por mucho tiempo en el olvido, por lo que es primordial conocer la situación actual de estas personas.

El eje fundamental para el desarrollo de este tema de investigación, se basa en la fabricación y comercialización de artesanías decorativas por las personas de la Tercera Edad que se encuentran en la parroquia la Kennedy, ciudadela la Rumiñahui de la ciudad de Quito, que después de haber aportado para el crecimiento económico de nuestro país por más de 40 años y que aún se encuentran en etapa productiva pueden mejorar sus ingresos fruto de su jubilación con estos emprendimientos.

Como la mayoría de los productos no tradicionales, son innovadores, las artesanías decorativas realizadas por personas de la tercera edad puede ser muy acogidas por los moradores de la ciudadela en donde se fabrica, puesto que el brindar el apoyo al adulto mayor, los hace sentirse activos y productivos.

## **1.2 El problema de investigación**

Actualmente los hábitos de las personas de la tercera edad están en un constante cambio, optando por un tipo de sedentarismo, debido fundamentalmente al ritmo de vida que las personas de la tercera edad comienzan a llevar; y al dejar de pertenecer a la sociedad económicamente activa, sufren un impacto al enfrentar a la sociedad.

El estrés y el sedentarismo son unas de las causas que generan enfermedades en las personas de la Tercera Edad, lo que a su vez podría provocar un problema emocional que los conduce a la muerte.

El estrés es una de las enfermedades más diagnosticadas en los últimos tiempos y sin duda la que puede causar mayor cantidad de problemas.

El problema principal del adulto mayor radica en el desinterés y despreocupación absoluta por parte de la sociedad en ellos, originando un ambiente desmotivación y de baja autoestima, causando el surgimiento de problemas psicológicos, físicos y emocionales, así como también el incremento de enfermedades en los adultos mayores.

El adulto mayor en nuestra sociedad está expuesto al maltrato, a la violencia, a la disgregación familiar y a la discriminación. Actualmente la sociedad no considera prioritario la participación del adulto mayor dentro del ambiente social, económico y profesional.

Se deben tomar las medidas preventivas y correctivas para dar solución a esta problemática, para ello es importante la creación una empresa asociativa de artesanías Decorativas porque permitirá mejorar la calidad de vida de adultos mayores en la parroquia Kennedy de la ciudad de Quito, reincorporándoles a la sociedad a fin de hacerles sentir importantes y estimulándoles a contribuir con sus conocimientos, y experiencias para el desarrollo social y económico.

**Entre las principales causas tenemos:**

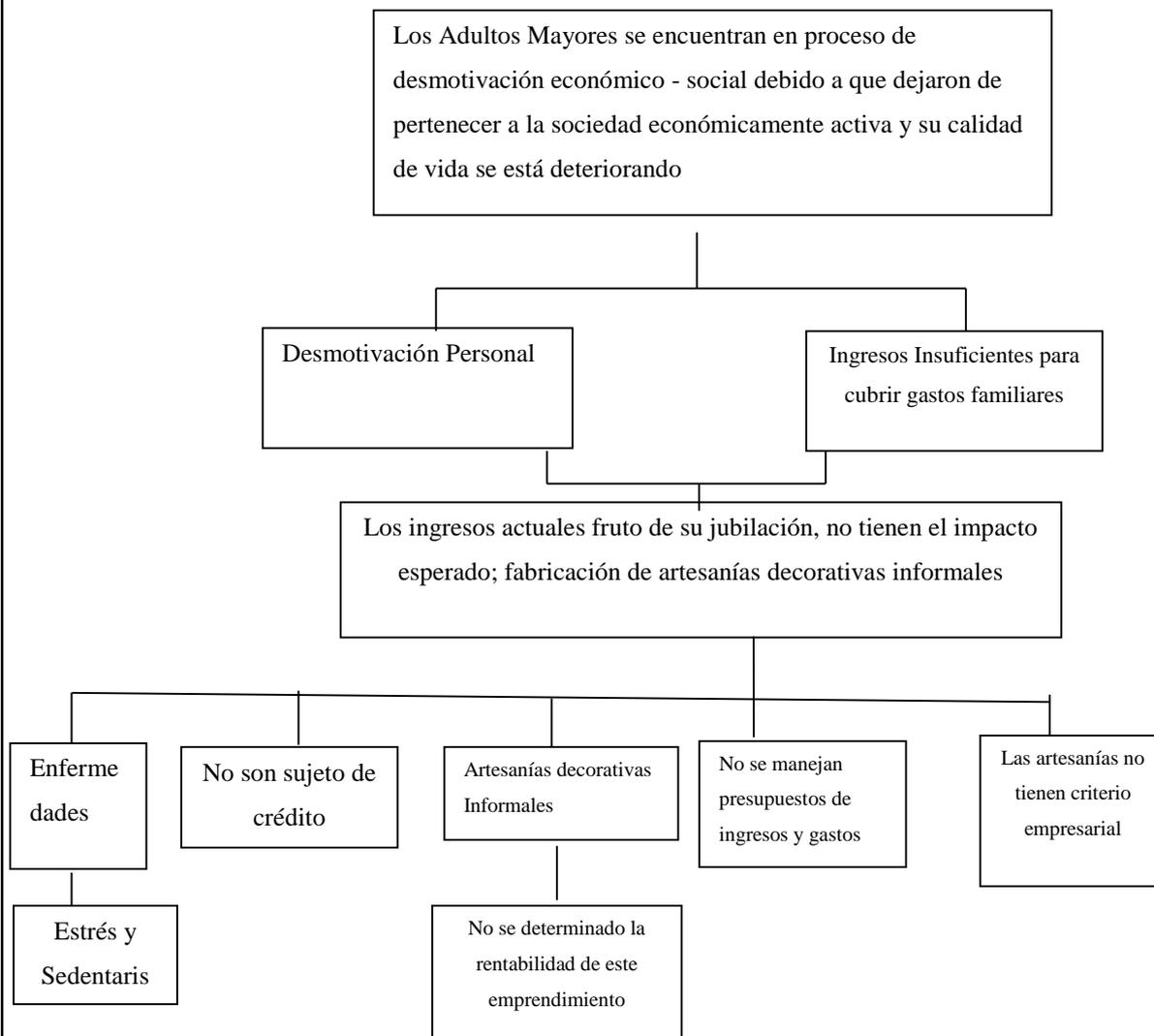
- La sociedad ha marginado al adulto mayor considerándolos que no son un eje potencial económicamente productivo.
- En sedentarismo ha causado la disminución en el comportamiento intelectual y físico en los adultos mayores.

**Efectos o consecuencias:**

- Problemas psicológicos, físicos y emocionales e incremento de enfermedades en los adultos mayores.
- Deficiente calidad de vida del adulto mayor
- Maltrato, violencia, disgregación familiar y discriminación del adulto mayor.

## Matriz del análisis del problema

### Árbol de problemas



**Figura 1.** Matriz de análisis del problema  
**Elaborado por:** Sánchez S, 2015

### 1.3 Importancia y justificación

La importancia del Plan Nacional para el Buen vivir, es que forma parte de un modelo de vida, como el principio y orientación del nuevo pacto social.

El buen vivir se ha generado como una propuesta de cambio de vida, que permite la aplicación de un nuevo modelo económico cuyo fin no se concentre en los procesos de acumulación material, mecanicista e interminable de bienes, sino que promueva un modelo económico incluyente; es decir, que incorpore a los procesos de acumulación y re-distribución.

Este tema de investigación nos permite tener una propuesta incluyente de las personas que por mucho tiempo han sido marginadas en el aspecto económico y social de este país.

El impacto a corto plazo de este proyecto será ser un aporte, de nuevas generaciones, para el mejoramiento de la calidad de vida y bienestar de los adultos mayores, quienes podrán disfrutar de sus habilidades, sintiéndose útiles para la sociedad, generando ingresos para sus familias.

A mediano plazo se pretende que ellos sean productivos y a largo plazo que su calidad de vida mejore sustancialmente, por lo tanto de este problema surge la propuesta que se plantea en este trabajo de titulación.

Esta propuesta es innovadora debido a que no se tiene información que avale que anteriormente se haya realizado este tipo de apoyo para la realización de artesanías decorativas por los Adultos Mayores; la propuesta, por tanto, pretende fortalecer las habilidades de las personas de la Tercera Edad, para que se mantengan productivos y fortalezcan su fuente de trabajo lo cual contribuirán al desarrollo social, económico de la ciudad y el país.

La propuesta incluye un evidente beneficio para los Adultos Mayores, siendo productivos, debido a que se espera mantengan e incrementen su cartera de clientes al ofrecer artesanías decorativas de buena calidad a bajos precios.

Las personas exitosas son aquellas que de acuerdo a su adaptación y a la capacidad para asumir los cambios, los enfrentan de una manera positiva y proactiva.

Las personas que aprenden, son aquellas que están dispuestas a asumir nuevos roles y responsabilidades y que técnicamente están en un continuo avance. El Recurso Humano en una organización viene a convertirse en el elemento más importante de la misma, por lo que requiere un tratamiento no como una máquina o un elemento más de la misma, sino como un ser humano con necesidades, intereses, vivencias, las cuales deben ser tomadas en cuenta para producir motivaciones necesarias para el logro de los objetivos.

Los adultos mayores pueden ser tan eficientes o ineficientes, productivos o improductivos dependiendo de su salud y su estado de ánimo.

En este aspecto la preparación motivacional, psicológica y física de las personas de la Tercera Edad, presenta la visión sobre las diferentes necesidades y motivaciones que necesitan para llegar a un óptimo desarrollo emocional y profesional.

Los adultos mayores de la parroquia Kennedy de la Ciudad de Quito, enfocados en su visión, debe preocuparse por brindar un servicio de excelencia día tras día; por tal motivo, la presente investigación propone el siguiente estudio de factibilidad para la creación de una Empresa asociativa de personas de la tercera edad dedicada a la fabricación y comercialización de artesanías decorativas, en la parroquia la Kennedy, barrio La Rumiñahui de la ciudad de Quito.

Considerando que el ser humano es el recurso más valioso de una Institución, más aún si es de la tercera edad. Dicho estudio se orientará a indagar en los comportamientos individuales, para en lo posterior diseñar una propuesta que tenga como fin, lograr mayor satisfacción en el desarrollo de la fabricación y comercialización de las artesanías decorativas.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo general**

- Desarrollar un estudio de factibilidad basado en el estudio de mercado que permitirá conocer la demanda objetiva, insatisfecha, necesidad de recursos financieros y los respectivos indicadores que permitirán verificar si este proyecto es factible y rentable

### **1.4.2 Objetivos específicos:**

- Identificar el grado de adaptación de las personas adultos mayores en el campo laboral y social
- Determinar los factores limitantes para que las personas adultos mayores puedan desarrollarse y crecer emocional y profesionalmente.
- Realizar un estudio de mercado para la implementación de un negocio de artesanías decorativas desarrolladas por personas tercera edad.

## **1.5 Marco teórico**

Los prejuicios todavía impregnan nuestra sociedad y tienden a marginar al adulto mayor, a subestimarlos en sus distintas capacidades como aprender, crear, enseñar, mantener su sexualidad, transmitir experiencias válidas de su pasado, estar inserto en la sociedad en actividades varias.

Los adultos mayores tiene que hacer frente a sus propios cambios tantos corporales, psicológicos, e incluso sociales, y a los acelerados cambios que ocurren en su alrededor, debiendo aceptar su menor vitalidad y su mayor necesidad de cuidados en su salud.

Las pérdidas de familiares y/o amigos, la independización de los hijos, a veces mudanzas, pérdida de la pareja (viudez), lo someten a trabajos de duelo permanentes, lo que conlleva que muchas veces la soledad lo lleva a buscar nuevos vínculos, horizontes de actividades que si bien muy saludables les impone nuevas adaptaciones.

Su salud empieza a preocuparlo, visitas a los médicos, estudios, medicación, en algunas ocasiones excesivas, cambios de hábitos en la actividad y en las comidas.

A cualquier edad, el estrés forma parte de sus vidas, tanto los jóvenes como los adultos tienen que enfrentar situaciones difíciles y sobrellevar obstáculos. Mientras que los adultos jóvenes luchan para establecer una carrera, lograr la seguridad financiera, o manejar las exigencias del trabajo con las de la familia, los Adultos Mayores pueden enfrentarse con la salud deteriorada o las finanzas frágiles, desafortunadamente, las defensas naturales en contra del estrés disminuyen con el tiempo. Sin embargo, no hay que rendirse ante el estrés sólo porque uno ya no es joven. (Estrés en la etapa de nuestra vida, 2014)

Muchas personas de la tercera edad logran vivir felices incluso bien entradas en la vejez. Los “viejos dichosos” tienen algo en común: mantienen sus vínculos con los amigos y la familia, hacen ejercicio y se mantienen activos, sobre todo, encuentran maneras de reducir y controlar el estrés en sus vidas.

El estrés tiene dos caras principales, la **física** y la **emocional**, ambas pueden ser especialmente difíciles para los Adultos Mayores de edad. Los impactos del estrés físico son muy claros. Cuando las personas alcanzan una edad mayor, las heridas tardan más tiempo en sanarse, y los resfriados duran más tiempo. Un corazón de 75 años puede ser lento en responder a los requerimientos del ejercicio; cuando una persona de 80 años entra en un cuarto frío, su cuerpo se demorará más tiempo en calentarse.

El estrés emocional es más sutil, sin embargo, si es crónico, las consecuencias a largo plazo pueden ser dañinas, a cualquier edad, los cerebros bajo estrés suenan la alarma y sueltan las hormonas potencialmente dañinas como cortisol y adrenalina. Idealmente, el cerebro baja la alarma cuando las hormonas del estrés alcanzan un nivel muy alto.

Las hormonas del estrés proporcionan la energía y el enfoque a corto plazo, sin embargo demasiado estrés durante demasiados años puede tergiversar el sistema de una persona. La sobredosis de hormonas de estrés se ha vinculado con muchos problemas de salud, incluyendo las enfermedades cardíacas, la presión alta y una función inmunológica debilitada. Para los adultos mayores de edad que ya corren alto riesgo de contraer estas enfermedades, es muy importante saber cómo controlar el estrés.

Mantener vínculos fuertes con los amigos y la familia es una forma excelente de controlar el estrés. Recientemente la revista de la Asociación Psicológica Americana reveló que el apoyo social puede ayudar a prevenir el estrés y las enfermedades relacionadas con el estrés. Los beneficios de los amigos y la familia pueden resultar de mucho beneficio para los adultos mayores. Un artículo editado en el American Journal of Health Promotion en 2000 destaca que el apoyo social puede disminuir el flujo de las hormonas de estrés en los mayores de edad y, no por coincidencia, aumentar la longevidad. (American Journal of Health Promotion, 2000).

Otras investigaciones han descubierto que la comunicación social puede ayudar a las personas mayores a mantener la agudeza mental y reducir el riesgo de la enfermedad de Alzheimer.

## **1.6 Marco referencial**

Bajo el esquema establecido del Plan Nacional para el Buen vivir, forma parte de un modelo de vida, como al principio y orientación del nuevo pacto social. El buen vivir es una propuesta de cambio de vida, que permite la aplicación de un nuevo modelo económico cuyo fin no se concentre en los procesos de acumulación material, mecanicista e interminable de bienes, sino que promueva un modelo económico incluyente; es decir, que incorpore a los procesos de acumulación y re-distribución.

El buen vivir, se construye también desde las reivindicaciones por la igualdad, y la justicia social (productiva y distributiva), y desde el reconocimiento y la valoración de los pueblos y de sus culturas, saberes y modos de vida.

Según la Constitución ecuatoriana indica que el goce de los derechos como condición del Buen vivir y en el ejercicio de las responsabilidades en el marco de la interculturalidad y de la convivencia armónica con la naturaleza (Constitución de la República del Ecuador, 2015, pág. Art 275)

La Constitución ecuatoriana manifiesta una relación entre Estado, mercado, sociedad y naturaleza. Lo que significa que el mercado deja de ser el motor que impulsa el desarrollo y comparte una serie de interacciones con el Estado, la sociedad y la naturaleza. Por lo que se pretende promover el Buen vivir, es decir la recuperación de la dignidad del trabajo. (Senplades, 2015)

### **1.7 Antecedentes en el Ecuador**

En el país se tienen experiencias positivas en la ejecución de proyectos asociativos de producción y de desarrollo local en beneficio de ciertas comunidades rurales y sectores suburbanos. La tendencia a nivel mundial es aún más grande de la que se vive en Ecuador.

El primero es un proyecto de servicio a la comunidad con asistencia técnica para las personas que las requieran hay algunos proyecto en España, México, Argentina, Chile se puede apreciar que tratan de fomentar este tipo de proyecto que se acercan más con la comunidad.

En 2008, la Revolución ciudadana que es la Constitución de la República, el Estado ecuatoriano pasó de ser un Estado de derecho a un Estado Garante de Derechos.

Esta situación se presenta por primera vez en su historia, la atención y el servicio a niños, niñas, adolescentes, jóvenes y adultos mayores, entre otros grupos, como

política de protección para aquellas personas que hubiesen sufrido vulneración a sus derechos.

El Estado ecuatoriano tiene como prioridad, la erradicación de una vez por todas de las desigualdades, de la exclusión, la discriminación o violencia de cualquier tipo, así como las nuevas formas de esclavitud; materializadas en la trata y tráfico de personas, la violencia intrafamiliar, la explotación sexual, el trabajo infantil, la mendicidad y otros flagelos que atentan contra la dignidad humana.

El Plan Nacional para el buen vivir, forma parte de un instrumento de política pública, misma que forma parte la participación ciudadana, lo que permitirá a la población una vida con dignidad. Dando origen al desarrollo como base fundamental, no sólo para la construcción de ciudadanía y cohesión social, sino para el buen vivir individual y colectivo.

El desarrollo y la vida del ser humano se desenvuelven a través de sucesivas etapas que tienen características muy especiales. Cada una de ellas se funde gradualmente en la etapa siguiente:

- ✓ Inicia la niñez: infancia de cero a 6 años, la niñez en una edad entre 6 a 11 años y la adolescencia de 12 a 17 años
- ✓ La juventud, comprende la edad entre los 18 hasta los 29 años
- ✓ La adultez mayor, a partir de los 65 años

Cada persona cumple derechos y obligaciones dentro de la familia, la sociedad y cultura, los mismos que deben ser garantizados por el Estado.

### **1.7.1 Producción de artesanías en el Ecuador**

En Ecuador las artesanías pueden ser apreciadas en todas las regiones del país, ya que se cuenta con materia prima única que identifica a cada región. Tal es el caso de la paja toquilla para la elaboración de los sombreros cuyos cultivos se dan principalmente

en la provincia de Manabí, o la tagua de la que se elabora preciosas bisuterías, adornos y hasta joyas combinadas con plata, cultivándose en los bosques tropicales de Manabí y Esmeraldas.

Además de materiales provenientes del mar como la concha spondylus de color rojo coral llama la atención para la elaboración de joyas, se da mayormente en la provincia de Manabí. Otra región tradicionalmente artesanal, es la provincia del Azuay en donde se encuentran familias trabajando en la elaboración de joyas de plata y otros metales preciosos combinados con piedras y materiales originarios de nuestro país, así como la cerámica tanto utilitaria como artística. (Proecuador, 2013)

### **1.7.2 Características de las artesanías decorativas**

Los artesanos se dedican a la producción de paneras elaboradas con fibras de paja de páramo, shigras de cabuya, canastas confeccionadas con carrizo y otras fibras, productos de totora (esteras y mueblería), telas de yute, productos de aseo personal, entre otros.

## **1.8 Metodología**

En la presente investigación enfocada en el proyecto de factibilidad para la creación de una empresa asociativa de artesanías decorativas de personas de la tercera edad, en la parroquia Kennedy, se desarrolló partiendo de la investigación Exploratoria y Descriptiva, para el posterior análisis, conocimiento y comprensión de los datos recolectados, referente al consumo de artesanías decorativas y a la aceptación en el mercado, ya que ayuda a conocer las situaciones del porqué de los hechos y al cumplimiento de los objetivos planteados en esta investigación.

### **1.8.1 Métodos de investigación**

Además esta investigación se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto.

En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas, como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

#### **1.8.1.1 Investigación exploratoria**

Se recurrió a este tipo de investigación, con el fin de llevar a cabo una investigación más precisa, que nos ayude a conocer los factores relevantes al problema de investigación al cual nos enfrentamos, gracias a la gran flexibilidad que ofrece este tipo de investigación dentro de su metodología.

Es por esto que en base a la investigación exploratoria, en el presente proyecto se pudo recoger e identificar, datos sobre antecedentes generales respecto al problema de investigación, los cuales fueron investigados a profundidad; por lo tanto sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto de estudio; ya que gracias a este tipo de investigación se pudo conocer y examinar los temas y problemas poco estudiados y antes no abordados, llegando a aumentar el grado de familiaridad durante el desarrollo del estudio.

#### **1.8.1.2 Investigación descriptiva**

Para efectuar la presente investigación, se basó en la metodología de la investigación descriptiva, con la finalidad de que los datos recolectados en el presente proyecto de factibilidad, contribuyan eficazmente al conocimiento del problema en estudio.

Gracias a este tipo de investigación, los datos encontrados, están sujetos al análisis expresado tanto en términos cualitativos y cuantitativos; es así como se pudo obtener una gran cantidad de muestras representativas sujetos al análisis cuantitativo. Por tanto, los hallazgos en el presente proyecto, se consideran concluyentes en su naturaleza y por ello se utilizan como datos de entrada para la toma de decisiones, basados en la determinación, evaluación.

#### **1.8.1.3 Método de observación.**

El presente estudio de factibilidad se llegará aplicar el método de observación que se lo realizará mediante entrevistas personalizadas que se desarrollaran principalmente con las personas de la tercera edad para saber sus necesidades

#### **1.8.1.4 Método deductivo.**

En el presente trabajo de investigación se aplicará el método deductivo, el mismo que busca identificar y determinar el problema de investigación, el cual será el caso a estudiar logrando identificar cada una de las causas; dando una solución a cada una de estas.

#### **1.8.1.5 Método inductivo.**

Al brindar soluciones al problema de investigación y sub problemas el proyecto servirá de base para el desarrollo de futuras investigaciones de estudiantes que se planteen como meta de mejorar la calidad de vida de los adultos mayores.

#### **1.8.1.6 Método histórico – comparado**

Este método va de un hecho del pasado remitirnos al presente y proyectarnos al futuro, se utilizará para poder realizar una comparación con esta investigación de los resultados del desarrollo de las personas adultos mayores.

### **1.8.2 Fuentes de investigación**

Existen dos fuentes de investigación: primaria y secundaria, las mismas que se definirán a continuación:

#### **1.8.2.1 Primaria**

Se podrá obtener información en cuanto al entorno social, gracias a la fuente de investigación primaria, dicha información que nos proporcionará la información básica, de primera mano, para ir obteniendo información en base a entrevistas y encuestas.

Entre las fuentes de información primaria se encuentran:

- Observación.
- Entrevistas.
- Empresas dedicadas a la producción y comercialización de artesanías decorativas.

### **1.8.2.2 Secundaria**

Gracias a la fuente de información secundaria, podremos obtener datos actualizados siendo la característica fundamental de la investigación, el descubrimiento de principios generales, esto se refiere a las industrias e instituciones, las cuales nos aportarán con la mayor cantidad de información.

Entre las fuentes de información secundaria se encuentran:

- Tarjetas de presentación.
- Flyres
- Páginas de Internet relacionadas a procesos de elaboración del producto, competencia y preferencias del mercado.
- Entrevistas
- Bibliotecas

### **1.8.3 Técnicas de investigación**

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

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

La Información Secundaria puede ser de bajo costo, con fácil acceso, esta información, es aquella información que ya existe y que se ha recopilado para cualquier otro fin, por lo que cuando la información está incompleta o es obsoleta se recurre a la información primaria.

### **1.8.3.1 Observación**

La observación es parte de un elemento principal, en el cual el investigador se apoya, puesto que nos servirá de gran ayuda para el reclutamiento de la información.

Por lo tanto, es esencial poner en práctica esta valiosa técnica; nos podrá brindar información sobre las artesanías decorativas realizadas por personas de la tercera edad, así como también nos dará a conocer más de las artesanías decorativas, en cuanto a referencias como precios de referencias, gustos y preferencias que demanda el cliente, de esta manera, nos ayudará a incrementar nuestro conocimiento en el mercado objetivo, el cual se hace necesario e imprescindible para continuar con el desarrollo de este proyecto de investigación.

### **1.8.3.2 Encuestas**

Se recurrió a esta técnica de investigación, puesto que por medio de ella se podrá obtener datos que son de relevante interés e importancia, para el desarrollo del presente proyecto; en lo que respecta a los datos obtenidos referente a las opiniones y actitudes demostradas por parte de varios consumidores de artesanías decorativas, los mismos que vendrán a ser los potenciales clientes del producto.

Estas encuestas estarán dirigidas a los potenciales consumidores, utilizando un cuestionario, el cual permitirá contar con un método ordenado y estructurado para la posterior recopilación de datos; de esta manera para poder determinar los gustos, preferencias, atributos que buscan en el producto, y consecuentemente poder definir el precio del producto “Artesanías decorativas por personas de la tercera edad”.

### **1.8.3.3 Entrevistas**

Esta técnica de investigación consiste en un diálogo entre dos personas: el entrevistador "investigador" y el entrevistado; con el fin de obtener datos e información más detallada por parte de éste; el cual tiene alguna relación con el problema de investigación. Por lo tanto, se realizarán entrevistas a artesanos enrolados en el sector de la comercialización de artesanías decorativas.

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

Pueden darse de dos formas:

- Por Cuestionario: Puede ser cerrado o abierto. El cuestionario debe tener preguntas imparciales, sencillas, concretas, evitando usar un lenguaje técnico, con palabras ambiguas o poco comunes.
- Por Entrevista. Consiste en conseguir información de forma verbal, realizando una serie de preguntas tanto abiertas como cerradas, con el fin de que se pueda recopilar datos sobre el tema que deseo conocer.

## **1.9 Población y muestra**

### **1.9.1 Población**

Población es el conjunto de personas que habitan la Tierra o cualquier división geográfica de ella. (Nueva enciclopedia planeta,, 1988)

El número de habitantes de la parroquia Kennedy, del Distrito Metropolitano de Quito, según datos proporcionados por el INEC en base al censo de Población y Vivienda realizado en el año 2014 es de 69484, nuestra población objeto de estudio, se la considerará en un 55% de la población antes mencionada.

### **1.9.2 Muestra**

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

Se utiliza la muestra porque toma menos tiempo y dinero. Considerado nuestra prueba piloto como referencia, se basará en el 55% de la población, en un rango de edad entre 20 y 70 años.

### 1.9.2.1 Fórmula para calcular la muestra

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

#### De donde:

- $n$  = Tamaño de la muestra
- $N$  = Tamaño de la población
- $E$  = Error máximo admisible (5%)
- $p$  = Probabilidad de éxito (50%)
- $q$  = Probabilidad de fracaso (50%)
- $z$  = Distribución normal en estadística cuando el NC=95%

#### Reemplazando:

$$n = \frac{36.702,84 * (0,50) * (0,50) * (1,96)^2}{(36.702,84 - 1)(0,05)^2 + (0,50) * (0,50) * (1,96)^2}$$

$$n = 380$$

## CAPÍTULO 2

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 2.1 Definición

La investigación de mercado se define como el diseño sistemático, la recolección, el análisis y la presentación de datos y conclusiones relativos a una situación de marketing específica que enfrenta una Empresa.

El estudio de mercado, según Kotler, Bloom y Hayes, "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización", lo que quiere decir, es la búsqueda de información y el análisis de los datos más importantes de la investigación.

Según "Randall" define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing", bajo este criterio, hace hincapié a la recopilación y análisis de la información obtenida

Para el autor, Naresh Malhotra, el estudio de mercado "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor", lo esencial es conocer el mercado en base al consumidor.

Con el estudio de mercado se pretende determinar la demanda potencial que tendrá la empresa asociativa de artesanías decorativas realizadas por personas de la tercera edad, en bazares y supermercados de la ciudad de Quito, a través de una encuesta poblacional, donde se podrá interpretar las preferencias del cliente respecto al producto.

Con la investigación, se podrá determinar la participación en el mercado, los principales competidores, precios y las estrategias que se deberán implementar para ingresar positivamente en el mercado.

## **2.2 Objetivos**

### **2.2.1 General**

Determinar la demanda objetiva e insatisfecha de la población que será cubierta por la empresa asociativa de las personas de la tercera edad dedicada a la fabricación y comercialización de las artesanías decorativas de la parroquia de la Kennedy

### **2.2.2 Específicos**

- ✓ Determinación de la demanda y oferta actual.
- ✓ Identificar el producto que ofrecemos a la ciudadanía con todas sus características y componentes
- ✓ Determinar la plaza de comercialización
- ✓ Analizar la competencia y sus canales de distribución, para conocer de mejor manera el mercado al que nos vamos a enfocar
- ✓ Fomentar estrategias de producción y comercialización en el mercado de la parroquia Kennedy, barrio la Rumiñahui.

## **2.3 Identificación del bien o servicio**

### **2.3.1 Artesanías decorativas**

Presentamos una amplia variedad de artesanías decorativas, elaboradas manualmente por las personas de la tercera edad, nuestros productos son elaborados con tela, plumón, cintas, carita de muñequitas, hilo, adornos. Nuestros diseños son decorativos y con motivos especiales, que podrán ser utilizados en fechas festivas como Navidad, Día de la Madre, San Valentín, entre otros.

### 2.3.2 Definición y diferenciación del producto

De acuerdo a la definición que realiza según Khotler, el producto es el bien o servicio que se le puede ofrecer a un mercado cuya finalidad es llamar la atención del consumidor, para satisfacer una necesidad. (Casado A, 2012, pág. 20)

El producto que la empresa Creer & Crear, ofrece son artesanías decorativas realizadas por personas de la tercera edad; los mismos que contiene diseños decorativos que puede satisfacer los gustos y preferencias de cada persona.

El presente proyecto de investigación se propone los siguientes productos para enfatizar lo que se quiere ofrecer y comercializar:

**Canastilla:** Se fabrica en base a la dos trenzas de tres forrada con la tela para la ocasión y rellena con plumón, su base en forma circular y de cartón forrada con la misma tela, perfectas para poner caramelos, nueces, puede utilizarse como centro de mesa.



**Panera:** Se fabrica con base a una canasta de mimbre, cubierta con esponja y forrada con tela para la ocasión, encaje alrededor de la canasta y como adorno consta una carita de muñequita con encaje a su alrededor, ideal para pan, bocaditos de sal o frutas, por un valor de \$20,29

### **Panera**



**Figura 3.** Fotografía del producto

**Elaborado por:** Sánchez S, 2015

**Adorno de muñequitas:** Se fabrican muñequitas con una base de cajita de madera, el vestido se lo realiza con tela y encaje, los brazos y piernas con cordón de lana, la cara de muñequita, ideal como recuerdo, joyero o podría utilizarse como costurero, el precio es de \$ 20,29.

### **Adorno de muñequitas**



**Figura 4.**

**Elaborado por:** Sánchez S, 2015

### 2.3.3 Marca

Partiendo de la definición American Marketing Association, indica que la marca identifica el bien o servicio de un vendedor para diferenciarlo de la competencia, por tal motivo la marca será un nombre, signo, símbolo, diseño o combinación de cualquiera de ellas (Casado A, 2012, pág. 32)

Forma parte de la propuesta estratégica, el conjunto de actividades que nos permite llegar a un fin como una asociación y de forma metodológica. Cuando se crea una microempresa, se adquiere responsabilidades, entre ellas la filosofía empresarial, departamentos de producción, ventas, marketing, en función a lo indicado serán necesarias para poner en marcha el proyecto los cual que verán reflejados a largo plazo.

Mediante un sin número de lluvias de ideas se ha definido que la empresa se denominará:

## CREER & CREAR

### 2.3.4 Slogan

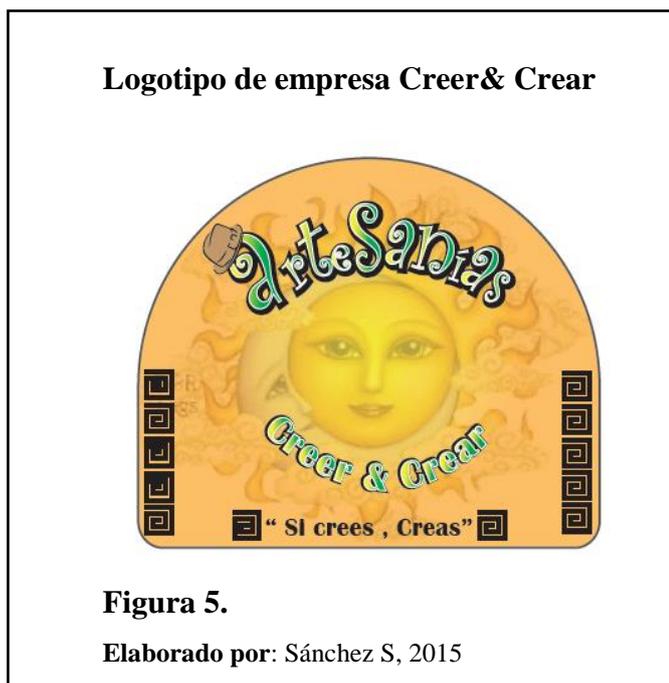
El slogan según Bonta y Farber, indica que es “el concepto creativo de la marca muchas veces está sintetizado en una frase que los representa, así como el logotipo que constituye la síntesis de una marca. (Estrategias de marketing, 2002, pág. 126)

Se eligió el presente slogan, por que al momento que un cliente CREE en nosotros, creamos esperanzas, sueños, ilusiones, fuentes de empleo siendo un factor muy importante para nuestra misión.

## *Si CREEES, CREAS*

### 2.3.5 Logotipo

Podemos partir del concepto que Logo, es la parte fonética de la marca, el mismo que debe ser fácil de recordar para el consumidor, de esta manera se pretende que el consumidor lo identifique sin dificultad, (Serrano F, 2012, pág. 238); el producto que se presentará al público se lo realizará con el siguiente logotipo:



### 2.3.6 Etiqueta

La etiqueta es parte del producto, que contiene la información sobre el producto o servicio y el vendedor, es decir, es la manera fácil de identificar un producto, (Casado A, 2012, pág. 194); nuestro producto estará acompañado por una etiqueta llamativa en donde constará la marca, detallando que es un producto 100% industria ecuatoriana.

Los sellos de la marca de Creer & Crear, serán estampados en la parte frontal inferior del producto, además llevará la marca y slogan 100% industria ecuatoriana.

### Etiqueta del producto en la presentación



**Figura 6.**

**Elaborado por:** Stephani Sánchez

### 2.3.7 Segmentación del mercado

Basándose en la definición de Philip Kotler, la segmentación del mercado parte de tres ideas principales, donde se indica que la segmentación del mercado es la identificación y definición de los perfiles de los diferentes grupos de compradores, cuando hablamos de selección del mercado, estamos indicando que debemos seleccionar uno o más segmentos del mercado para poder ingresar nuestro producto, finalmente cuando se habla del posicionamiento del mercado, estamos haciendo referencia a la comunicación y establecimiento de los beneficios del producto. (Kotler P, 2012, pág. 143)

La segmentación del mercado es una filosofía orientada al consumidor que se basa en la identificación y caracterización de subgrupos de consumidores mediante la aplicación de técnicas estadísticas, se dedica a la selección de aquellos segmentos que podrían ser objeto de una oferta comercial diferente adaptada a los mismos con el fin de incrementar la eficacia y rentabilidad de la actuación comercial de la empresa.

Mediante la segmentación de mercados se detectan y analizan las oportunidades que ofrece el mercado, existen segmentos que están sin atender, se conocen los deseos, los gustos de los consumidores.

La empresa estará en condiciones de establecer sus objetivos con más fundamento ya que conocerá mejor las necesidades de cada grupo específico, y también podrá organizar mejor su red de distribución. (Monografías.com, 2013).

El mercado presenta tres elementos básicos

1. Productor
2. Vendedor o prestador de servicios
3. El Consumidor y Usuario

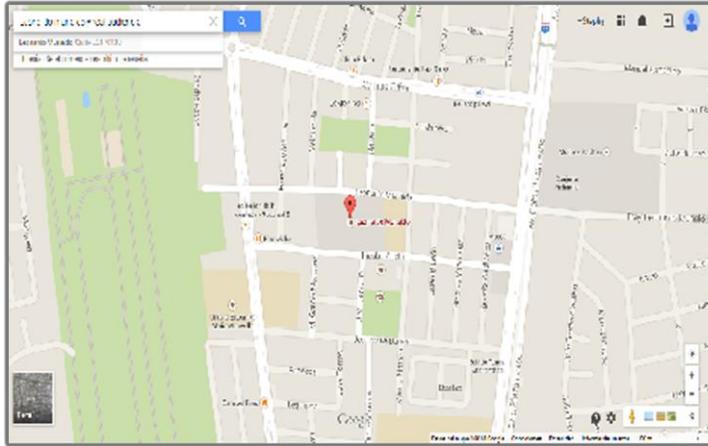
Es importante segmentar el mercado para:

- Comprender el comportamiento
- Determinar requerimientos de servicio
- Mejorar la identificación de necesidades
- Mejorar las comunicaciones con el cliente
- Incrementar la retención del cliente.

### **2.3.8 Segmentación geográfica.**

Para nuestro estudio consideraremos como segmentación geográfica perteneciente a la parroquia Kennedy, la misma que es un barrio de clase media. Sus principales avenidas son: Real Audiencia de Quito, Luis Tufiño, Av. del Maestro y de los Eucaliptos, encontramos el nuevo Parque Bicentenario, el Parque Nazaret y el cementerio Parques del Recuerdo.

## Segmentación geográfica



**Figura 7.** Mapa de localización

Elaborado por: Sánchez S, 2015

### 2.3.9 Segmentación demográfica

Para nuestro estudio consideraremos como segmentación demográfica, enfocados tanto al género femenino y masculino en rango de edad entre los 20 y 60 años, su estado civil pueden ser solteros o casados, el nivel de estudios puede adquirir un estudiante con ingresos percibidos de sus padres o ya profesionales con un ingreso estándar, por lo que se segmentará el mercado considerando todas aquellas variables demográficas que influyan en el consumo del producto.

### 2.3.10 Segmentación conductual

Nuestra población objeto de estudio considera la personalidad, estilo de vida, valores, clase social, lo que permitirá conocer la reacción de un perfil determinado hacia su entorno, llegando a un nivel mayor de profundidad, en el que se identifica la parte emocional del consumidor.

Al considerar las actitudes del consumidor respecto al producto, consideramos el beneficio que busca el consumidor, nivel de uso del producto, este tipo de

segmentación se basa en la forma en la que el consumidor utiliza el producto y en los hábitos asociados a su consumo.

De acuerdo a la prueba piloto realizada en el mercado de estudio pudimos validar que la población está dispuesta apoyar la iniciativa de las personas de las personas de la tercera edad en un 80%, de acuerdo a la segmentación conductual.

#### **2.4 Determinación del mercado objetivo**

Se puede determinar el mercado objetivo, de acuerdo a la comercialización de Artesanías decorativas que se la realizará en la provincia de Pichincha, del Distrito Metropolitano de la ciudad de Quito, en la parroquia Kennedy, es importante tener en cuenta, que debido que hay escasos datos estadísticos sobre la elaboración de artesanías decorativas, se realizará una encuesta, en la cual se tomarán aleatoriamente a 100 personas que se encuentren realizando sus compras en los diferentes supermercados principales en la Ciudad de Quito, podemos citar algunos como Supermaxi, Megamaxi, Santa María, así como también a las personas que se encuentran realizando actividades en el parque Bicentenario, ya que este método da la posibilidad a todos los elementos de ser elegidos.

#### **2.5 Encuesta**

La encuesta que se aplicará a la muestra obtenida es la siguiente:

### **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

La presente encuesta tiene fines académicos y su objetivo es recolectar información con el fin de determinar un estudio de factibilidad de un producto artesanal.

1. Género

Masculino

Femenino

2. ¿Qué rango de edad se encuentra usted?

De 20 a 30  De 40 a 50   
De 30 a 40  De 50 a 60

3. ¿Le gusta coleccionar artesanías?

SÍ  NO

4. ¿Le gusta obsequiar artesanías decorativas?

SÍ  NO

5. ¿Le gusta comprar artesanías decorativas personalizadas?

SÍ  NO

6. ¿Usted apoyaría la fabricación de artesanías decorativas por personas de la tercera edad?

SÍ  NO

7. ¿Le gustaría comprar artesanías decorativas realizadas en qué material?

Madera   
Combinada   
Plásticas   
Tela con Plumón   
Cerámica   
Otros \_\_\_\_\_

8. ¿Qué artesanías decorativas preferiría?

Canastilla con forma de muñeca   
Muñecas en plumón y tela   
Jarros Decorativos Personalizados   
Llaveros Personalizados   
Tapetes decorativos   
Recuerdos   
Otros \_\_\_\_\_

9. ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por las artesanías decorativas?

- De \$ 1 a \$ 5
- De \$ 5 a \$ 10
- De \$ 10 a \$15
- De \$ 15 a \$ 20
- Otro valor \$ \_\_\_\_\_

10. ¿Cómo le gustaría recibir información de artesanías decorativas?

- Catalogo  Correo Electrónico
- Internet  Visita
- Volantes  Otros \_\_\_\_\_

**Gracias por su colaboración**

### **Análisis de la información**

El análisis de la información consiste en la tabulación de los datos recolectados

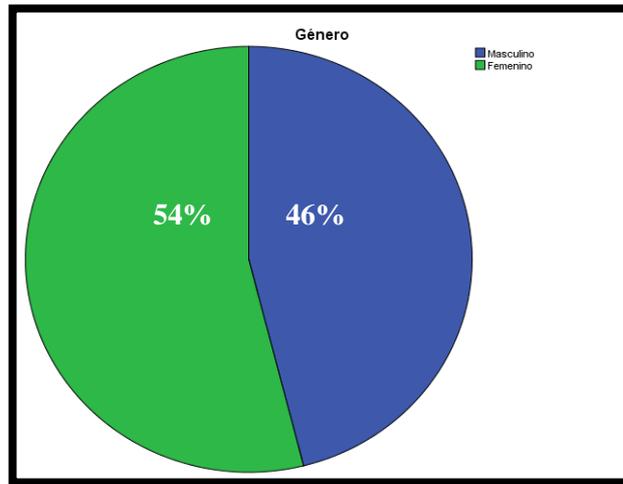
#### **Tabla 1.**

##### **Datos generales**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	175	46,05 %	46,05%	46,05%
	Femenino	205	53,95 %	53,95%	100,00%
	Total	380	100,00 %	100,00%	

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### Datos generales



**Figura 8.**

**Elaborado por:** Sánchez S, 2015

De los datos obtenidos de la primera pregunta, se desprende que el 54% de la muestra es de género femenino, y el restante 46% corresponde al género masculino.

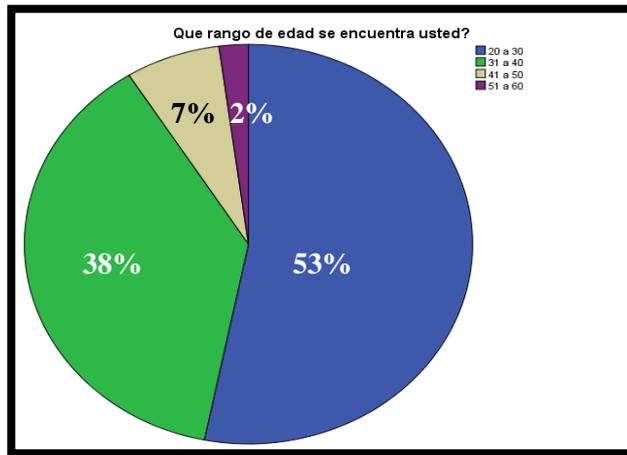
**Tabla 2.**

### Rango de edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	20 a 30 años	202	53,16 %	53,16 %	53,16 %
	31 a 40 años	144	37,89 %	37,89 %	91,05 %
	41 a 50 años	26	6,84 %	6,84 %	97,89 %
	51 a 60 años	8	2,11 %	2,11 %	100,00 %
	Total	380	100,00 %	100,00 %	

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### Rango de edad



**Figura 9.**

**Elaborado por:** Sánchez S, 2015

**Fuente:** Investigación de proyecto

Desprende que el 53% de la muestra corresponde al rango de edad de personas adolescentes, cuya edad se encuentra comprendida entre 20 a 30 años, seguido por los adultos, con una edad comprendida entre 31 a 40 años, ocupando un porcentaje del 38%, la diferencia está comprendida entre edad desde 41 a 60 años

**Tabla 3.**

### Le gusta coleccionar artesanías

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	254	66,84 %	66,84 %	66,84%
	NO	126	33,16 %	33,16 %	100,00 %
	Total	380	100,00 %	100,00 %	

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### Le gusta coleccionar artesanías

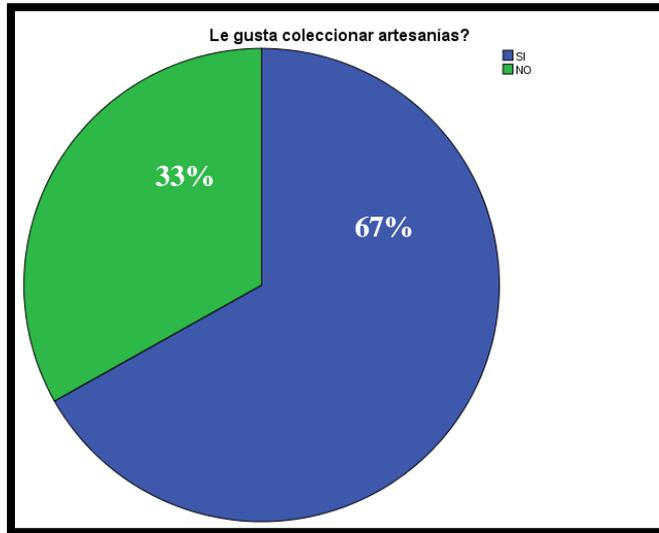


Figura 10.

Elaborado por: Sánchez S, 2015

De los datos obtenidos de la pregunta, se desprende que el 67% de la muestra indica que a las personas les gusta coleccionar artesanías, en un 37% indican que no les gusta coleccionar artesanías.

Tabla 4.

### Le gusta coleccionar artesanías

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	290	76,32%	76,32%	76,32 %
	NO	90	23,68%	23,68%	100,00 %
	Total	380	100,00%	100,00 %	

Nota: Elaborado por Sánchez S, 2015

### Le gusta coleccionar artesanías

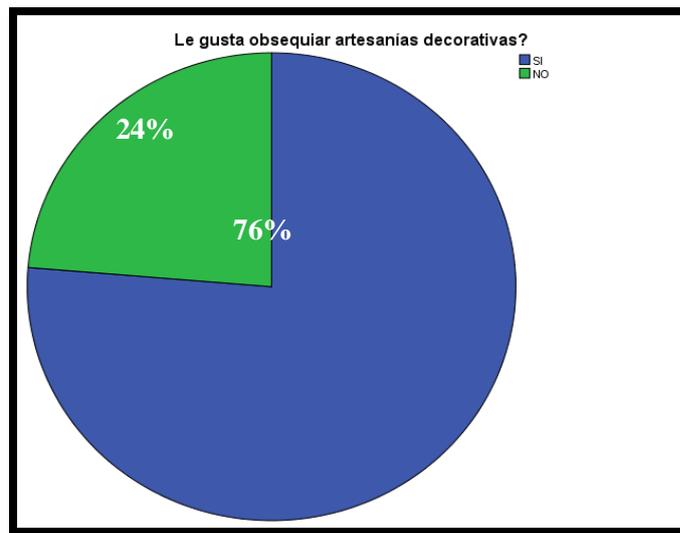


Figura 11.

Elaborado por: Sánchez S, 2015

La recopilación de información dio como resultado que el 76% de la muestra le gusta obsequiar artesanías decorativas y un 24% prefiere regalar otro tipo de obsequios, por lo que el resultado de la muestra nos permite tener una idea bastante clara sobre la aceptación de nuestro producto.

Tabla 5.

### Le gusta comprar artesanías decorativas personalizadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	337	88,68%	88,68 %	88,68 %
	NO	43	11,32%	11,32 %	100,00 %
	Total	380	100,00%	100,00 %	

Nota: Elaborado por Sánchez S, 2015

### Le gusta comprar artesanías decorativas personalizadas

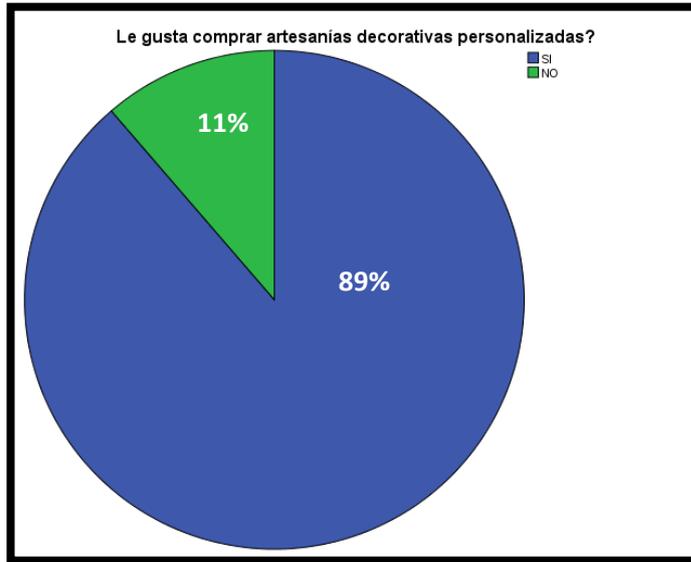


Figura 12.

Elaborado por: Sánchez S, 2015

En la encuesta realizada según la pregunta, se determina que el 89% de la muestra le gustaría comprar artesanías decorativas personalizadas, donde consten los nombres o fotografías familiares, en un 11% de la muestra se puede evidenciar que no les gustaría comprarlas.

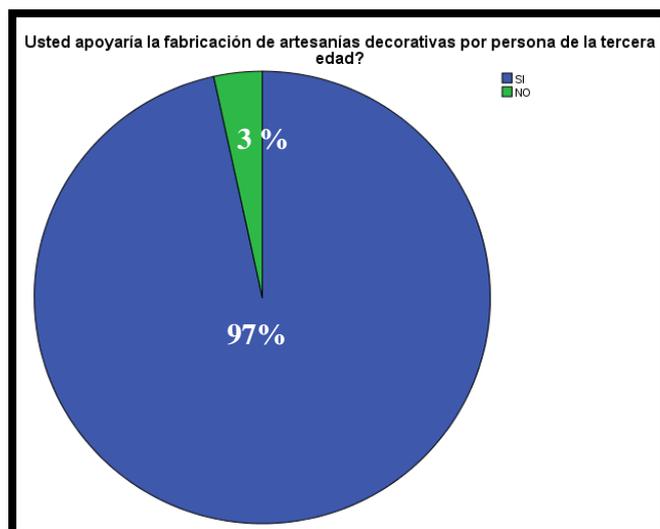
Tabla 6.

Usted apoyaría la fabricación de artesanías decorativas por personas de la tercera edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	367	96,58%	96,58 %	96,58 %
	NO	13	3,42 %	3,42 %	100,00 %
	Total	380	100,00%	100,00 %	

Nota: Elaborado por Sánchez S, 2015

**Usted apoyaría la fabricación de artesanías decorativas por personas de la tercera edad**



**Figura 13.**

**Elaborado por:** Sánchez S, 2015

La tabulación de las encuestas indican que el 97 % de la muestra apoyaría a la fabricación de artesanías decorativas por personas de la tercera edad, estos datos nos indican que la mayor parte de la muestra estaría dispuesta a apoyar con la creación de la empresa, cuyo objetivo es apoyar a los adultos mayores para que se sientan activos y capaces de producir.

**Tabla 7.**

**Le gustaría comprar artesanías decorativas realizadas en qué material**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos MADERA	45	11,84 %	11,84 %	11,84 %
COMBINADA	214	56,32 %	56,32 %	68,16 %
PLÁSTICAS	24	6,32 %	6,32 %	74,48 %
TELA CON PLUMÓN	79	20,79 %	20,79 %	95,27 %
CERÁMICA	18	4,74 %	4,74 %	100,00 %
Total	380	100,00 %	100,00 %	

**Nota:** Elaborado por Stephani Sánchez

### Le gustaría comprar artesanías decorativas realizadas en qué material

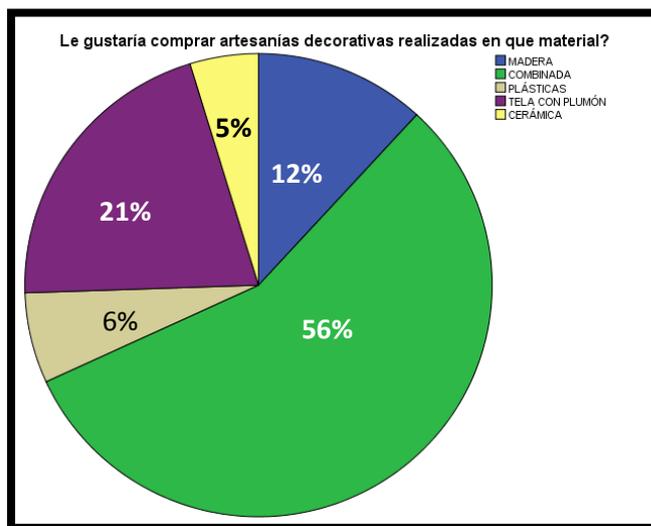


Figura 14.

Elaborado por: Sánchez S, 2015

La tabulación de las encuestas indican que el 56 % de la muestra les gustaría comprar artesanías decorativas en un material combinado, como canastas de mimbre, con tela y esponja o plumón por personas de la tercera edad, en un 21% de la muestra nos indica que existe preferencia que sean fabricadas con tela y plumón, si hablamos que en el 12% de la muestra prefiera artesanías en madera

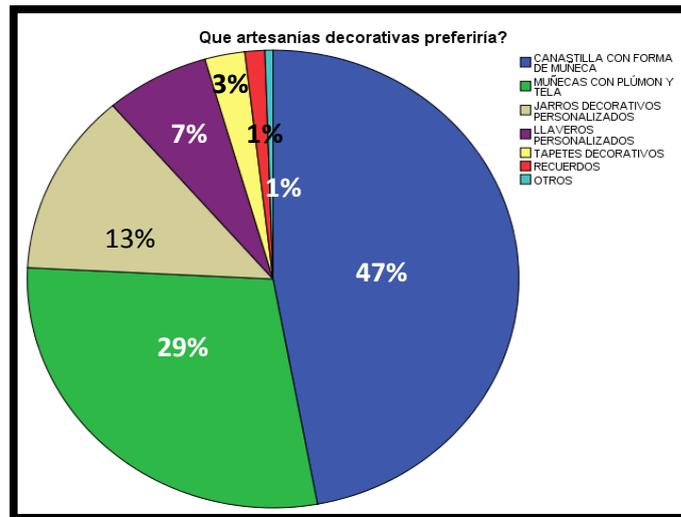
Tabla 8.

### Qué artesanías decorativas preferiría

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CANASTILLA CON FORMA DE MUÑECA	179	47,11 %	47,11 %	47,11 %
	MUNECAS CON PLUMON Y TELA	109	28,68 %	28,68 %	75,79 %
	JARROS DECORATIVOS PERSONALIZADOS	49	12,89 %	12,89 %	88,68 %
	LLAVEROS PERSONALIZADOS	26	6,84 %	6,84 %	95,53 %
	TAPETES DECORATIVOS	10	2,63 %	2,63 %	98,16 %
	RECUERDOS	5	1,32 %	1,32 %	99,47 %
	OTROS	2	0,53 %	0,53 %	100,00 %
	Total	380	100,00 %	100,00 %	

Nota: Elaborado por Stephani Sánchez

### Qué artesanías decorativas preferiría



**Figura 15.** Qué artesanías decorativas preferiría

Elaborado por: Stephani Sánchez

La tabulación de las encuestas indica que el 47 % de la muestra les gustaría comprar canastilla con forma de muñeca y en un 29% comprarían muñecas en tela con plumón, un 25% preferirían comprar otro tipo de artesanías

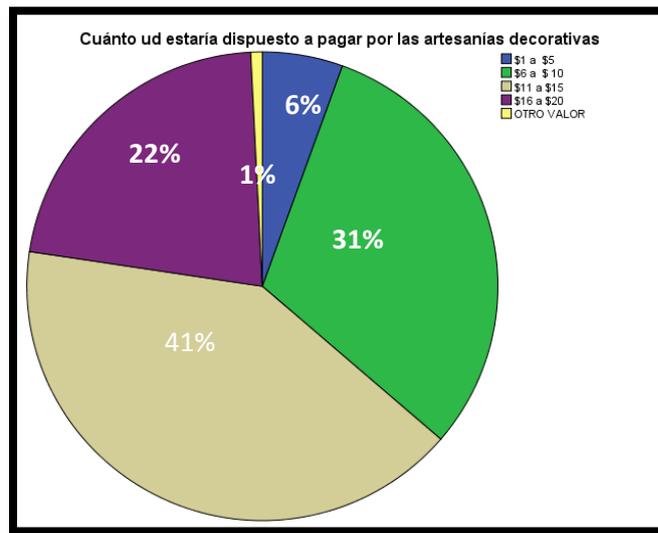
**Tabla 9.**

### Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por las artesanías decorativas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$1 a \$5	21	5.53%	5.53%	5.53%
	\$6 a \$10	117	30.79%	30.79%	36.32%
	\$11 a \$15	156	41.05%	41.05%	77.37%
	\$16 a \$20	83	21.84%	21.84%	99.21%
	OTRO VALOR	3	0.79%	0.79%	100.00%
	Total	380	100.00%	100.00%	

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

**Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por las artesanías decorativas**



**Figura 16.**

**Elaborado por:** Sánchez S, 2015

En la encuesta realizada, se determina que el 41% de la muestra, estaría dispuesto a pagar entre un valor de \$11 a \$15 por artesanía y en un 31% pagaría entre \$6 a \$10, en un 22% estaría dispuesto a pagar entre \$16 y \$20.

**Tabla 10.**

**Cómo le gustaría recibir información de artesanías decorativas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Catálogo	94	24.74%	24.74%	24.74%
	Internet	118	31.05%	31.05%	55.79%
	Volantes	67	17.63%	17.63%	73.42%
	Correo electrónico	89	23.42%	23.42%	96.84%
	Visita	12	3.16%	3.16%	100.00%
	Total	380	100.00%	100.00%	

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### Cómo le gustaría recibir información de artesanías decorativas

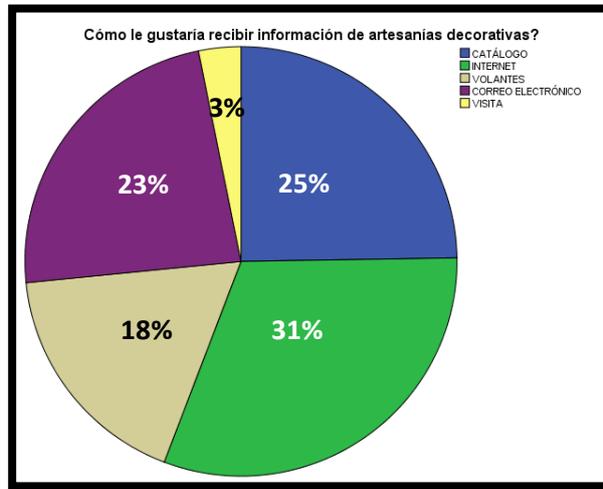


Figura 17.

Elaborado por: Sánchez S, 2015

En la encuesta realizada según la tabulación, se determina que el 31% de la muestra le gustaría recibir información de artesanías decorativas por internet, el 25% por catálogo y por correo electrónico el 23% de la muestra.

## 2.6 Demanda

Partiendo desde el punto de vista que la demanda puede ser, el estudio cuantitativo del mercado, se define a la demanda como el volumen total que será adquirido el producto por los compradores en un plazo determinado. (Casado A, 2012, pág. 95)

También lo pueden comprender como la cantidad de bienes y servicios que un comprador puede adquirir en un período de tiempo determinado, a diferentes precios establecidos.

Existen tres tipos de demanda: histórica, actual y proyectada.

### 2.6.1 Demanda Histórica

Cuando existe información estadística resulta fácil conocer el monto y comportamiento histórico de la demanda, cuando no se cuenta con esta información, la investigación de campo sirve como recurso para obtener datos y cuantificar la demanda.

### 2.6.2 Demanda actual

La demanda actual, bajo los siguientes datos:

**Tabla 11.**

#### **Demanda actual**

Aceptación de personas	36.703
Frecuencia de Compra	73.406
Precio Promedio	\$ 12,50

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

Los valores de la tabla 12, son el resultado de la encuesta realizada.

**Tabla 12.**

#### **Resultados de la encuesta**

Población	36.702,84
Total Encuestas	380,00
Porcentaje mayor de aceptación	96,58%
Porcentaje mayor de frecuencia	76,32%

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 2.6.3 Demanda proyectada

Para realizar el cálculo de la demanda proyectada se utilizará la tasa de crecimiento poblacional.

**Tabla 13.**

#### **Demanda proyectada**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA ACTUAL</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>
2014	73.406	1,00	73.406
2015	73.406	1,015	74.507
2016	74.507	1,015	75.624
2017	75.624	1,015	76.759
2018	76.759	1,015	77.910
2019	77.910	1,015	79.079

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

## 2.7 Estudio de la oferta

### 2.7.1 Oferta

Según el concepto de Herrscher, la oferta tiene relación con la conducta de los productores, o vendedores, puesto que refleja la práctica que tienden a ofrecer bienes o servicios a cambio de un pago o reconocimiento expresado en un precio. (Enrique Herrscher, 2012).

Por lo que se puede comprender que la Oferta es la cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor puede ofrecer en un periodo determinado con diferentes precios, entre otras cosas, es necesario tomar en cuenta a la tecnología, la disponibilidad de recursos, los precios de las materias primas y la regulación del estado. Se puede considerar a la oferta como la capacidad de vender o producir; además se debe tomar en cuenta otros factores diferentes al precio que se encuentran constantes.

### **2.7.1.1 Principales tipos de oferta**

Como propósito de análisis se hace la siguiente clasificación de la oferta con relación al número de oferentes, se conocen tres tipos:

#### **Oferta competitiva.**

La Oferta Competitiva se determina de acuerdo a la participación en el mercado, en cuanto a la calidad, el precio y el servicio que se pueden ofrecer al consumidor; en ésta oferta ningún productor domina el mercado, es decir, el productor se encuentra en circunstancias de libre competencia.

#### **Oferta oligopólica.**

La Oferta oligopólica es cuando el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores.

#### **Oferta monopólica.**

En la oferta monopólica, es cuando existe un solo productor del bien o servicio, y domina en absoluto el mercado, lo que conlleva a imponer calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente un productor único. Si el productor domina más del 95% del mercado, éste siempre impondrá precio y calidad. (Baca O, 2010, pág. 62)

El tipo de oferta que se utilizará para el presente proyecto de investigación, podrá ser la oferta competitiva, es decir, mercado libre, debido a que se encuentra en un mercado de libre competencia con las diferentes marcas de artesanías decorativas que se comercializan en el mercado.

### **Principales competidores de artesanías decorativas**

Conociendo los principales competidores de artesanías decorativas, en el presente estudio de investigación se podrá determinar las estrategias de posicionamiento del producto; para ello se deberá analizar las empresas, supermercados, bazares, esto nos permitirá desarrollar el producto en el mercado de las artesanías decorativas.

Este análisis de la información nos ayudará a respondernos ciertas interrogantes con respecto a nuestra competencia, se van adquiriendo en el desarrollo de la investigación.

En el Ecuador, existen un gran número de microempresas dedicadas a la producción y comercialización de artesanías decorativas, la mayoría son bazares o personas naturales, palpando la realidad dentro del mercado de artesanías decorativas, participan varios competidores, entre las más conocidas tenemos a las siguientes:

### **Corporación Favorita.**

Según la historia de la Corporación Favorita, en 1949 la fábrica La Favorita le otorgó la distribución de sus productos en Quito a Guillermo Wright, el mismo que con una gran visión comercial en 1952 abrió en el Centro Histórico de Quito la primera bodega La Favorita, un pequeño local que se dedicaba a la venta de jabones, velas y artículos de importación.

Tras cinco años de trabajo, el 26 de noviembre de 1957 se constituyó Supermercados La Favorita C.A. siendo en el mismo año la inauguración el primer supermercado de autoservicio del país. En 1971, se abrió el primer local de Supermaxi en el Centro Comercial Ñaquito, CCI, en Quito, y en 1979 se inauguró uno en el Centro Comercial Policentro en la ciudad de Guayaquil. (Corporación Favorita, 2012)

#### **Canastilla Supermaxi**



**Figura 18.**

**Elaborador por:** Sánchez S, 2015

**Fuente:**<http://www.corporacionfavorita.com/portal/es/web/favorita/historia;jsessionid=E593B1A9004EBC4B165418A4E45F649E>

### **Bazares.**

Existen bazares que se encuentran ubicados en la locales comerciales de Santa clara, Av. Versailles y Cordero, dentro de sus clientes se encuentran los supermercados, hoteles, cafés, restaurantes y empresas de eventos. Entre las artesanías decorativas que realizan se encuentran: recuerdos, manualidades de diversos tipos de materiales como fomix, madera, platico o vidrio.

**Canasta de Bazares**



**Figura 19.**

**Elaborador por:** Sánchez s, 2015

**Fuente:** Investigación directa en basares

#### **2.7.1.2 Participación en el mercado de los competidores.**

En esta parte es importante realizar un análisis del mercado en el que se va a desarrollar el producto, de manera que se pueda establecer, focalizar y fortalecer en el mercado.

Para ello se debe realizar una descripción general de la industria en la que se desenvolverá la empresa, además que se debe establecer el volumen de venta de todas las microempresas que se dedican a comercializar artesanías decorativas

El analizar a los competidores es importante la forma de entender el mercado y el negocio, para esto se ha obtenido datos de acuerdo a la investigación de campo realizada, llegando a presentar el siguiente cuadro:

**Tabla 14.**

**Total de ventas anuales en la ciudad de Quito de artesanías decorativas**

<b>Producto Ventas en la ciudad de Quito año 2014 (por unidades)</b>	
Corporación Favorita	20.000
Bazares	10.000
Total	30.000

**Nota:** Investigación directa en supermercados y Bazares (Supermaxi, Megamaxi y Locales Comerciales Santa Clara)

**Elaborador por:** Sánchez s, 2015

La información obtenida para las ventas anuales de artesanías decorativas en la ciudad de Quito, se obtuvo por medio de registros de los Supermercados La Favorita, los mismos que fueron entregados.

### **2.7.2 Productos sustitutos.**

Al elegir el mercado en el cual queremos posicionar de las artesanías decorativas, se debe tener en cuenta los riesgos que representan en ese segmento los llamados productos sustitutos, ya que compiten en el mismo mercado y el cliente puede optar por consumirlo como alternativa para satisfacer sus necesidades o gusto.

Hablando de las artesanías decorativas, entre los productos que vendrían a ser los sustitutos, se encuentran las canastos de mimbre sin decoración, artículos de plástico decorado, recuerdos.

Entre algunos de los productos sustitutos, se mencionan a continuación los siguientes:

### **PICA plásticos industriales C. A.**

Inicia sus actividades con productos plásticos para el hogar en octubre de 1961, en la ciudad de Guayaquil, con dos máquinas inyectoras y seis obreros, siendo una cubeta de hielo el primer ítem producido y comercializado por la empresa. Hoy la compañía maneja una de las plantas más importantes de la región generando emplea a más de 1000 familiar y es reconocida como la empresa líder de plásticos en el Ecuador. (PICA Plásticos Industriales C. A, 2014)

#### **Canasta de plástico**



**Figura 20.**

**Elaborador por:** Sánchez S, 2015

**Fuente:** <http://www.pica.com.ec/Web/historia.htm>

### **Locales comerciales Santa Clara.**

Estos locales comerciales de Santa Clara comercializa este tipo de canastitas y paneras en mimbre. Estos negocios venden cada año canastas, paneras de mimbre, cestos, recuerdos y manualidades, entre otras.

#### **Canasta de mimbre**



**Figura 21.**

**Elaborador por:** Sánchez S, 2015

**Fuente:** <http://www.google.com>

### 2.7.3 Determinación de la oferta.

De acuerdo a que las personas que se encuentran satisfechas con el consumo de las artesanías decorativas realizadas por las personas de la tercera edad, podremos llegar a determinar la oferta.

**Tabla 15.**

#### **Determinación de la oferta**

PROYECCIÓN DE LA OFERTA		
AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	OFERTA PROYECTADA
2014	1	30.000
2015	1,015	30.450
2016	1,015	30.907
2017	1,015	31.370
2018	1,015	31.841
2019	1,015	32.319

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 2.8 Demanda insatisfecha

La comparación de la demanda efectiva con la oferta proyectada, (período por período) nos permite hacer una primera estimación de la demanda insatisfecha. En efecto, existe demanda insatisfecha cuando las demandas detectadas en el mercado no están suficientemente atendidas. (Miranda J, Gestión de proyectos, 2009)

Podríamos manifestar que lo que se produce no alcanza a satisfacer los requerimientos del mercado mantiene; por lo tanto para calcular el valor de la demanda insatisfecha, se podrá proceder a realizar la diferencia que existente entre la demanda proyectada y la oferta proyectada en el mercado.

A continuación se presentará la demanda insatisfecha.

**Tabla 16.**

**Demanda insatisfecha**

<b>BALANCE OFERTA Y DEMANDA INSATISFECHA</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>DEMANDA A CUBRIR POR LA EMPRESA 11%</b>
2015	74.507	30.450	44.057	4800
2016	75.624	30.907	44.718	4872
2017	76.759	31.370	45.388	4944
2018	77.910	31.841	46.069	5016
2019	79.079	32.319	46.760	5092

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

## **2.9 Estrategias de mercadeo**

### **2.9.1 Marketing mix**

El marketing mix se puede definir como el conjunto tecnológico que reúne diferentes técnicas y actividades, como podemos citar la investigación, que hace referencia al conocimiento del mercado, en cuanto a los hábitos preferencias de los consumidores; la planificación y control, se basa en definir los objetivos que se van a tratar de alcanzar, estrategias que permitirán el logro de los objetivos, y finalmente la ejecución, que es poner en práctica la aplicación de las estrategias. (Books google, 1991, pág. 5)

De acuerdo a la definición antes expuesta podremos destacar que es importante recalcar que el proyecto diseña la fabricación y comercialización de artesanías decorativas realizadas por personas de la tercera edad en la parroquia Kennedy.

Como ocurre con los bienes, los clientes exigen beneficios y satisfacciones de los productos y de los servicios agregados que se le pudiere ofrecer.

### **2.9.2 Importancia del mix de marketing**

Se define al marketing como un proceso de planificación y ejecución del precio, promoción, distribución de ideas, bienes y servicios cuyo objetivo era satisfacer los objetivos del cliente

El marketing como una gestión empresarial realiza todas las actividades de la empresa en función de las necesidades del consumidor, puesto que el consumidor, es quien genera las ventas para la empresa, asegurando su permanencia, crecimiento y desarrollo.

Mediante la aplicación coherente y coordinada de las diferentes estrategias del marketing, se llegará a satisfacer las necesidades del consumidor de forma rentable y posesionarse en el mercado.

Se debe tratar y gestionar al marketing mix como un conjunto de acciones combinadas y coordinadas.

Una de las variables es el precio, se debe buscar la competitividad caso contrario no tendremos buenos resultados. Las variables específicas de marketing, son producto, precio, plaza y promoción, se debe tomar decisiones de mezcla de marketing para influir en los canales comerciales, así como en los consumidores finales.

Según el enfoque de las 4 “p” en el marketing con que cuenta para influir en los compradores son: Producto, Precio, Plaza y Promoción, desde el punto de vista del comprador, cada herramienta de marketing está diseñada para proporcionar un beneficio al cliente.

Estas ventajas son principalmente de tipo emocionales:

#### **Orientado al consumidor**

- ✓ Personalización de la artesanía

- ✓ Calidad del producto
- ✓ Precio accesible

### **Orientado al fabricante**

- ✓ Mejorar la calidad de vida, al sentirse útiles y productivos tanto en el aspecto físico como en el económico
- ✓ Reducción de estrés de las personas de la tercera edad, al sentirse útiles y mantenerse activos y productivos

#### **2.9.2.1 Producto**

El producto es todo aquello que puede facilitar la satisfacción de una necesidad. El bien representa un conjunto de valores que son aceptados por el consumidor al pasar a ser de su propiedad, según el enfoque de Alfonso Sánchez. (Sánchez Alfonso, 2003).

Definimos a nuestras artesanías como artesanales puesto que es la creación realizada por una persona que lo hace en forma manual, es decir, es una artesanía en la que se trabaja principalmente con las manos, moldeando diversos materiales con fines comerciales; una de las características fundamentales de este trabajo es que se desarrolla sin la ayuda de máquinas o de procesos automatizados, lo que lo convierte a cada artesanía decorativa en un objeto único, lo que lo hace ser especial, que para lograrlo debe ser un trabajo cuidadoso, minucioso y detallista.

#### **2.9.2.2 Precio**

En este factor se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa ofrece al mercado, siendo este muy competitivo en el mercado, dado que tiene un poder esencial en el consumidor, siendo una variable muy importante ya que la misma genera ingresos.

El precio se llega a establecer de acuerdo a las encuestas y también al precio del mercado que se encuesta, tomando en cuenta el margen de utilidad. Por lo tanto nuestro precio de las artesanías será de \$20,29.

**Tabla 17.**

**Precio**

<b>Precio</b>	
<b>Total Costo de ventas</b>	<b>\$ 88.517,83</b>
TOTAL UNIDADES A VENDER	4800
COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 18,44
<b>10 % UTILIDAD</b>	<b>\$ 1,84</b>
<b>PVP</b>	<b>\$ 20,29</b>

**Nota:** Elaborado por: Sánchez S, 2015

**2.9.2.3 Plaza**

En esta variable se analiza los canales que atraviesa un producto desde su creación hasta que llega a ser entregado por un cliente final, podemos hablar del almacenaje, del punto de venta.



#### **2.9.2.4 Promoción.**

La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas con el público, por ejemplo la publicidad, la localización del producto.

Es la utilización y aplicación de medios publicitarios, escritos o no, con el fin de dar a conocer al mercado meta, de los beneficios y atributos de los productos que se ofertan, para éste fin también se incluyen otros métodos con el fin de brindar valor agregado a los productos. El objetivo de la promoción, es que los productos puedan ser reconocidos por la mayor parte del mercado, para lograr su consumo y crear en ellos fidelización.

La promoción de ventas se enfoca en los incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los vendedores, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio. La promoción de los bienes o servicios puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los productos.

#### **2.9.2.5 Publicidad.**

Podemos citar que la publicidad es un conjunto de acciones enfocadas a otorgar un dinamismo, al punto de venta, cuyo objetivo será incrementar los clientes y las ventas, para promocionar las artesanías decorativas se pretende implementar una página web, para que describa las diferentes artesanías que realizará en la empresa asociativas. (Bastos A, 2000, pág. 1)

**Venta personal:** se refiere a la presentación personal del producto o servicios, en una conversación directa entre los futuros compradores.

**Promoción de ventas:** se refiere a las distintas actividades de marketing a la publicidad, a la venta personal y a las relaciones públicas, cuyo objetivo es motivar las compras de los clientes y permiten mejorar la efectividad del distribuidor.

### **2.9.3 Estrategias de posicionamiento**

En base a las estrategias de posicionamiento para nuestras artesanías decorativas se pretende ingresar en la mente de los consumidores, por lo que nuestra empresa asociativa CREER & CREAR, recurrirá a la publicidad como una herramienta de ayuda, la cual permitirá crear una propuesta de valor centrada en el cliente.

Para crear una propuesta de valor decisiva y con el objetivo de que los potenciales consumidores de artesanías decorativas realizadas por personas de la tercera edad, se empleará las siguientes estrategias de posicionamiento:

#### **✓ Página web**

Nace la idea de diseñar una página web, pretendiendo ser un canal de comunicación e intercambio de datos, cuya finalidad será incrementar los consumidores y los visitantes a la página web, en la página web se pretenden proporcionar la mayor información sobre nuestro producto de las diferentes artesanías decorativas.

#### **✓ Redes sociales**

Como está dentro de nuestro conocimiento, las redes sociales nos ayudan a promocionar nuestros productos, por tal motivo la empresa asociativa CREER & CREAR; estará en la Red Social Facebook, Twitter e Instragram, por ser las redes sociales gratuitas más conocidas y con mayor usuarios.

Para lograr un buen posicionamiento en el mercado, la idea en las redes sociales, es bastante importante puesto que se pretende llamar la atención del mercado, utilizaremos facebook y twitter, para que los usuarios mantengan siempre información acerca de las artesanías decorativas, realizadas por personas de la tercera edad, en cuanto a los diferentes modelos y colores, esto significa que los usuarios podrán ingresar comentarios y sugerencias, dichas sugerencias bien manejadas, lograremos satisfacer a nuestros clientes.

✓ **Publicidad radial**

Se pretende realizar publicidad en radio, puesto que es una magnífica herramienta este medio de difusión de mensajes publicitarios, para que las personas que realizan esta actividad disfruten realizando sus labores diarias y a su vez escuchen la radio, la empresa CREER & CREAM utilizará este medio para promocionar nuestras artesanías decorativas.

✓ **Flyres**

Los flyres publicitarios tienden a captar rápidamente la atención de la persona, es una herramienta directa con el consumidor; por esta razón que CREER & CREAM, utilizará este tipo de publicidad, con sistemas visuales colocados estratégicamente en exteriores e interiores de parques, exclusivamente en el Parque Bicentenario, cuyo fin será de transmitir mensajes para motivar al consumidor a comprar nuestro producto.



✓ **Tarjetas de presentación.**

Las tarjetas de visita o tarjetas de presentación son unas piezas en las que se recogen los principales datos de una persona y que se entrega en la primera entrevista o como forma de identificación. Las informaciones más habituales de una tarjeta son:

- Nombre y apellidos de la persona, en el centro
- Su cargo o título bajo el anterior y en menor formato
- Dirección, teléfono, correo electrónico en la parte inferior
- Logotipo y nombre de la compañía en la parte superior si es una tarjeta profesional

**Tarjetas de Presentación de la Empresa asociativa Creer & Crear**



**Figura 24.**

**Elaborado por:** Sánchez S, 2015

**Fuente:** Investigación de proyecto

## CAPÍTULO 3

### ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1 Definición

El estudio técnico encamina la función adecuada de la producción garantizando los recursos disponibles, permite determinar el tamaño y la ubicación de la empresa asociativa, y los procesos de producción, infraestructura física, inversiones y talento humano requeridos para su ejecución, determinara la correcta localización de la empresa asociativa de artesanías decorativas, y equipos requeridos para el servicio de la empresa. (Miranda J, 2012, pág. 118)

En el estudio técnico se llegan analizar elementos que tienen que ver con la implementación, por lo que se realiza la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos, es decir, constituye todos aquellos recursos que se tomarán en cuenta para poder llevar a cabo la fabricación de las artesanías decorativas

#### 3.2 Objetivos

##### 3.2.1 Objetivo general

Determinar la factibilidad del estudio del proyecto, basándose en la mejor alternativa en cuanto al tamaño y la localización para satisfacer al mercado demandante.

##### 3.2.2 Objetivos específicos

- ✓ Determinar el tamaño del proyecto
- ✓ Definir las medidas específicas de las telas y de los moldes para la fabricación de artesanías decorativas, realizadas por personas de la tercera edad
- ✓ Conocer el lugar más apto para la fabricación de las artesanías decorativas realizadas por personas de la tercera edad, a través de la macro y micro localización

Considerando que nuestro producto es 100% artesanal, no se tomará en cuenta la implementación de la tecnología por ser una empresa artesanal, con el estudio de mercado, se llegará a determinar si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de la inversión, mostrando si la realización del proyecto es viable.

Una de las decisiones del proyecto será ser prudentes en cuanto a la elección del financiamiento, en primera instancia el financiamiento será directo de los socios, asegurándose que el personal que se requiera sea el suficiente y correcto para cada uno de los cargos dentro de la empresa.

El tamaño del proyecto de la empresa asociativa que se dedica a la fabricación de las artesanías decorativas, está dado por la capacidad de producción de las personas de la tercera edad y del taller, detallada en el siguiente cuadro:

### 3.3 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto hace referencia la capacidad de producción de un bien o servicio, durante la vigencia del proyecto. (Miranda J, 2009, pág. 119). En el presente proyecto se dispone de un área de  $15 \text{ m}^2 \times 10 \text{ m}^2 = 180 \text{ m}^2$ , la misma que se contemplará en las siguientes áreas:

**Tabla 18.**

#### Tamaño del proyecto

AREA	TAMAÑO
Jefe de Producción	32 m <sup>2</sup>
Área Administrativa:	12 m <sup>2</sup>
Área de producción:	77 m <sup>2</sup>
Área de Ventas	13 m <sup>2</sup>
Bodega	12 m <sup>2</sup>
Baño	5 m <sup>2</sup>
Total área	180 m <sup>2</sup>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 3.3.1 Capacidad instalada

La capacidad instalada se establece de acuerdo a la cantidad de producción por unidad de tiempo, (Miranda J, 2009, pág. 119)

Considerando que la empresa asociativa tiene una capacidad de producción de 200 unidades de artesanías decorativas por día; quiere decir que tendrá una producción de 400 unidades en un mes.

**Tabla 19.**

#### **Capacidad instalada**

<b>Capacidad Instalada Tiempo</b>	<b>Unidades</b>
Producción unidad / día	20
Producción unidad / año	4800

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 3.3.2 Capacidad utilizada

Bajo el concepto que es la fracción de la capacidad instalada que se está empleando, según miranda. (Miranda J, 2012, pág. 119)

Partiendo de lo antes expuesto, la empresa asociativa Creer & Crear, va a producir 20 unidades por día; es decir 400 unidades por mes, con un turno de ocho horas al día, cinco días a la semana, utilizando así el 90% de la capacidad instalada para el primer año.

### 3.3.3 Tamaño del mercado

El tamaño del mercado parte del estudio del comportamiento de la demanda, en función a su relación con el ingreso.

La demanda de nuestro producto de artesanías decorativas realizadas por personas de la tercera edad, en la ciudad de Quito, en la parroquia Kennedy, presenta un camino viable para la creación de la nueva empresa asociativa, debido a que el mercado es atractivo, en función al aspecto social, puesto que de acuerdo a la información obtenida en la investigación de campo se determinó para el año 2015, existe una demanda insatisfecha de 44.507 unidades de artesanías decorativas, ésta situación que muestra claramente que el producto que va a ofertar la nueva empresa tiene un amplio mercado por alcanzar.

El porcentaje a cubrir para el año 2015 de la demanda insatisfecha es el 11,00%.

### 3.3.4 Disponibilidad de recursos financieros

En cuanto a la disponibilidad de recursos financieros se puede manifestar que se obtendrá una inversión total de \$19,925.65, esto será cubierto con recursos propios, al 100% por los socios, como se detalla a continuación:

**Tabla 20.**

#### **Financiamiento**

<b>Financiamiento</b>			
<b>TIPO DE CAPITAL</b>	<b>APORTE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Capital Propio		\$ 19.925,65	
Stephani Sánchez Armas	\$ 9.962,83		50%
Geovanny Albuja Ruales	\$ 9.962,83		50%
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>		<b>\$ 19.925,65</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 3.3.5 Disponibilidad de mano de obra

La disponibilidad de mano de obra con bajos salarios es un recurso clave para ser competitivos, por tal razón el estudio determina el desarrollo efectivo de la fabricación de las artesanías decorativas, por lo que se requiere de personal que conozca del proceso, y este jubilado.

**Tabla 21.**

**Detalle del personal**

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Jefe de Producción	1
Operarios	4
TOTAL	5

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

**3.3.6 Disponibilidad de materia prima**

Con el fin de aprovechar la disponibilidad de la materia prima, la cual constituye uno de los factores más importantes dentro de la empresa artesanal asociativa; pues debemos dar seguimiento a las negociaciones de nuestros proveedores.

**3.3.6.1 Materia prima directa**

Al fabricar las artesanías decorativas realizadas por las personas de la tercera edad, se ha escogido como proveedor de materia prima directa serán: Almacenes Mil Colores ubicados en los Locales Comerciales de Santa Clara, en la calle Ulloa y Versalles y Almacenes Olga, ubicados en la Av. 06 de Diciembre y Colón.

**3.3.6.2 Materia prima indirecta**

Como proveedores de materia prima indirecta, se ha elegido al Almacén Rossy Arte y Hobby, para que nos provea mensualmente de los materiales indirectos, como botones, hilo, cintas, cabezas de muñecas, entre otros, para la elaboración de las artesanías decorativas realizadas por personas de la tercera edad, este almacén se encuentran ubicados en Alonso de Mercadillo y Ulloa, en la ciudad de Quito.

**3.4 Localización del proyecto**

El estudio de la localización del proyecto, tiene como propósito seleccionar la ubicación más adecuada de los demandantes del bien o servicio, la localización de las materias primas, la facilidad para adquirir servicios básicos, restricciones legales o

ambientales en la zona elegida. (Formulación y Evaluación de Proyectos, 2012, pág. 116)

De acuerdo a la definición, un factor principal será la localización donde se pueda determinar el éxito o el fracaso del proyecto, la facilidad para la re utilización de desechos, antes de tomar una decisión; la macro-localización y la micro-localización servirá para determinar la localización más óptima del proyecto.

### 3.4.1 Macro localización

Al establecer la macro – localización del proyecto, es la región preliminar de la país, región o zona, debe también justificarse las alternativas en función de costos de inversión, operación y costos sociales.

La localización del proyecto se adaptará a las condiciones que requiere la empresa artesanal, en cuanto a la disponibilidad de los insumos y materiales a utilizarse que fortalecerán las actividades de la fabricación, entre ellas citamos: calidad y tipo de telas, cabecitas de muñecas, conocimiento de la zona, cercanía del mercado, proximidad a proveedores, factibilidad técnica. (Instituto latinoamericano de planificación Económica y social, 2012, pág. 94)

#### Mapa de macro localización



Figura 25.

Fuente: <https://maps.google.com.ec/>

Elaborado por: Sánchez S, 2015

De acuerdo a los resultados obtenidos, se identificará la macro localización, la empresa asociativa de artesanías decorativas, se ubicará en la provincia de Pichincha, ciudad Quito, parroquia Kennedy, sector norte, ubicado en las calles Leonardo Murialdo y Real Audiencia, siendo ésta ubicación más idónea para el funcionamiento de la empresa asociativa, un factor determinante se consideró al mercado objetivo, puesto que de esto dependerán los flujos de producción necesarios para abastecer al mercado.

### **3.4.2 Micro localización**

A través de la micro localización, se debe tener en cuenta mediante un cálculo comparativo de los costos, para poder decidir sobre la localización más óptima del proyecto, en función de esto, se analizarán los siguientes criterios:

#### **3.4.2.1 Criterios de selección de alternativas**

##### **✓ Transporte**

La empresa asociativa de artesanías decorativas Creer & Crear, se encuentra ubicada dentro del sector urbano, por lo que sus vías de acceso son aceptables y se encuentran en buenas condiciones, esto implicará que se pueda realizar directamente la adquisición de la materia prima e insumos necesarios con el fin de fabricar nuestro producto oportunamente.

##### **✓ Cercanía a las fuentes de abastecimiento**

El encontrarse cerca de las fuentes de abastecimiento y de los proveedores de los insumos, permite que las artesanías decorativas no sufran daños, de ahí parte la importancia.

La fuente de abastecimientos de nuestra materia prima serán los Centros Comerciales de Santa Clara y en el Almacén Olga quien nos proveerá de los insumos y las telas para la fabricación de las artesanías decorativas.

✓ **Disponibilidad de servicios básicos**

Para el correcto funcionamiento de la empresa asociativa es necesario adquirir los servicios básicos como luz eléctrica, agua y una línea telefónica con internet, esto facilitará una adecuada fabricación de las artesanías decorativas realizadas por las personas de la tercera edad.

✓ **Facilidad para eliminación de desechos**

Nuestra empresa asociativa de artesanías decorativas, tendrá como política, la re-utilización óptima de los desechos en un 100%.

Se debe tomar en cuenta que la Empresa Pública Metropolitana de Aseo (EMASEO), realiza la recolección de basura, en el barrio la Rumiñahui, tres veces por semana, los días, lunes, miércoles y viernes, con lo cual se aportará con la conservación del medio ambiente.

✓ **Disponibilidad y precio del terreno**

Para que la empresa asociativa pueda comenzar sus operaciones, ha decidido arrendar un taller, dicho taller ayudará para que la empresa pueda funcionar con normalidad.

El método cualitativo por puntos, definirá la micro localización más óptima que brinde los mejores entornos para el correcto funcionamiento del taller de las artesanías decorativas.

La escala para la calificación de las opciones:

Será de 0 a 10

Siendo 0 la más baja y 10 la más alta.

**Tabla 22.**

**Evaluación de la micro localización**

MICRO LOCALIZACIÓN							
FACTORES	PESO %	OPCIÓN 1 (LA RUMIÑAHUI)		OPCIÓN 2 (COTOCOLLAO)		OPCIÓN 3 (CONDADO)	
		CALIF.	PONDERACIÓN	CALIF.	PONDERACIÓN	CALIF.	PONDERACIÓN
Disponibilidad de Terreno	0.24	9	2.16	7	1.68	8	1.92
Disponibilidad de Servicios Básicos	0.12	9	1.08	7	0.84	9	1.08
Facilidad de Eliminación de Desechos	0.12	9	1.08	8	0.96	9	1.08
Cercanía de Fuentes de Abastecimiento	0.24	8	1.92	8	1.92	7	1.68
Transporte	0.14	8	1.12	7	0.98	8	1.12
Cercanía del Proveedor	0.18	7	1.26	8	1.44	8	1.44
<b>TOTAL</b>		<b>8.62</b>		<b>7.82</b>		<b>8.32</b>	

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

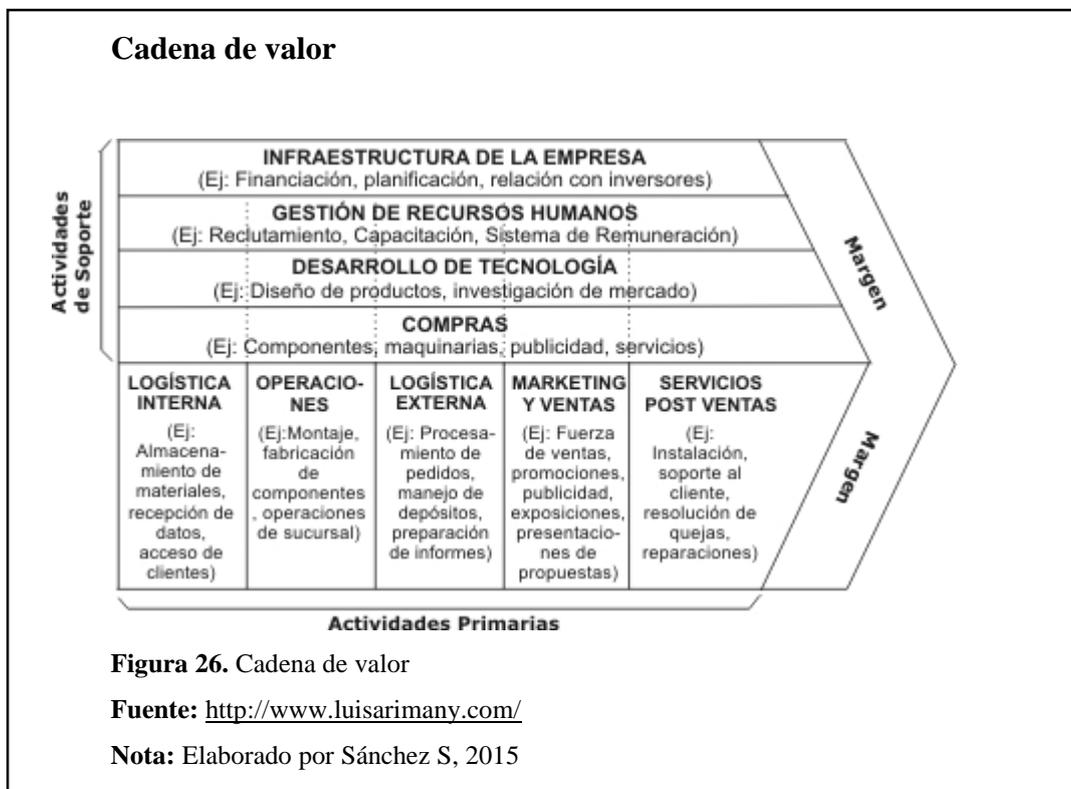
En base a los resultados obtenidos de acuerdo a la tabla de factores analizados que concluye que el proyecto se llevará a cabo en la Provincia de Pichincha, cantón Quito, parroquia Kennedy, ubicado al norte de la ciudad de Quito, en las calles Leonardo Murialdo Oe3-46 y Real Audiencia, en un terreno de 200 m<sup>2</sup>, con una planta de construcción de 180 m<sup>2</sup>, conforme a las especificaciones de la empresa.

### 3.5 Ingeniería del proyecto

#### 3.5.1 Cadena de valor

El análisis de la cadena de valor, refleja nueve análisis estratégicamente relevantes que generan costo y valor en un negocio específico, estas actividades se dividen en 5 actividades primarias y 4 de apoyo. (Philip Kotler, Dirección de Marketing, pág. 38)

Se presenta la cadena de valor de la Empresa asociativa CREER & CREAM, en donde se resaltan las actividades específicas del negocio:



Citando las actividades primarias, podemos indicar que son aquellas que están más relacionadas con la realización y distribución del producto.

A continuación se detalla las actividades primarias:

**Logística interna bilateral:** se la denomina logística de entrada, se refiere o esta relacionados con la gestión del acceso a clientes, gestión de pedidos, recepción de

datos, control de existencias de la materia prima e insumos, hasta que éstos se incorporan al proceso productivo.

**Operaciones:** Se refiere elaboración de la fabricación de las materias primas, para lograr obtener el producto final. En esta fase se puede optimizar los recursos y procurar minimizar los costos.

**Logística externa lateral:** conocida como logística de salida, se refiere al almacenamiento del producto terminado, hasta llegar al consumidor

**Marketing y ventas:** son una de las actividades más importantes de la empresa, puesto que son actividades que sirven para dar a conocer el producto, su promoción y venta del mismo.

Dentro de las actividades de apoyo a las actividades primarias, se encuentran la infraestructura, recursos humanos, tecnología, adquisiciones de bienes y servicios que se realizan en la organización. Las actividades de apoyo, se detallan a continuación:

**Infraestructura de la empresa:** Son actividades que sirven de apoyo para toda la empresa, en las que podemos citar la planificación, las finanzas y la contabilidad.

**Gestión de recursos humanos:** Actividades que están relacionadas con la búsqueda, contratación, entrenamiento, capacitación, motivación y desarrollo del personal más óptimo para la empresa.

**Compras:** Son las actividades relacionadas con el proceso de adquisiciones que se realizan en la organización para su buen funcionamiento y control.

### **3.5.2 Distribución de la planta**

Definido el tamaño del proyecto, se establecerá el espacio físico y la infraestructura donde operará nuestro proyecto, con una superficie de 280 m<sup>2</sup> y un área de

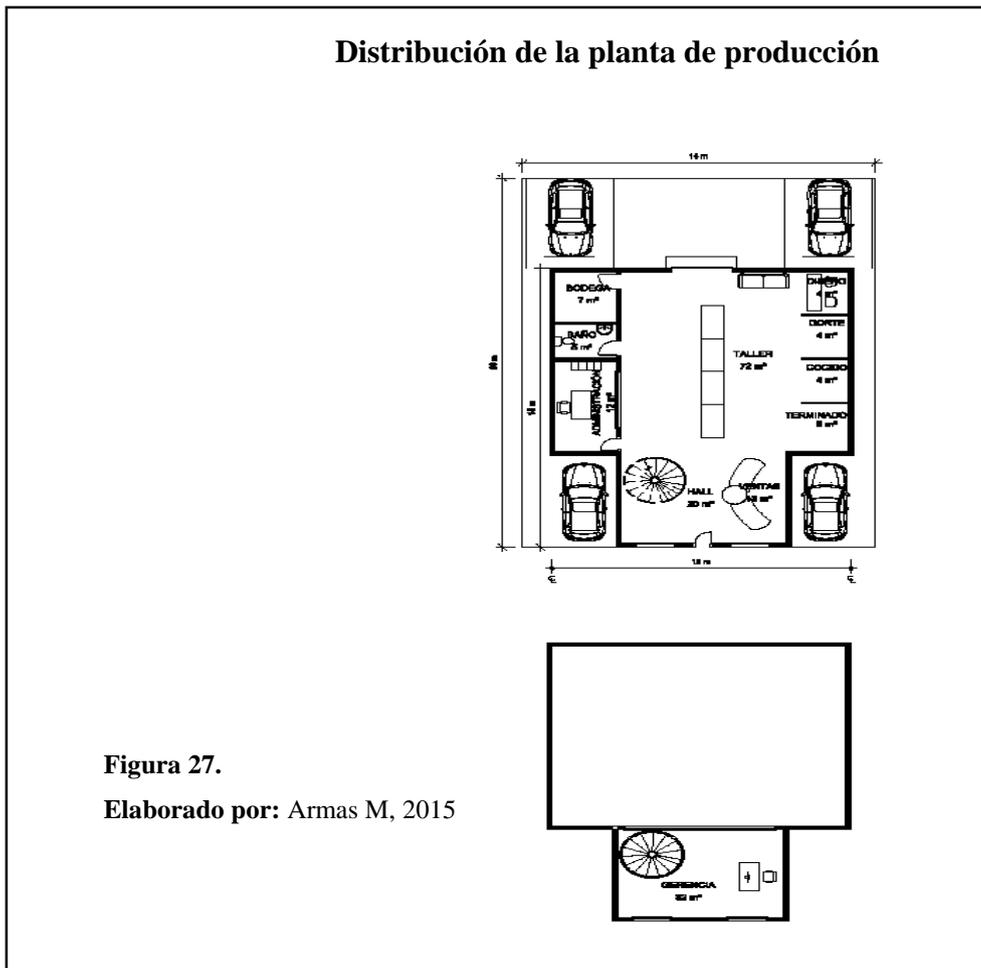
construcción de 180 m<sup>2</sup>, para el taller, que comprenderá una bodega, zona de carga, parqueaderos y las oficinas para el área administrativa.

**Tabla 23.**

**Distribución de la planta**

ÁREA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
Oficinas	m <sup>2</sup>	82 m <sup>2</sup>
Taller	m <sup>2</sup>	91 m <sup>2</sup>
Bodega:	m <sup>2</sup>	7 m <sup>2</sup>
Parqueaderos	m <sup>2</sup>	5 m <sup>2</sup>
<b>TOTAL ÁREA</b>	m <sup>2</sup>	<b>180 m<sup>2</sup></b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015



### 3.5.3 Programa de producción

Para una mejor utilización de recursos, se puede mejorar y disminuir los costos de fabricación, es decir, con el programa de producción, se puede planificar que los pedidos se puedan entregar en fechas acordadas, se pretende calcular las necesidades de mano de obra, materia prima.

### 3.5.4 Diagrama de flujo del proceso de producción

**Inicio:** Comienzo de actividad a desarrollarse.



**Actividad:** Definición de actividades sobre la transformación en unos de los productos en proceso, por aspectos físicos, mecánicos o químicos.



**Verificación:** Verificación o comprobación del elemento en función de alguna información



**Inspección:** Todas las actividades que se realicen para verificar que el producto este en buenas condiciones.



Es de mucha importancia diseñar subprocesos en el proceso de producción puesto que de esta manera se logre un proceso óptimo en la fabricación de las artesanías decorativas realizadas por las personas de la tercera edad.

En la elaboración de las artesanías decorativas por las personas de la tercera edad, se realizan los siguientes procesos:

Se definió del proceso de producción que será importante desarrollar para la fabricación de las artesanías decorativas realizadas por las personas de la tercera edad, el mismo que logrará determinar el proceso de fabricación, lo que conllevará realizarlo de una manera eficiente, también se pretende lograr una eficiencia en el uso del tiempo, orden, mano de obra, entre otros.

Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de manera que se logre un proceso óptimo en la fabricación de las artesanías decorativas.

### **3.5.5 Definición del proceso de producción**

El proceso de producción dará inicio con la solicitud del pedido de la materia prima para realizar la elaboración de las artesanías decorativas.

**Recepción y verificación de la materia prima:** corresponde a la primera fase del proceso, en el cual se recibe la materia prima, se verifica la recepción mediante la solicitud del pedido que se realizó con anterioridad, con esto se validará que no exista telas con fallas o en mal estado.

**Metraje:** Se realiza este proceso con el fin de conocer el volumen del metraje exacto de la materia prima entregada por el proveedor.

**Selección de la materia prima:** A la materia prima se le somete a una inspección, con el fin de eliminar las telas con defectos, botones deteriorados.

**Diseño:** para tener una mejor precisión, hemos decidido realizar moldes para el proceso del diseño sean estos en papel periódico o en cartón para obtener medidas exactas de las diferentes artesanías decorativas, se considera un período aproximado de 20 minutos

**Corte:** Se realiza los cortes en diferentes materiales:

En telas para realizar las artesanías, que servirán de forro, accesorios

En cintas para adornar las artesanías

En cartón para hacer las bases de las artesanías

En esponja y plumón para rellenar las artesanías

Los cortes tomarán un tiempo aproximado de un periodo de 20 minutos por unidad:

**Confección y Rellenado:** Se procede a rellenar manualmente con esponja o plumón, dependiendo de la artesanía decorativa, dando forma a la artesanía, para este periodo se considera 30 minutos.

**Pegado:** Empezamos a armar la artesanía, creando la estructura de la artesanía, pegamos la tela, la cinta, la cabeza de muñeca, el sombrero de tela y una pequeña flor artificial; este proceso nos toma un período de 20 minutos

**Terminado:** nuestra finalidad es dar una buena imagen, una excelente presentación, por lo que hemos decidido al final del proceso un control de calidad, con el fin de obtener un producto de calidad al 100%.

**Aprobación del producto:** Considerando que nuestro producto debe destacarse por su buena presentación, hay que considerar sus acabados, colores, textura, uniformidad y detalles, dando una buena imagen tiempo aproximado de 5 minutos.

**Almacenado:** nuestro producto se presentará y se lo exhibirá en el almacén de ventas, a las artesanías decorativas, en un mostrador, en el orden que se fabriquen serán las primeras se tratará en promocionarse o en a su vez de acuerdo al gusto del consumidor.

## Especificación del flujograma del proceso de producción

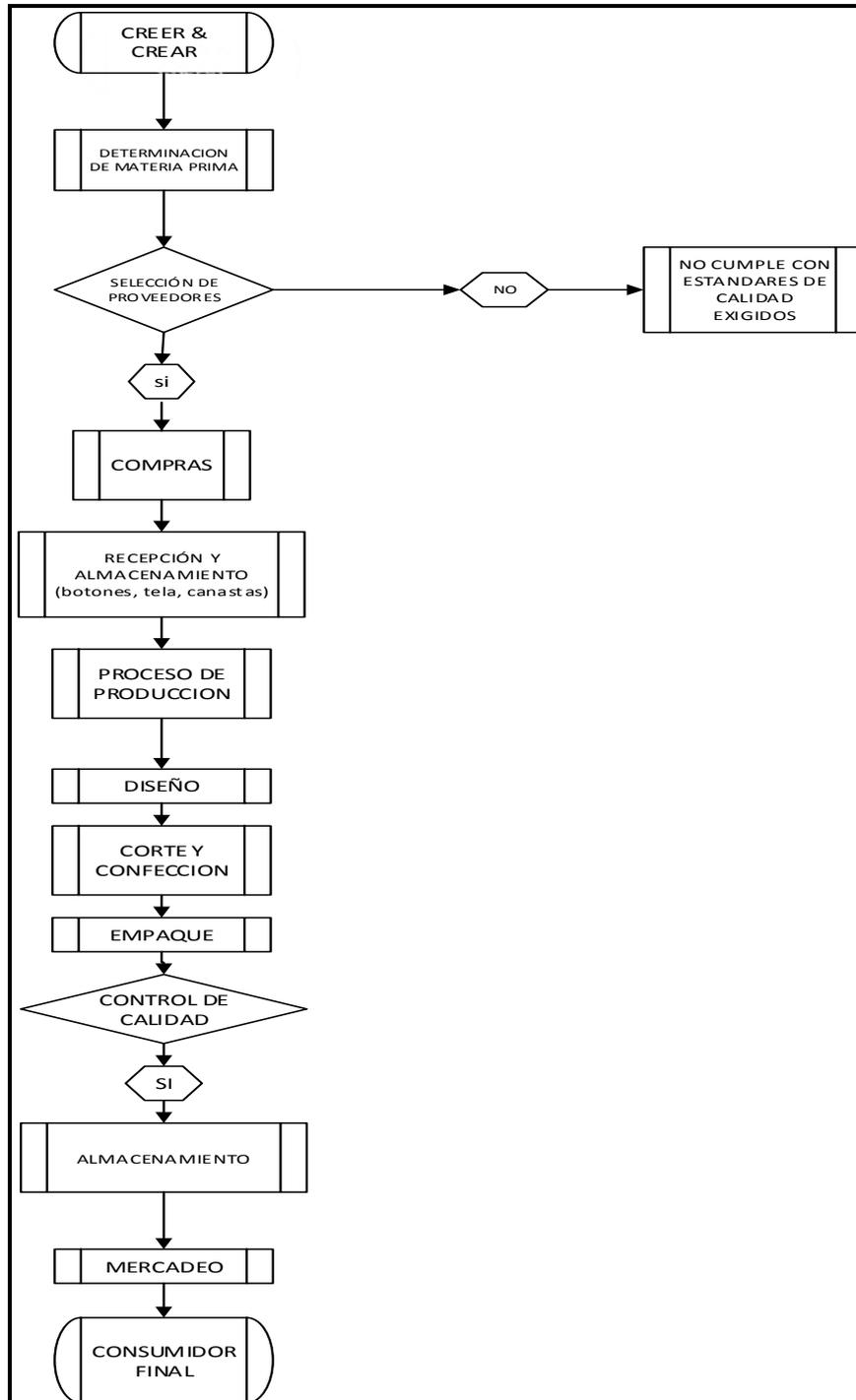


Figura 28.

Elaborado por: Sánchez S, 2015

### 3.5.6 Maquinaria y equipos

Partiendo que es una empresa artesanal, el recurso humano es el recurso más valioso para nuestra empresa, por lo que la intervención de tecnología es escasa, los procesos son artesanales, donde se utiliza la creatividad y la mano de obra, ya que afecta directamente la rentabilidad de la empresa, es por esta razón que se contará con pocas máquinas que permiten apoyar el proceso y a su vez ahorrar costos de desechos.

Para la correcta producción y comercialización de artesanías decorativas, se requiere de la siguiente maquinaria y equipos detallados a continuación:

**Tabla 24.**

#### **Detalle de maquinaria y equipos**

<b>DETALLE DE MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
Máquina de coser	4
Máquina de overlock	4
Mesas de trabajo en	4
Tijeras industriales	5
Recipientes de almacenamiento	5

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

**Máquinas de coser domésticas:** se caracterizan por su velocidad. Además son automáticas, es por ello que son muy fáciles de manejar y han adquirido mucha popularidad entre muchas amas de casa que las utilizan. Existe una gran variedad de este tipo de máquinas de coser, por ejemplo algunas se caracterizan por realizar varias tareas, como bordados, ojales y realizan el enhebrado de manera automática. Algunas máquinas pueden programarse, como la costura deseada o su ancho, la velocidad etc. No solo son muy utilizadas por amas de casa, también suelen ser vistas en talleres donde se realizan arreglos textiles y ciertos modistas las utilizan. (Tipos de máquinas, 2015)

### **Máquina de coser**



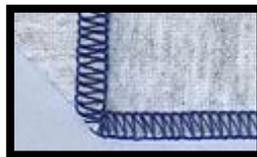
**Figura 28.** Máquina de Coser

**Fuente:** <https://www.google.com.ec/>

**Elaborado por:** Sánchez S, 2015

**Máquina de coser overlock:** Estas máquinas son utilizadas para evitar que las costuras se deshilachen ya que realizan puntadas sobre las costuras. Existen tres tipos de estas máquinas, las pesadas, estándar y las livianas.

### **Máquina de overlock**



**Figura 29.** Máquina de Overlock

**Fuente:** <http://es.wikipedia.org/wiki/Tijera>

**Elaborado por:** Sánchez S, 2015

### **Tijeras industriales**

Una tijera, es una herramienta manual que sirve para cortar; está formada por dos cuchillas de acero que giran sobre un eje común respecto al cual se sitúan los filos de corte a un lado y el mango en el lado opuesto. (Wikipedia, 2014)

La misma que será utilizada para cortar la tela, las cintas y los encajes

### **Tijeras**



**Figura 30.**

**Fuente:** <http://es.wikipedia.org/wiki/Tijera>

**Elaborado por:** Sánchez S, 2015

### **3.5.7 Especificaciones técnicas de la maquinaria y equipos**

**Mesa de acero inoxidable:** Gracias a la ayuda de esta mesa de acero inoxidable, permitirá el corte de los moldes, tela, plumón y cartón.

### **Mesa de acero**



**Figura 31.**

**Fuente:** <http://www.inoxidablesmt.com/>

**Elaborado por:** Sánchez S, 2015

### 3.5.8 Muebles y enseres

La empresa necesitará para su correcto funcionamiento, los siguientes muebles y enseres detallados a continuación.

**Tabla 25.**

#### **Detalle de muebles y enseres**

<b>Detalle muebles y enseres</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Escritorios gerenciales	1
Escritorios de oficina	3
Sillas gerenciales	1
Sillas	3
Sillón de espera (3 en 1)	2
Mesa de madera	7
Mesa de reuniones	1
Archivadores	1
Mostrador de vidrio	1

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 3.5.9 Equipo de computación

Se considera equipo de computación a las computadoras e impresoras

**Tabla 26.**

#### **Detalle de equipo de computación**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Computadoras	2
Impresora multifunción Lexmark	1

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 3.5.10 Suministros de oficina

Se considera suministro de oficina a los implementos de escritorio necesarios para el trabajo diario.

**Tabla 27.**

**Detalle suministros de oficina**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
Papeleras	3
Grapadoras	3
Perforadoras	3
Resma de hojas (500 unidades)	5
Carpetas archivadores oficio	5
Saca grapas	3
Sobres (500 unidades)	1
Blog de notas (paquete 100 unidades)	1
Cartuchos	2

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

**3.5.11 Suministros de aseo**

**Tabla 28.**

**Detalle suministros de aseo**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD (unidades)</b>
Escoba de plástico	6
Trapeador industrial	6
Detergente en polvo 1 Kg.	2
Desinfectante líquido 1 galón	2
Fundas para basura paquetes	2
Pala de recoger basura	2
Basurero mediano	4

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

## CAPÍTULO 4

### ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

#### 4.1 Concepto

En todos los países existe una legislación enfocada a regular toda actividad como unidad económica, considerando la legislación y las regulaciones establecidas en un país.

En este capítulo se va a manejar el análisis del marco jurídico, todo en cuanto al marco legal, se llegará a determinar los diferentes aspectos organizacionales para crear la nueva empresa asociativa, tales como su estructura organizacional, los aspectos legales, fiscales, laborales, con la finalidad de contribuir al logro de las metas empresariales, conjuntamente con un buen clima laboral.

#### 4.2 Objetivos

##### 4.2.1 Objetivo general

Definir los principales elementos, que son necesarios para la creación de una empresa asociativa de artesanías decorativas, realizadas por las personas de la tercera edad, en la ciudad de Quito, en la parroquia Kennedy, mediante un análisis de las normas y regulaciones que se deberán seguir, para que la ejecución de la empresa basándose en la legislación.

##### 4.2.2 Objetivos específicos

- Establecer la estructura administrativa más idónea, basándose en el análisis de aspectos legales en cuanto al tipo de la asociación cuya normativa se deba cumplir
- Analizar las diferentes empresas artesanales, y determinar cuál es la más adecuada para su funcionamiento
- Determinar los beneficios de la empresa asociativa artesanal para que se constituyan en los pilares fundamentales para alcanzar el éxito.

### **4.3 Constitución de la empresa**

En cuanto a la constitución legalmente de la empresa artesanal y que la misma sea reconocida, debemos cumplir con ciertos parámetros y requisitos.

#### **4.3.1 Nombre o razón social de la empresa**

De acuerdo a la Ley de Economía Popular y Solidaria, en donde se indica que únicamente las formas de organización económica sujetas a la presente Ley, se podrán utilizar en sus denominaciones las palabras unidad socioeconómica popular, organización comunitaria, asociación, cooperativa o abreviaciones y logos que las identifiquen (Ley de la Economía Popular y Solidaria Ecuador, 2013)

El Nombre que la empresa asociativa por la cual se conocerá será: Empresa asociativa Creer & Crear.

#### **4.3.2 Tipo de sociedad**

La empresa asociativa Creer & Crear, se establecerá como una asociación, que basado en el artículo 13, de la Ley de la Economía Popular y Solidaria, indica que las formas de organización, de los sectores asociativo y cooperativista, son sociedades de personas con derecho privado, cuya finalidad es social, ejercen actividades económicas, como empresas auto gestionadas por sus socios y se diferencian de las empresas públicas y privadas, en cuanto a sus relaciones internas, fines y normas jurídicas aplicables. (Ley de la Economía Popular y Solidaria Ecuador, 2013)

##### **4.3.2.1 Asociaciones**

En la ley de Economía Popular y Solidaria, basada en el Artículo 2, indica que son formas de organización de la economía popular y solidaria y están sujetan a la presente ley, (Ley de la Economía Popular y Solidaria Ecuador, 2013), a continuación se detalla normativas:

- a) Las organizaciones constituidas por familias, grupos humanos o pequeñas comunidades fundadas en identidades étnicas, culturales y territoriales, urbanas o rurales, dedicadas a la producción de bienes o de servicios, orientados a satisfacer sus necesidades de consumo y reproducir las condiciones de su entorno próximo, tales como, los comedores populares, las organizaciones de turismo comunitario, las comunidades campesinas, los bancos comunales, las cajas de ahorro, las cajas solidarias, entre otras, que constituyen el Sector Comunitario;
  
- b) Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que fusionan sus escasos recursos y factores individualmente insuficientes, con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, tales como, microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, entre otras, que constituyen el Sector Asociativo;

Se excluyen de la economía popular y solidaria, las formas asociativas gremiales, profesionales, laborales, culturales, deportivas, religiosas, entre otras, cuyo objeto social principal, no sea la realización de actividades económicas de producción de bienes y servicios o no cumplan con los valores, principios y características que sustentan la economía popular y solidaria. (Ley de la Economía Popular y Solidaria, 2013)

En base a lo expuesto, se puede determinar que nuestra empresa asociativa podrá acogerse a la ley con la finalidad de producir o comercializar productos como una empresa asociativa.

#### **4.3.3 Estructura jurídico económico solidario**

En la ley de Economía Popular y Solidaria, basada en según el Artículo 14, manifiesta que las formas de organización, que se efectúen con sus miembros, o entre ellas, no constituyen actos mercantiles de transferencia de bienes o prestación de servicios, sino

actos económicos solidarios de distribución o partición; en cambio, las que efectúen con terceros, constituyen actos mercantiles o de comercio. (Ley de la Economía Popular y Solidaria, 2013)

En la legislación aplicable se basa en el Artículo 16, indica que las relaciones entre los integrantes de las organizaciones comunitarias, asociativas o cooperativistas; entre éstos y dichas organizaciones; y, entre ellas, se regulan por la presente Ley y, en caso de insuficiencia normativa, por el Derecho y la Doctrina Cooperativa y por el Derecho Común, siempre que no se oponga a la naturaleza jurídica y económica de estas organizaciones. (Ley de la Economía Popular y Solidaria Ecuador, 2013)

Con conocimiento de la legislación, podemos estar seguros que nuestra empresa puede tramitar su funcionamiento.

#### **4.3.3.1 Requisitos para la constitución de una microempresa asociativa**

Los requisitos para la constitución de una microempresa asociativa, se presentan a continuación:

- ✓ Solicitud de aprobación dirigida al señor relaciones laborales;
- ✓ Acta constitutiva de la entidad, en original y una copia, certificadas por el Secretario, debe constar los nombres y apellidos completos de los fundadores, el nombramiento del directorio provisional, y las firmas autógrafas de los concurrentes y número de cédula de identidad;
- ✓ Se debe presentar dos ejemplares del estatuto debidamente certificados por el Secretario, conteniendo:
  - Denominación y domicilio.
  - Fines.
  - Derechos y obligaciones de los socios.
  - Estructura y organización interna.

- Patrimonio económico.
  - Causas de disolución y liquidación.
  - Las demás disposiciones que los socios consideren necesarias, siempre que no se opongan al orden público, las leyes y a las buenas costumbres;
- ✓ Dos ejemplares de la lista de socios fundadores, en la que conste: Si son personas naturales, los nombres y apellidos, el domicilio, cédula de identificación, el valor del aporte económico y la firma. Si son personas jurídicas, la razón social, el registro único de contribuyentes, nombramiento del representante legal y copias de los documentos de identificación;
  - ✓ Certificado de apertura de la cuenta de integración del aporte a los socios, en una cooperativa y/o la declaración de los bienes debidamente valorados, que los socios aportan.

#### **4.3.3.2 Requisitos de la directiva de la microempresa asociativa**

La microempresa asociativa, una vez presentada la documentación, dentro de los siguientes treinta días a la elección de su directiva, tiene que registrarse en el Ministerio de Relaciones Laborales, adjuntando la siguiente documentación:

- ✓ Solicitud de registro, dirigido al señor ministro de relaciones laborales;
- ✓ Convocatoria a elecciones;
- ✓ Acta de asamblea en la que se eligió la directiva, haciendo constar los nombres y firmas de los socios asistentes, debidamente certificado por el secretario;
- ✓ Copia simple del acuerdo ministerial, mediante el cual se otorgó la personería jurídica.

En caso de conflictos internos, el Ministerio de Relaciones Laborales, solicitará los documentos adicionales y realizará las gestiones y verificaciones necesarias para comprobar la seriedad de la elección y efectuar el registro solicitado. Para los casos de

duda convocará a una asamblea general de socios para una nueva elección (Ministerios de relaciones laborales, 2014)

#### **4.3.3.3 Registro en inclusión y exclusión de socios**

La microempresa asociativa, que haya aceptado nuevos socios, debe presentar:

- ✓ Comunicación dirigida al Ministro, haciendo conocer la admisión de nuevos socios;
- ✓ Copia de la solicitud del aspirante, copia de la cédula de identidad, y certificación de la microempresa del valor aportado en bienes o efectivo;
- ✓ Copia de acta debidamente certificada por el Secretario, en la que se acepta nuevos socios;
- ✓ Copia certificada del registro de la directiva en funciones. En caso de renuncia, exclusión o expulsión de socios, la microempresa asociativa, debe cumplir con los siguientes requisitos:
- ✓ Comunicación dirigida al Ministro haciendo conocer la renuncia, exclusión o expulsión del socio;
- ✓ Acta en la que se acepta la renuncia, exclusión o expulsión del socio, debidamente certificada por el Secretario;
- ✓ Copia certificada del registro de la directiva en funciones.

Recibida la documentación, el Ministro de Relaciones Laborales en el término de quince días y previo el cumplimiento de los requisitos aquí determinados, aprobará el estatuto y ordenará su registro en el libro correspondiente de la Dirección Jurídica de Trabajo y Empleo. (Ministerios de relaciones laborales, 2014)

Las microempresas asociativas, podrán adquirir materia prima, promover y comercializar bienes y servicios, en los mercados nacionales e internacionales, también podrán participar activamente en los programas de compras estatales, las entidades estatales están obligadas a calificar como proveedores a los microempresarios y a las microempresas asociativas, el objetivo es organizar

corporaciones micro-empresariales para presentar sus ofertas y participar en contratos especialmente con las entidades públicas.

Para que las microempresas puedan gozar de los beneficios, deberán registrarse en el Ministerio de Relaciones Laborales, el que los calificará como microempresarios.

El Registro actualizado será credencial suficiente para los beneficios de crédito, de capacitación, de afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS; el Ministerio de Relaciones Laborales abrirá y mantendrá un archivo con los registros que otorgue a las microempresas, personas jurídicas o naturales, o a las microempresas asociativas. (Ministerio de Relaciones Laborales, 2013)

#### **4.3.4 Patente municipal**

La Patente Municipal es un documento obligatorio para las personas naturales como jurídicas, que quieran establecer un negocio en Quito, el pago y su vigencia es anual.

El pago de la Patente municipal se lo puede realizar en instituciones que mantienen convenios con la municipalidad, como por ejemplo en bancos, cooperativas de ahorro y crédito y mutualistas, y el plazo para la obtención de la mencionada patente es de 5 días laborables.

##### **4.3.4.1 Tipos de patentes**

Existen cuatro tipos de patentes, que a continuación se detallan:

- ✓ Patentes comerciales: Son usadas por tiendas y negocios de compra venta en general.
- ✓ Patentes industriales: Son usadas por negocios, cuya actividad es la producción o manufacturas, entre ellas se encuentran las fábricas de productos, alimentos, panaderías, etc.

- ✓ Patentes profesionales: Son usadas por profesionales en su ámbito de profesión, entre ellos se encuentran los profesionales que realizan consultas médicas, quienes realizan estudios de arquitectura, o estudios de abogado.
- ✓ Patentes de alcoholes: Son usadas, para aquellos que son propietarios de bares, licorerías, restaurantes donde se expendan bebidas alcohólicas.
- ✓ Teniendo en cuenta estos cuatro tipos de patentes, la empresa Creer & Crear, deberá obtener la Patente Industrial para poder dedicarse a la producción y comercialización de artesanías decorativas.

#### **4.3.4.2 Requisitos para la obtención de la patente**

- ✓ Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- ✓ Escritura de constitución de la compañía (Original y copia).
- ✓ Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- ✓ Copia del certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal.
- ✓ Formulario de declaración del impuesto por patentes (Original y copia).
- ✓ Documento que acredite el título por el que se ocupa el local: certificado de dominio, contrato de arriendo, etc.
- ✓ Informe de factibilidad, permiso de edificación y recepción final del inmueble donde se desarrollará el negocio, otorgado por la dirección de obras de la Municipalidad

#### **4.3.5 Registro único de contribuyentes ruc**

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y jurídicas que realicen actividades económicas en el Ecuador, puede ser en forma permanente u ocasional, pueden ser titulares de bienes o derechos, los cuales estén expuestos a pagar impuestos.

Es un documento que sirve para identificar a los contribuyentes frente a la Administración Tributaria, es decir se registra toda la información sobre el

contribuyente, entre ellas están: la descripción de las actividades económicas que ejerce e indica la dirección donde realiza la actividad económica, entre otras.

#### **4.3.5.1 Requisitos para la obtención del Ruc**

##### **Identificación para personas naturales artesano**

Únicamente los artesanos que tienen calificación de la Junta Nacional de Defensa del Artesano pueden acogerse al artículo 56 de la LORTI, el cual indica que son válidos los certificados de renovación de la calificación artesanal emitidos por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, siempre que consten todos los datos de la calificación (SRI, 2014)

#### **4.3.6 Licencia artesanal**

La Calificación Artesanal es la certificación que concede la Junta Nacional de Defensa del Artesano a los Maestros de Taller o Artesanos Autónomos, estos maestros de Taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal, ya que la no renovación de ésta tiene como consecuencia que los Artesanos se desamparen de la Ley de Defensa del Artesano y por tanto del goce de los beneficios que ésta les concede. (Artesanos Ecuador, 2013)

#### **4.3.7 Requisitos para la calificación y recalificación del taller artesanal**

Para obtener la calificación de un Taller Artesanal, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- ✓ Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos (adquirir el formulario en la Junta)
- ✓ Copia del Título Artesanal
- ✓ Carnet actualizado del gremio
- ✓ Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía
- ✓ Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)

- ✓ Foto a color tamaño carnet
- ✓ Tipo de sangre
- ✓ En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior  
(Artesanos Ecuador, 2013)

#### **4.3.7.1 Beneficios**

- ✓ Exoneración de pago de decimotercero, décimo cuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- ✓ Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- ✓ Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas. (Barreno J, 2013)

#### **4.3.7.2 Beneficios sociales**

- ✓ Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices
- ✓ Acceso a las prestaciones del seguro social
- ✓ Extensión del seguro social al grupo familiar
- ✓ No pago de fondos de reserva (Artesanos Ecuador, 2013)

#### **4.3.7.3 Beneficios tributarios**

- ✓ Facturación con tarifa 0% (I.V.A)
- ✓ Declaración semestral del I.V.A
- ✓ Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías
- ✓ Exoneración del pago de impuesto a la renta
- ✓ Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales
- ✓ Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal. (Relaciones laborales, 2013)

#### **4.3.8 Código orgánico de la producción, comercio e inversiones**

Con respecto al Ámbito, según el artículo 1, la normativa es para todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El proceso productivo desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el

aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas.

Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. (Ley de la Economía Popular y Solidaria Ecuador, 2013)

Según el artículo 3. Objeto, dice: el presente código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen vivir.

#### **4.3.9 Licencia única actividades económicas**

La Licencia Única Actividades Económicas es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el municipio del distrito metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del distrito. (Servicios ciudadanos de distrito metropolitano de Quito, 2014)

##### **4.3.9.1 Permisos administrativos**

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía.

#### **4.3.10 Licencia metropolitana de funcionamiento**

Esta licencia, es otorgada por el Municipio de Quito.

La licencia de funcionamiento es la autorización que otorga la municipalidad para el desarrollo de cualquier actividad económica con o sin fines de lucro en un establecimiento determinado, a favor del titular de la misma. Podrá solicitar licencia de funcionamiento que incluyan más de un giro, siempre y cuando estos sean a fines o complementarios. La licencia de funcionamiento es otorgada por cada establecimiento en donde usted desea desarrollar una actividad económica.

La Municipalidad evaluará dos aspectos para el otorgamiento de la licencia, la zonificación y compatibilidad de uso y las condiciones de seguridad del establecimiento en Defensa Civil, cualquier otro aspecto adicional será materia de fiscalización posterior. (Servicio Ciudadano, 2012)

##### **4.3.10.1 Requisitos para la obtención de la licencia metropolitana de funcionamiento**

- ✓ Formulario único de licencia metropolitana de funcionamiento.
- ✓ Copia del Ruc.
- ✓ Copia de escritura de constitución.
- ✓ Copia de la cédula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- ✓ Informe de compatibilidad de uso de suelo.
- ✓ Carné de salud del personal que manipula los alimentos, para los establecimientos que requieren control sanitario.

##### **4.3.10.2 Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior**

- ✓ Autorización notariada del dueño del predio, en caso de no ser local propio.
- ✓ Autorización notariada de la asamblea de copropietarios o del administrador como representante legal (en caso de propiedad horizontal).
- ✓ Dimensiones y fotografía de la fachada del local (para establecimientos con publicidad existente).

- ✓ Dimensiones de cómo quedara la publicidad.

#### **4.4 La empresa y su organización**

##### **4.4.1 Misión**

Contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas de la tercera edad, impulsando su desarrollo personal y profesional por medio de la fabricación de artesanías decorativas, que desarrolla sus procesos con los estándares más altos y exigentes de calidad, de forma artesanal alcanzando continuamente una mayor participación en el mercado nacional y el posicionamiento de la marca como la mejor empresa artesanal, con el fin de ofrecer un producto apoyado de un recurso humano motivado y comprometido, persiguiendo los fines organizacionales.

##### **4.4.2 Visión**

En cinco años se pretende alcanzar un estándar de calidad, ser una empresa líder en el 2019, cuya marca sea líder en la fabricación y comercialización de artesanías decorativas realizadas por las personas de la tercera edad para el mercado de la parroquia Kennedy, en la ciudad de Quito, con un producto altamente atractivo y de calidad.

Generando un apoyo al Plan Nacional del buen vivir, obteniendo una rentabilidad para la empresa y para el personal de la tercera edad, logrando un personal motivado e identificado con la empresa aportando en todo momento un servicio de excelencia.

##### **4.4.3 Valores**

Valores y principios de acuerdo a su definición son objeto de actitud y comportamiento (Granjo J, 2013), en el proyecto serán publicados regidos al pensamiento o comportamiento de los miembros de la empresa, fortaleciendo la misión de nuestra empresa asociativa, a continuación:

- ✓ **Lealtad:** este valor es muy importante que los miembros de la empresa tengan desarrollados, puesto que su lealtad se reflejará en el trabajo diario, demostrando que desean cumplir la misión de la empresa.
- ✓ **Puntualidad:** Todo los valores se enseñan con el ejemplo, es el que vamos a exigir, puesto que forma parte del respeto hacia los demás, es decir, se refleja la importancia de nuestra razón de ser, los clientes.
- ✓ **Calidad:** para el fortalecimiento de nuestra misión, estamos implementando calidad como valor, puesto va en función del desempeño administrativo, organizacional y de producción, es decir, la calidad se va reflejando día a día, en la satisfacción de nuestro cliente que la razón de ser.
- ✓ **Honestidad:** la honestidad es un valor que depende de nosotros, como seres humanos, abarca parte de la responsabilidad, y en la decisión personal.
- ✓ **Comunicación:** Es un valor fundamental en el cual se puede transmitir información, sirve para definir las relaciones comerciales, entre los miembros de la empresa y los clientes.

#### 4.4.4 Principios

La empresa sustenta su desempeño sobre el cumplimiento estricto a los siguientes principios:

- ✓ Nuestra misión y visión son las herramientas fundamentales para dirigir todos los esfuerzos, en el mediano y largo plazo.
- ✓ Las normas se respetan y los compromisos se cumplen
- ✓ Mejorar nuestra imagen, innovando nuestras tendencias.
- ✓ Fomentar un ambiente de armonía, considerando que el recurso humano es el elemento más importante para la organización

#### 4.4.5 Objetivos estratégicos

- ✓ Fomentar el desarrollo social y económico a través de la generación de fuentes de empleo bajo un enfoque que permita la integración de las personas de la tercera edad en la sociedad.

- ✓ Mejorar el autoestima de las personas de la tercera edad, mediante la inclusión del presente proyecto, permitiendo su desarrollo personal
- ✓ Lograr la satisfacción de las necesidades de los potenciales clientes, fortaleciéndose mediante alianzas estratégicas

#### 4.4.6 Mapa estratégico

La estrategia de una empresa se describe de qué forma se tiene intención de crear valor sostenido para sus accionistas. Por tanto deben potencializarse los activos intangibles de la empresa, como los mecanismos fundamentales para la creación de ese valor.

#### 4.5 Estructura orgánica de la empresa

En función del tamaño de la empresa se puede establecer ciertas características, existen varias categorías como, artesanal, pequeña, mediana y grandes empresas, por tal motivo nuestra empresa Creer & Crear, presenta el siguiente modelo organizacional de tipo vertical.

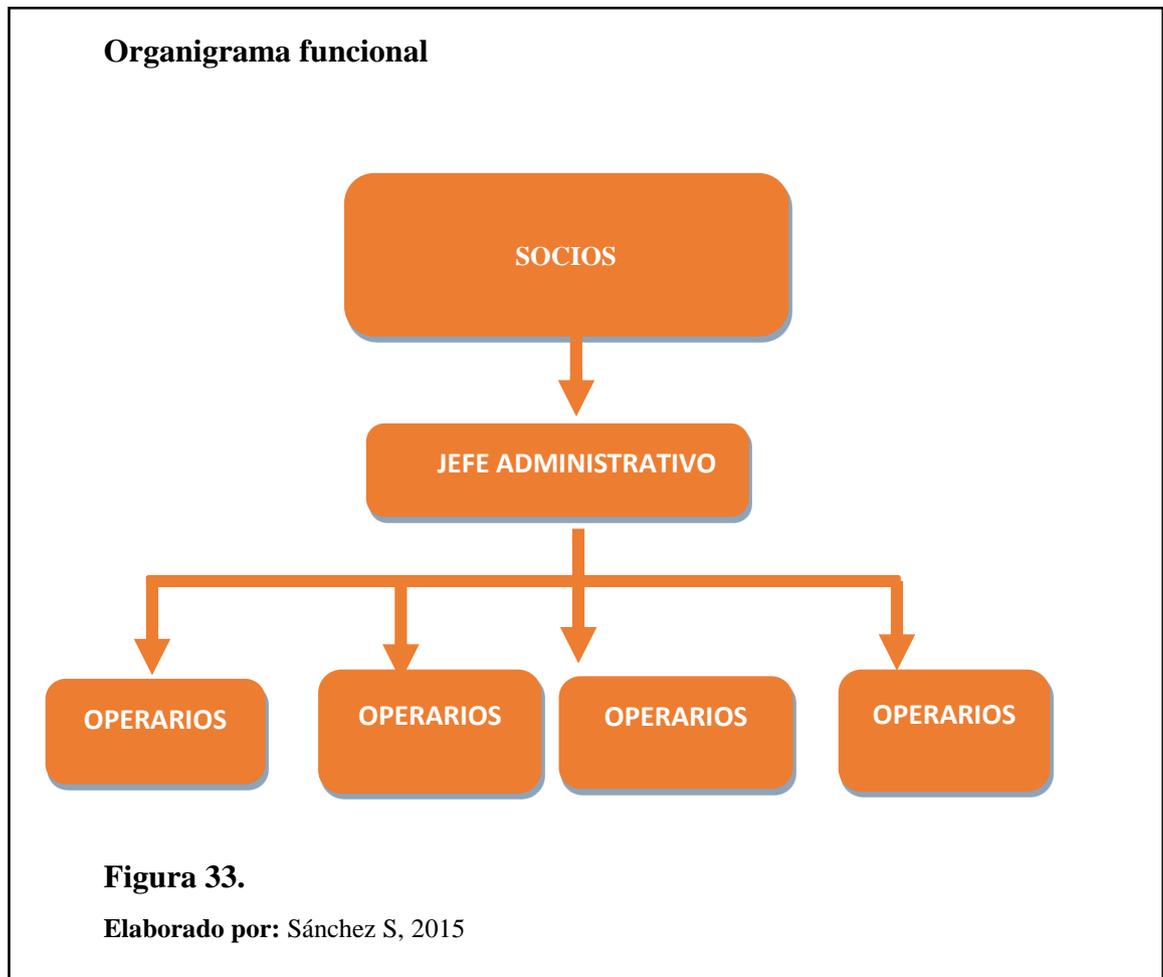
##### 4.5.1 Organigrama estructural

El organigrama estructural va en función de las jerarquías, la empresa asociativa Creer & Crear, presenta el siguiente modelo del organigrama estructural de tipo vertical.



#### 4.5.2 Organigrama funcional

El organigrama funcional se sustenta en la autoridad, es decir, quien manda y quien obedece, (Basurto A, 2000, pág. 334), por lo que la empresa Creer & Crear presente el siguiente organigrama funcional:



#### 4.5.3 Manual de funciones

En el manual de funciones se describen las funciones de cada uno de los puestos establecidos, incluyendo el título del cargo, las actividades que contiene la descripción del puesto.

La empresa Creer & Crear presenta el manual de funciones:

**Jefe administrativo**

**Perfil:**

### **Conocimientos básicos:**

- Administración empresarial.
- Investigación de mercado
- Gestión de calidad.
- Negociación avanzada.
- Paquete de sistemas informáticos: excel, word, power point, internet (avanzado).

### ✓ **Educación formal:**

Título superior en: Administración de empresas, finanzas, marketing.

### ✓ **Experiencia:**

De 1 años en jefaturas o gerencias en áreas similares.

### ✓ **Edad:**

Edad comprendida entre 30 a 35 años

### ✓ **Propósito:**

Representar legalmente a la empresa, que se dedica a la fabricación y comercialización de artesanías decorativas, realizada por las personas de la tercera edad, dirigir, planificar, organizar, y controlar todas las actividades del negocio establecidas.

### **Descripción de las funciones y responsabilidades:**

- ✓ Representar legalmente a la empresa
- ✓ Tomar decisiones de estrategias y alianzas comerciales
- ✓ Planificar, ejecutar y evaluar, los programas de la empresa.
- ✓ Seguimiento permanente hacia el logro de los objetivos de la empresa.
- ✓ Aprueba y hace cumplir el presupuesto establecido por la empresa.
- ✓ Buscar fuentes de financiamiento e inversión más rentables para el negocio.
- ✓ Administra del recurso humano de la compañía: reclutamiento, selección, bajo su dirección y trabajando para el cumplimiento de los objetivos
- ✓ Realizar estudios de mercado potenciales para ampliar la cobertura.
- ✓ Manejo de los aspectos legales de la compañía y sus socios.

- ✓ Informe periódico sobre resultados obtenidos a la Junta General de Accionistas.
- ✓ Realizar la revisión y análisis de los Estados Financieros de la empresa

#### **Descripción de las funciones y responsabilidades:**

- ✓ Cumplir con el presupuesto de ventas asignado.
- ✓ Manejo de nómina y roles de pago.
- ✓ Asegurar la excelencia en la promoción y publicidad del producto de la empresa.
- ✓ Realizar la ejecución del plan comercial, seguimiento y evaluación de los resultados obtenidos
- ✓ Realizar el pago al personal y a proveedores
- ✓ Administración de la caja chica de la organización.
- ✓ Atender las llamadas y el ingreso de personas a la organización.
- ✓ Emisión de información gerencial, financiera y contable.
- ✓ Generación de avisos de entrada y salida del personal de la organización.
- ✓ Definir las necesidades de material promocional y soporte técnico del producto
- ✓ Control de asistencia del personal que labora en la organización.
- ✓ Elaboración de facturas, declaraciones de impuestos, anexos transaccionales para el S.R.I. y otros pagos de tributos a organismos de control.
- ✓ Manejo de un calendario de cumplimiento de obligaciones con las entidades de control aplicables a la organización.
- ✓ Visitar a todos los clientes (activos y/o potenciales) de acuerdo a la zona y mantenerles informados acerca del producto.

#### **Operarios**

##### **Perfil:**

- ✓ **Conocimientos básicos:**  
Conocimiento en operación de máquinas.
- ✓ **Educación formal:**  
Secundaria o bachillerato.

✓ **Experiencia:**

No requiere experiencia

✓ **Edad:**

Entre 50 a 70 años.

✓ **Propósito:**

Responsable en cumplir con las metas de fabricación establecidas por la organización, desarrollar en forma excelente la fabricación del producto y principalmente cuidar y avisar el buen funcionamiento de las máquinas.

**Descripción de las funciones y responsabilidades:**

- ✓ Reportar a tiempo si existe fallas en la máquinas de producción
- ✓ Recibir la materia prima con la documentación establecida.
- ✓ Mantener el orden y la limpieza dentro del proceso de producción del producto.
- ✓ Llevar un inventario de la materia prima
- ✓ Responsable del cuidado y el buen estado de los materiales, máquinas y materias primas

**4.6 Análisis F.O.D.A. de la empresa**

**4.6.1 Fortalezas**

- Producto 100% Ecuatoriano
- Calidad en el servicio, que nuestros artesanos estén preocupados por brindar un servicio de excelencia, se vigilará la calidad del producto, que es lo que se caracterizará en nuestra imagen.
- Nuestro objetivo es mantener satisfecho al cliente, por lo que se preverá un stock de productos cuyo fin es la disponibilidad de nuestras artesanías.
- Nuestras artesanías decorativas son 100% artesanales, innovadoras, que nos permiten ser diferentes de la competencia, teniendo una buena acogida con personas de edades diferentes, enfocadas hacia la creación de nuevas fuentes de trabajo para las personas de la tercera edad.

#### **4.6.2 Oportunidades**

Las oportunidades de la empresa son:

- Épocas de mayor movimiento comercial, días especiales generan mayores ventas, como día de la madre, navidad, son las épocas de mayor demanda de nuestros productos
- En la producción nacional el apoyo del gobierno forma parte fundamental para que las empresas nacionales se puedan abrir nuevos mercados tanto en el ámbito internacional y nacional
- Artesanías fabricadas por personas de la tercera edad, genera apoyo en la producción, manteniendo una buena aceptación en los consumidores
- Plan Nacional del buen vivir, el plan nacional del gobierno beneficia la fabricación de nuestras artesanías

#### **4.6.3 Debilidades**

Las debilidades de la empresa son:

- Ausentismo en las personas de la Tercera Edad, puesto que se presentar ausentismos por enfermedad, fallecimiento u otros
- El incremento de precios en la materia prima podría encarecer las artesanías, lo que afectaría a la fabricación de las mismas.
- Los tabús de la sociedad, se puede presentar resistencia al cambio
- Limitada agilidad de cada persona de la tercera edad

#### **4.6.4 Amenazas**

Las amenazas de la empresa son:

- Competitividad, en el mercado, genera una mayor exigencia, frente a una barrera de crecimiento empresarial con mejores opciones.
- Productos sustitutos que logren generar una mejor opción, a menor precio, pero involucra una menor garantía
- La Inflación que disminuye el poder adquisitivo de la moneda, variando el índice de precios, lo que origina un limitante para el consumo, se puede generar una especulación por las medidas que se están estableciendo

- Exigencias del consumidor, tanto en las preferencias como afinidades, que pueden ocasionar que no se pueda cumplir con las expectativas de las necesidades del consumidor
- Falta de mercado para competir

## **CAPÍTULO 5**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

El análisis del estudio financiero consiste en identificar, ordenar y sistematizar la información del monto de los recursos económicos que se necesitarán para la realización del proyecto, determinando los ingresos, las inversiones y los costos totales que se incurrirán y en los que se pueda lograr deducir del estudio previo.

Para implementar la empresa asociativa Creer & Crear, se requiere el estudio financiero con el que se evaluará, la necesidad de una inversión, del financiamiento requerido, los costos, es decir poder establecer el punto de equilibrio, y en cuanto tiempo se realizará la recuperación de capital, valor actual neto, tasa interna de retorno, evaluación social y ambiental.

#### **5.1 Objetivos**

##### **5.1.1 Objetivo general**

Conocer el monto de los recursos económicos y de los ingresos, necesarios para la ejecución del proyecto, identificando los costos totales de operación del proceso de fabricación de artesanías decorativas realizadas por personas de la tercera edad, en el ámbito financiero, se pretende determinar la factibilidad para ejecución del proyecto.

##### **5.1.2 Objetivos específicos**

- ✓ Cuantificar las inversiones en activos fijos al igual que en capital de trabajo en las que incurrirá la empresa, llegando a determinar el financiamiento más ideal para su ejecución.

- ✓ Determinar el presupuesto de ingresos anuales, dado por las ventas que generará las artesanías decorativas, identificando los costos de producción por unidad producida
  
- ✓ Establecer el punto de equilibrio, con el fin de determinar un volumen de producción y venta, en el cual la empresa no sufra pérdida ni obtenga ganancia, apoyándose por un análisis financiero en base a indicadores, demostrando la rentabilidad y recuperación de la inversión.

## **5.2 Presupuesto de inversión**

El presupuesto de inversión, llegará a determinar la cantidad de recursos financieros necesarios para que el proyecto inicie sus operaciones; puesto que, llegará a contemplar los valores correspondientes a compra de activos fijos, gastos de constitución y capital de trabajo.

### **5.2.1 Inversión activos fijos**

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de prestación del servicio y que servirán de apoyo a la operación normal del proyecto.

La inversión en activos fijos de la Empresa asociativa Creer & Crear, se presenta a continuación.

**Tabla 29.**

**Inversión activos fijos**

<b>EMPRESA ASOCIATIVA CREER &amp; CREAR</b>			
<b>INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>Activos no corrientes</b>			
<b>Propiedad, planta y equipo</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
Máquinas de coser	4	\$ 255.00	\$ 1,020.00
Máquina de overlock	1	\$ 280.00	\$ 280.00
Tijeras industriales	5	\$ 20.00	\$ 100.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,400.00</b>
<b>EQUIPO DE PRODUCCION</b>			
Mesas de acero inoxidable	2	\$ 800.00	\$ 1,600.00
Cubetas de almacenamiento	5	\$ 14.00	\$ 70.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,670.00</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
Computadora	2	\$ 450.00	900.00
Impresora multifunción Lexmark	1	\$ 120.00	120.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,020.00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Escritorios	4	\$ 110.00	\$ 440.00
Silla gerencial	1	\$ 105.00	\$ 105.00
Sillas	3	\$ 45.00	\$ 135.00
Archivadores	2	\$ 60.00	\$ 120.00
Sillón de espera	2	\$ 55.00	\$ 110.00
Mesa de reuniones	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Mesa de madera	7	\$ 30.00	\$ 210.00
Mostrador de vidrio	1	\$ 80.00	\$ 80.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,350.00</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
Teléfono básico	1	\$ 45.00	\$ 45.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 45.00</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>\$ 5,485.00</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 5.2.1.1 Depreciación activos fijos

Conforme a los porcentajes de depreciación según el Art. 26 de L.O.R.T.I, se presenta la tabla de depreciación de activos fijos de la empresa asociativa Creer & Crear.

**Tabla 30.**

#### Detalle porcentajes de depreciación

**PORCENTAJES DE DEPRECIACIÓN SEGÚN ART.26  
L.O.R.T.I.**

<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>% DE DEPRECIACION</b>	<b>VIDA UTIL años</b>
Terreno	no se deprecia	
Edificio	5%	20 años
Maquinaria y equipo	10%	10 años
Muebles de oficina	10%	10 años
Equipo de oficina	10%	10 años
Equipo de computación	33%	3 años

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

De acuerdo a la NIC 16, los activos fijos están sometidos a la depreciación, para lo cual se aplicó el método de depreciación por línea recta, como se presenta a continuación. (Charles T. Horngren, 2007)

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor comercial} - \text{Valor residual}}{\text{Vida útil}}$$

La Empresa asociativa Creer & Crear a continuación se presenta las depreciaciones de activos fijos.

Se considera para la depreciación de activos fijos y equipo el 10 %.

**Tabla 31.**

**Depreciación maquinaria y equipo**

<b>DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>% Deprec.</b>	<b>Deprec. Anual</b>
Máquinas de coser	\$ 1,020.00	\$ 102.00	10%	\$ 91.80
Máquina de overlock	\$ 280.00	\$ 28.00	10%	\$ 25.20
Tijeras industriales	\$ 100.00	\$ 10.00	10%	\$ 9.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,400.00</b>	<b>\$ 140.00</b>	<b>10%</b>	<b>\$ 126.00</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

**Tabla 32.**

**Depreciación equipo de producción**

<b>DEPRECIACIÓN EQUIPO DE PRODUCCIÓN</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>% Deprec.</b>	<b>Deprec. Anual</b>
Mesas en acero inoxidable	\$ 1,600.00	\$ 160.00	10%	\$ 144.00
Cubetas de almacenamiento	\$ 70.00	\$ 7.00	10%	\$ 6.30
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,670.00</b>	<b>\$ 167.00</b>	<b>10%</b>	<b>\$ 150.30</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

**Tabla 33.**

**Depreciación equipo de oficina**

<b>DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>% Deprec.</b>	<b>Deprec. Anual</b>
Teléfono básico	\$ 45.00	\$ 4.50	10%	\$ 4.05
<b>Total</b>	<b>\$ 45.00</b>	<b>\$ 4.50</b>		<b>\$ 4.05</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

**Tabla 34.**

**Depreciación equipo de computación**

Se considera al equipo de computación para la depreciación en un 33 %.

<b>DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>% Deprec.</b>	<b>Deprec. Anual</b>
Computadoras	\$ 900.00	\$ 299.97	33%	\$ 200.01
Impresora multifunción Lexmark	\$ 120.00	\$ 40.00	33%	\$ 26.67
<b>Total</b>	<b>\$ 1,020.00</b>	<b>\$ 339.97</b>		<b>\$ 226.68</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

**Tabla 35.**

**Depreciación muebles y enseres**

Se considera a los muebles y enseres para la depreciación en un 10 %.

<b>Depreciación muebles y enseres</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>% Deprec.</b>	<b>Deprec. Anual</b>
Escritorios de oficina	\$ 220.00	\$ 22.00	10%	\$ 19.80
Escritorios gerenciales	\$ 220.00	\$ 22.00	10%	\$ 19.80
Sillas gerenciales	\$ 105.00	\$ 10.50	10%	\$ 9.45
Sillas	\$ 135.00	\$ 13.50	10%	\$ 12.15
Sillón de espera (3 en 1)	\$ 110.00	\$ 11.00	10%	\$ 9.90
Mesa de madera	\$ 210.00	\$ 21.00	10%	\$ 18.90
Mesa de reuniones	\$ 150.00	\$ 15.00	10%	\$ 13.50
Archivadores	\$ 120.00	\$ 12.00	10%	\$ 10.80
Mostrador de vidrio	\$ 80.00	\$ 8.00	10%	\$ 7.20
<b>Total</b>	<b>\$ 1,350.00</b>	<b>\$ 135.00</b>		<b>\$ 121.50</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

## 5.2.2 Gastos de constitución

Tabla 36.

### Gastos de constitución

Gastos de Constitución			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Notaria	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Aprobación del nombre o razón social	1	\$ 10.00	\$ 10.00
Estatuto de constitución	1	\$ 20.00	\$ 20.00
Inscripción Registro Mercantil	1	\$ 70.00	\$ 70.00
Nombramientos	1	\$ 20.00	\$ 20.00
Tres copias Notaria	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Obtención RUC	1	\$ 10.00	\$ 10.00
Obtención Permiso Municipal	1	\$ 15.00	\$ 15.00
Obtención Permiso de Funcionamiento	1	\$ 22.90	\$ 22.90
Honorarios del abogado	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Patente Municipal	1	\$ 330.00	\$ 330.00
<b>Total</b>		\$ 947.90	\$ 947.90

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

## 5.2.3 Capital de trabajo

Según la definición de capital de trabajo, intervienen el capital de traja bruto, identificando al activo corriente de la empresa y el capital de trabajo neto, identificándolo como activo corriente menos pasivo corriente, este último llega a mostrar la liquidez de la empresa de manera aproximada. (Tanaka G, 2000, pág. 210)

Para el cálculo de capital de trabajo, el método que utilizaremos es el del período de desfase, puesto que permite calcular la cuantía de la inversión que debe financiarse desde el instante en que se adquiere los insumos hasta el momento en que se recupera el capital invertido.

Nuestro período de desfase es de 60 días, donde 30 días, serán de crédito con los proveedores, de acuerdo al ciclo de efectivo, los 15 días por el periodo de rotación de materia prima y otros 15 días por la rotación del producto terminado.

✓ **Cálculo inversión capital de trabajo:**

**Capital de trabajo** = (Costo total del año / 365 días) x Número de días de desfase

**Capital de trabajo** = (\$ 87.847,30 / 365) \* 60

**Capital de trabajo** = \$14.440.65

Entonces el monto de la inversión precisa para financiar la primera producción es por:

\$ 14.440.65

El capital de trabajo de la empresa Creer & Crear, se presenta a continuación.

**Tabla 37.**

**Capital de trabajo**

<b>Empresa asociativa "CREER &amp; CREAR"</b>		
<b>Capital de trabajo</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Sub Total</b>	<b>Total</b>
<b>Costos directos</b>		<b>\$ 36.192,00</b>
Materia prima	\$ 19.200,00	
Mano obra directa	\$ 16.992,00	
<b>Costos indirectos de fabricación</b>		<b>\$ 49.850,10</b>
Materiales indirectos	\$ 23.700,00	
Servicios públicos	\$ 480,90	
Teléfono e internet	\$ 540,00	
Arriendo	\$ 1.800,00	
Mano obra directa	\$ 16.992,00	
Mano de obra indirecta	\$ 6.337,20	
<b>Gastos administrativos</b>		<b>\$ 1.177,20</b>
Suministros de oficina	\$ 129,10	
Suministros de aseo	\$ 100,20	
Gastos de constitución	\$ 947,90	
<b>Gasto de ventas</b>		<b>\$ 628,00</b>
Publicidad	\$ 628,00	
<b>Total capital de trabajo anual</b>		<b>\$ 87.847,30</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 5.2.3.1 Resumen del capital de trabajo

**Tabla 38.**

#### Resumen del capital de trabajo

<b>Resumen del capital de trabajo</b>	
<b>(Año 2015 en dólares)</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor Anual</b>
Costos directos	\$ 36.192,00
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 49.850,10
Gastos Administrativos	\$ 1.177,20
Gasto de Ventas	\$ 628,00
<b>Total</b>	<b>\$ 87.847,30</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 5.2.3.2 Inversión inicial del proyecto

**Tabla 39.**

#### Inversión inicial del proyecto

<b>Inversión inicial del proyecto</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Inversión en Activos Fijos	\$ 5.485,00
Inversión Capital de trabajo	\$ 14.440,65
<b>Total</b>	<b>\$ 19.925,65</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

## 5.3 Financiamiento

Una de las fuentes de financiamiento puede ser el financiamiento directo, en el cual el inversionista puede proponer de una manera adecuada, la forma de analizar cuál es el volumen de la inversión total. Se debe relacionar los recursos propios disponibles. El financiamiento con capital propio, será del 100%, cubierto por los socios.

**Tabla 40.**

**Financiamiento**

<b>Financiamiento</b>			
<b>TIPO DE CAPITAL</b>	<b>APORTE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Capital Propio		\$ 19.925,65	
Stephani Sánchez Armas	\$ 9.962,83		50%
Geovanny Albuja Ruales	\$ 9.962,83		50%
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>		<b>\$ 19.925,65</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

**5.4 Costos operacionales y no operacionales**

Los costos operaciones, hacen referencia al dinero que la empresa debe desembolsar para la ejecución de las actividades.

**5.4.1 Compra de materia prima**

El proveedor de la materia prima, la cual nos proveerá semanalmente, nos concederá un plazo de 30 días para realizar el pago, considerando que para la elaboración del producto artesanías decorativas por las personas de la tercera edad, como se expresa en la siguiente tabla.

**Tabla 41.**

**Compra materia prima directa**

<b>INSUMO</b>	<b>CANTIDAD UNITARIA</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIOS</b>	<b>COSTOS MENSUALES</b>	<b>COSTOS ANUALES</b>
Tela decorativa	400	4800	metros	\$ 2,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Canasta de mimbre	400	4800	Unidades	\$ 2,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 4,00</b>	<b>\$ 2.800,00</b>	<b>\$ 19.200,00</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

Por lo tanto, para elaborar una artesanía decorativa (panera), se necesitarán 1 metro de tela, a un valor total de \$2.00, canasta de mimbre, por un valor de \$2.00.

## 5.5 Presupuesto anual para la compra de materia prima

Se consideró la tasa de inflación del 3,67%, para obtener la proyección del presupuesto anual, para la compra de los insumos de materia prima, como se detalla a continuación:

**Tabla 42.**

### Presupuesto anual compra materia prima directa

Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Tela Decorativa	\$ 9.600,00	\$ 9.952,32	\$ 10.317,57	\$ 10.696,22	\$ 11.088,78
Canasta de Mimbre	\$ 9.600,00	\$ 9.952,32	\$ 10.317,57	\$ 10.696,22	\$ 11.088,78
<b>Total</b>	<b>\$ 19.200,00</b>	<b>\$ 19.904,64</b>	<b>\$ 22.652,14</b>	<b>\$ 23.410,45</b>	<b>\$ 24.196,55</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 5.5.1 Materiales indirectos

En lo referente a la materia prima indirecta, el proveedor de la misma será el local Comercial Almacén Rossy Arte y Hobby, la cual nos hará la entrega de los materiales indirectos quincenalmente. Los materiales indirectos, están conformados por las cabezas de muñeca, silicona, encaje, botones que servirán para la terminación de las artesanías decorativas, la forma de pago con los proveedores será el 50% al pedido y 50% a la entrega del mismo.

**Tabla 43.**

### Compra materiales indirectos

INSUMO	CANTIDAD UNITARIA	CANTIDAD ANUAL	CANTIDAD	COSTOS UNITARIOS	COSTOS MENSUALES	COSTOS ANUALES
Esponja	200	2400	metros	\$ 1,50	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Cabeza de Muñeca	400	4800	Unidades	\$ 0,90	\$ 360,00	\$ 4.320,00
Plumón	400	4800	gramos	\$ 2,50	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Cinta	400	4800	metros	\$ 0,60	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Silicona 250gr.	50	600	Unidades	\$ 1,50	\$ 75,00	\$ 900,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 7,00</b>	<b>\$ 1.975,00</b>	<b>\$ 23.700,00</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

Por lo tanto, el costo unitario de cada artesanía decorativa, cara de muñeca \$0.90, 400 gr de plumón por un valor \$2.50, 200 metros de esponja por un valor de \$1.50 y un metro de cinta con encaje por un valor de \$0.60, este es el costo unitario de materia prima para elaborar una artesanía decorativa.

### 5.5.2 Presupuesto anual para la compra de materiales indirectos

Considerando la tasa de inflación del 3,67%, se presenta el presupuesto anual para la compra de materiales indirectos, como se detalla a continuación.

**Tabla 44.**

#### Presupuesto anual compra materiales indirectos

Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Esponja	\$ 3.600,00	\$ 3.732,12	\$ 3.869,09	\$ 4.011,08	\$ 4.158,29
Cabeza de Muñeca	\$ 4.320,00	\$ 4.478,54	\$ 4.642,91	\$ 4.813,30	\$ 4.989,95
Plumón	\$ 12.000,00	\$ 12.440,40	\$ 12.896,96	\$ 13.370,28	\$ 13.860,97
Cinta	\$ 2.880,00	\$ 2.985,70	\$ 3.095,27	\$ 3.208,87	\$ 3.326,63
Silicona 250gr.	\$ 900,00	\$ 933,03	\$ 967,27	\$ 1.002,77	\$ 1.039,57
<b>Total</b>	<b>\$ 23.700,00</b>	<b>\$ 24.569,79</b>	<b>\$ 25.471,50</b>	<b>\$ 26.406,31</b>	<b>\$ 27.375,42</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 5.5.3 Suministros de oficina

Con la finalidad de que la empresa, se desenvuelva en las mejores condiciones y que los empleados puedan realizar sus funciones normalmente, se les proveerá de los siguientes suministros de oficina.

**Tabla 45.**

#### Detalle suministros de oficina

Suministros de oficina					
Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Mensual	Anual
Papeleras	3	Unidades	\$ 5,00	\$ 1,25	\$ 15,00
Grapadoras	3	Unidades	\$ 4,25	\$ 1,06	\$ 12,75
Perforadoras	3	Unidades	\$ 3,50	\$ 0,88	\$ 10,50
Resma de hojas (Papel Bond)	5	Unidades	\$ 4,50	\$ 1,88	\$ 22,50
Carpetas Archivadores Oficio	5	Unidades	\$ 2,15	\$ 0,90	\$ 10,75
Saca Grapas	3	Unidades	\$ 1,50	\$ 0,38	\$ 4,50
Sobres(100 unidades)	1	Paquete	\$ 3,00	\$ 0,25	\$ 3,00
Blog de notas	1	Cuadernos	\$ 2,10	\$ 0,18	\$ 2,10
Cartuchos	2	Unidades	\$ 24,00	\$ 4,00	\$ 48,00
<b>Total</b>			<b>\$ 50,00</b>	<b>\$ 10,76</b>	<b>\$ 129,10</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

#### 5.5.4 Suministros de aseo

Se presentan el detalle de suministros de aseo

**Tabla 46.**

#### Detalle suministros de aseo

Suministros de Aseo					
Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Mensual	Anual
Escoba de plástico	6	Unidades	\$ 3,50	\$ 1,75	\$ 21,00
Trapeador	6	Unidades	\$ 4,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Detergente en polvo	2	Kg.	\$ 2,85	\$ 0,48	\$ 5,70
Desinfectante líquido	2	litros	\$ 3,25	\$ 0,54	\$ 6,50
Fundas de basura (10 unidades)	2	Paquetes	\$ 1,25	\$ 0,21	\$ 2,50
Pala de recoger basura	2	Unidades	\$ 4,25	\$ 0,71	\$ 8,50
Basureros	4	Unidades	\$ 8,00	\$ 2,67	\$ 32,00
<b>Total</b>			\$ 27,10	\$ 8,35	\$ 100,20

Nota: Elaborado por Sánchez S, 2015

#### 5.5.5 Servicios básicos

Se contará con servicios básicos, detallados a continuación:

**Tabla 47.**

#### Servicios básicos luz y agua

Servicios Públicos					
Descripción	Cantidad	Unidades	Precio Unitario	Mensual	Anual
Agua	500	m3	\$ 0,24	\$ 10,08	\$ 120,90
Energía eléctrica	360	kwh	\$ 1,00	\$ 30,00	\$ 360,00
<b>Total</b>			\$ 1,24	\$ 40,08	\$ 480,90

Nota: Elaborado por Sánchez S, 2015

**Tabla 48.**

#### Servicios teléfono e internet

Teléfono e Internet					
Descripción	Cantidad	Unidades	Precio Total	Mensual	Anual
Teléfono	1	Tarifa	\$ 180,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Internet	1	Tarifa	\$ 360,00	\$ 30,00	\$ 360,00
<b>Total</b>			\$ 540,00	\$ 45,00	\$ 540,00

Nota: Elaborado por Sánchez S, 2015

### 5.5.6 Reparación y mantenimiento maquinaria

Se prevé los valores por reparación y mantenimiento de maquinaria

**Tabla 49.**

#### Reparación y mantenimiento maquinaria

Descripción	2015	2016	2017	2018	2015
2% Reparación maquinaria	\$ 28,00	\$ 29,03	\$ 30,09	\$ 31,20	\$ 32,34
1% Mantenimiento maquinaria	\$ 14,00	\$ 14,51	\$ 15,05	\$ 15,60	\$ 16,17
<b>Total</b>	<b>\$ 42,00</b>	<b>\$ 43,54</b>	<b>\$ 45,14</b>	<b>\$ 46,80</b>	<b>\$ 48,51</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 5.5.7 Sueldos y salarios del personal de la empresa

Se consideró, los sueldos administrativos que perciben el Jefe Administrativo de la empresa y los sueldos y salarios del personal, se dividen en los salarios que perciben los operarios por mano de obra directa

#### 5.5.7.1 Salarios mano de obra directa

Se consideró el salario digno fijado a través del acuerdo 0007, publicado en el Registro Oficial 884 del 1 de febrero de 2013, para el cálculo de los salarios para la mano de obra directa.

El costo de mano de obra directa corresponde a aquella que tiene relación directa con el proceso productivo.

**Tabla 50. Salarios mano de obra directa**

Empresa Asociativa "CREER & CREAR"								
Mano de Obra Directa								
Año 2015								
(Cifras en Dólares)								
Cargo	Sueldo	Beneficios					Total Beneficios	Total sueldo más Beneficios
		Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Patronal		
Operario 1	\$ 354,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 354,00
Operario 2	\$ 354,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 354,00
Operario 3	\$ 354,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 354,00
Operario 4	\$ 354,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 354,00
<b>Total Mensual</b>	<b>\$ 1.416,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 1.416,00</b>
<b>Total Anual 2015</b>	<b>\$ 16.992,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 16.992,00</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

Para realizar la proyección del presupuesto de los salarios de mano de obra directa, la empresa asociativa Creer & Crear, se consideró la tasa de inflación del 3,67%, como se presenta en la siguiente tabla:

### 5.5.7.2 Sueldos administrativos

**Tabla 51.**

#### Sueldos administrativos

Empresa Asociativa "CREER & CREAR"								
Sueldos Administrativos								
Año 2015								
(Cifras en Dólares)								
Cargo	Sueldo	Beneficios					Total Beneficios	Total sueldo mas Beneficios
		Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Patronal		
Administrador	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 16,67	\$ -	\$ 48,60	\$ 128,10	\$ 528,10
<b>Total Mensual</b>	<b>\$ 400,00</b>	<b>\$ 33,33</b>	<b>\$ 29,50</b>	<b>\$ 16,67</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 48,60</b>	<b>\$ 128,10</b>	<b>\$ 528,10</b>
<b>Total Anual 2015</b>	<b>\$ 4.800,00</b>	<b>\$ 400,00</b>	<b>\$ 354,00</b>	<b>\$ 200,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 583,20</b>	<b>\$ 1.537,20</b>	<b>\$ 6.337,20</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

Para realizar la proyección del presupuesto de los sueldos administrativos, la Empresa asociativa Creer & Crear, se consideró la tasa de inflación del 3,67%, se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 52.**

#### Proyección mano de obra

Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Mano de Obra Directa	\$ 16.992,00	\$ 17.615,61	\$ 18.262,10	\$ 18.932,32	\$ 19.627,13
Sueldos Administrativos	\$ 6.337,20	\$ 6.569,78	\$ 6.810,89	\$ 7.060,85	\$ 7.319,98
<b>Total</b>	<b>\$ 23.329,20</b>	<b>\$ 24.185,38</b>	<b>\$ 25.072,99</b>	<b>\$ 25.993,16</b>	<b>\$ 26.947,11</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

## 5.6 Estructura de costos operacionales y no operacionales

La estructura hace referencia a los costos y gastos en que incurre la empresa asociativa para poder realizar su actividad

En el Estado de costos de producción y ventas, se puede analizar la integración de los tres elementos del costo como son: la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación, para realizar la proyección de la misma, la Empresa asociativa Creer & Crear, se consideró la tasa de inflación del 3,67%, como se detalla a continuación:

**Tabla 53.**

**Estructura de costos proyectados**

Empresa Asociativa "CREER & CREAR"					
Costos Proyectados					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>Costos directos</b>					
Materia prima	\$ 19.200,00	\$ 19.904,64	\$ 20.635,14	\$ 21.392,45	\$ 22.177,55
Mano obra directa	\$ 16.992,00	\$ 17.615,61	\$ 18.262,10	\$ 18.932,32	\$ 19.627,13
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>					
Materiales indirectos	\$ 23.700,00	\$ 24.569,79	\$ 25.471,50	\$ 26.406,31	\$ 27.375,42
Servicios Públicos	\$ 480,90	\$ 498,55	\$ 516,85	\$ 535,81	\$ 555,48
Teléfono e Internet	\$ 540,00	\$ 559,82	\$ 580,36	\$ 601,66	\$ 623,74
Arriendo	\$ 1.800,00	\$ 1.866,06	\$ 1.934,54	\$ 2.005,54	\$ 2.079,15
Mano obra directa	\$ 16.992,00	\$ 17.615,61	\$ 18.262,10	\$ 18.932,32	\$ 19.627,13
Mano de obra indirecta	\$ 6.337,20	\$ 6.569,78	\$ 6.810,89	\$ 7.060,85	\$ 7.319,98
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00
Depreciación Equipo de Producción	\$ 150,30	\$ 150,30	\$ 150,30	\$ 150,30	\$ 150,30
2% Reparación Maquinaria	\$ 28,00	\$ 29,03	\$ 30,09	\$ 31,20	\$ 32,34
1% Mantenimiento Maquinaria	\$ 14,00	\$ 14,51	\$ 15,05	\$ 15,60	\$ 16,17
<b>Gastos Administrativos</b>					
Suministros de Oficina	\$ 129,10	\$ 133,84	\$ 138,75	\$ 143,84	\$ 149,12
Suministros de Aseo	\$ 100,20	\$ 103,88	\$ 107,69	\$ 111,64	\$ 115,74
Gastos de Constitución	\$ 947,90	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación Equipo de Oficina	\$ 4,05	\$ 4,05	\$ 4,05	\$ 4,05	\$ 4,05
Depreciación Equipo de Computación	\$ 226,68	\$ 226,68	\$ 226,68	\$ -	\$ -
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 121,50	\$ 121,50	\$ 121,50	\$ 121,50	\$ 121,50
<b>Gasto de Ventas</b>					
Publicidad	\$ 628,00	\$ 651,05	\$ 674,94	\$ 699,71	\$ 725,39
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 88.517,83</b>	<b>\$ 90.760,68</b>	<b>\$ 94.068,53</b>	<b>\$ 97.271,10</b>	<b>\$ 100.826,20</b>
<b>TOTAL UNIDADES A VENDER</b>	4800	4872	4944	5016	5088
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	\$ 18,44	\$ 18,63	\$ 19,03	\$ 19,39	\$ 19,82
<b>UTILIDAD (10%)</b>	\$ 1,84	\$ 1,86	\$ 1,90	\$ 1,94	\$ 1,98
<b>PVP</b>	\$ 20,29	\$ 20,29	\$ 20,29	\$ 20,29	\$ 20,29

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 5.7 Costo unitario del producto

Se pudo conocer el costo unitario por cada artesanía decorativa realizada por personas de la tercera edad, de acuerdo a la estructura de Costos Proyectados, el mismo que está dado por el costo total que se obtuvo en la estructura de costos proyectados y en base a las unidades producidas.

**Tabla 54.**

#### Costo unitario del producto

DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Costo Total	\$ 88.517,83	\$ 90.760,68	\$ 94.068,53	\$ 97.271,10	\$ 100.826,20
Unidades Producidas	4800	4872	4944	5016	5088
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	\$ 18,44	\$ 18,63	\$ 19,03	\$ 19,39	\$ 19,82

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 5.8 Presupuesto de ingresos anuales

Se determinó el precio unitario en \$20.29 para cada artesanía decorativa, se podrá obtener un ingreso por ventas del producto, determinado en las unidades producidas.

**Tabla 55.**

#### Presupuesto de ingresos anuales

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS	\$ 97.369,61	\$ 98.830,15	\$ 100.290,70	\$ 101.751,24	\$ 103.211,79

**Nota:** Elaborado por Stephan Sánchez S, 2015

### 5.9 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es cuando los ingresos son iguales a los costos totales, en donde la utilidad es cero, partiendo de ese punto, se puede llegar a determinar que el punto de equilibrio, sea necesario conocer los costos fijos, los costos variables y las ventas generadas, para llegar a obtener el nivel de producción y ventas, debe lograr cubrir los costos y gastos con los ingresos obtenidos.

**Tabla 56.****Costos variables**

<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Materia prima	\$ 19.200,00
Mano obra directa	\$ 16.992,00
Materiales indirectos	\$ 23.700,00
Servicios públicos	\$ 480,90
Mano obra directa	\$ 16.992,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 77.364,90</b>
CVU	\$ 16,12

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

**Tabla 57.****Costos fijos**

<b>COSTOS FIJOS</b>	
Teléfono e internet	\$ 540,00
Arriendo	\$ 1.800,00
Mano de obra indirecta	\$ 6.337,20
Depreciación maquinaria y equipo	\$ 126,00
Depreciación equipo de producción	\$ 150,30
Suministros de oficina	\$ 129,10
Suministros de aseo	\$ 100,20
Gastos de constitución	\$ 947,90
Depreciación equipo de oficina	\$ 4,05
Depreciación equipo de computación	\$ 226,68
Depreciación muebles y enseres	\$ 121,50
Publicidad	\$ 628,00
<b>Total</b>	<b>\$ 11.110,93</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

**5.10 Determinación del punto de equilibrio**

Se determina el punto de equilibrio tanto para unidades como para valores en dinero, aplicando las siguientes fórmulas.

### 5.10.1 Punto de equilibrio en unidades

$$PE_u = \frac{CFT}{(PV_u - CV_u)}$$

**Donde:**

**CFT**= Costos Fijos Totales

**PV<sub>u</sub>**= Precio de Venta Unitario

**CV<sub>u</sub>**= Costo Variable Unitario

**Reemplazando:**

$$PEQ = \frac{CFT}{PVP - CVU}$$

$$PEQ = \frac{\$ 11.110,93}{\$ 4,17}$$

$$PEQ = \$ 2666$$

### 5.10.2 Punto de equilibrio en dinero

**Donde:**

**CFT**= Costos Fijos Totales

**CVU**= Costo Variable Unitario

**PVP** = Precio de venta al público

**Reemplazando:**

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - (\text{costos variables} / \text{ingresos})}$$

$$PE = \frac{\$ 11.110,93}{0,20545128}$$

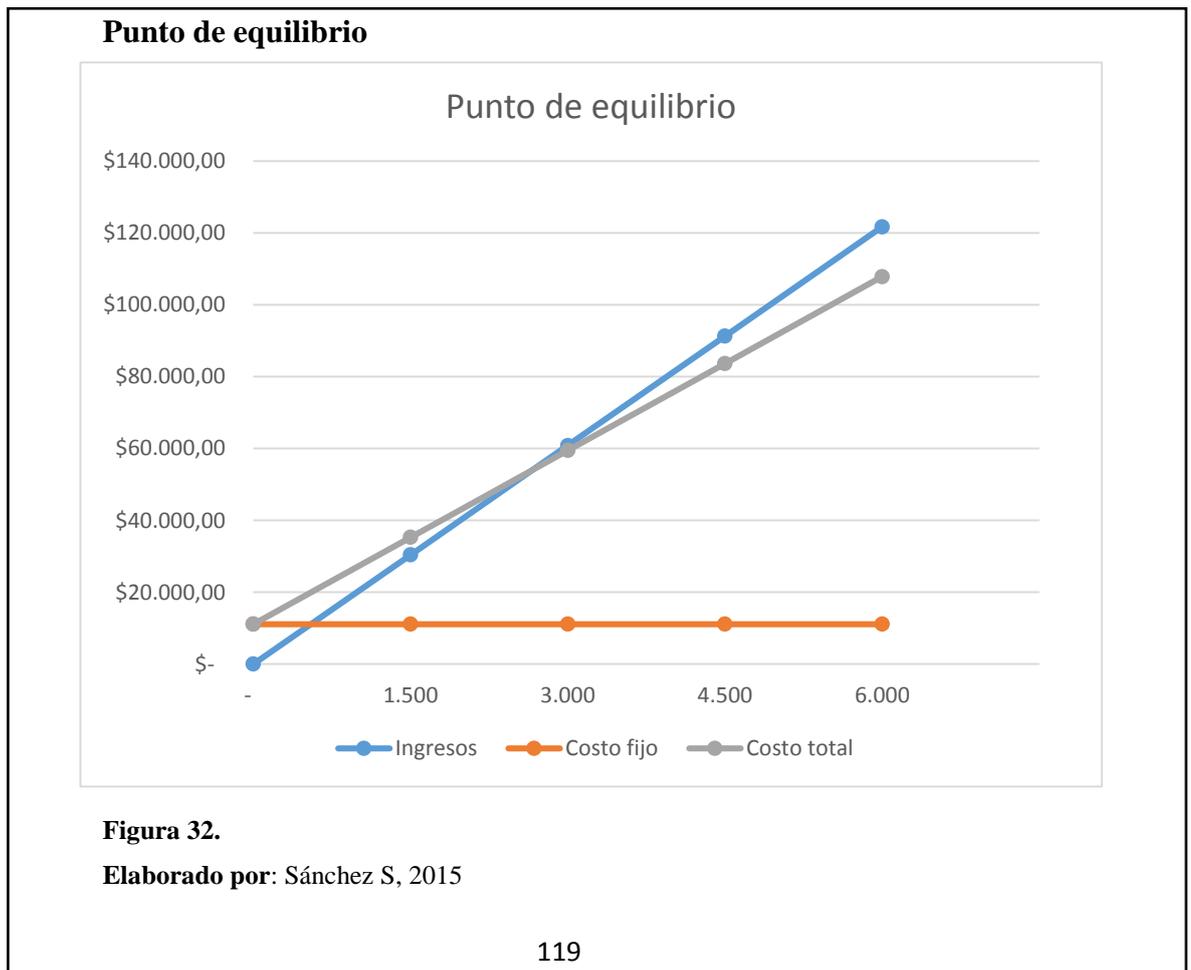
$$PE = \$54.080,60$$

**Tabla 58.**

**Datos para establecer el punto de equilibrio**

Cantidad	Ingresos	Costo fijo	Costo total
-	\$ -	\$ 11.110,93	\$ 11.110,93
1.500	\$ 30.428,00	\$ 11.110,93	\$ 35.287,46
3.000	\$ 60.856,01	\$ 11.110,93	\$ 59.463,99
4.500	\$ 91.284,01	\$ 11.110,93	\$ 83.640,52
6.000	\$ 121.712,01	\$ 11.110,93	\$ 107.817,05

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015



### **Conclusión del punto de equilibrio:**

El punto de equilibrio es cuando la empresa no pierda ni gane, es decir su utilidad es cero, como se puede evidenciar en la Figura 32, se debe visualizar el nivel de producción y ventas, que la empresa debe alcanzar para lograr cubrir los costos y gastos con los ingresos obtenidos, es decir, en 2666 unidades, con un costo fijo de \$ 11.110,93, en un ingreso y costo total de \$ 54.080,60, la empresa llega al punto de equilibrio.

### **5.11 Estados financieros**

Considerando el estudio y el análisis de los estados financieros, los cuales son los documentos más importantes puesto que en ellos se recopilan la información económica de la empresa, cuyo objetivo es proporcionar una visión general y fortalecer la correcta toma de decisiones.

#### **5.11.1 Estado de resultados**

El Estado de Pérdidas y Ganancias presentan el resultado de las operaciones que se han ejercido en el uso de los recursos en un periodo determinado, es decir, un año, en este periodo de tiempo la empresa pueda continuar en operación debe ser capaz de generar resultados positivos.

El Estado de Pérdidas y Ganancias calcula la rentabilidad de la empresa, determinando si el capital invertido llega a generar utilidades o pérdidas, es decir, indica sí el proyecto es factible.

El estado de resultados para la empresa Creer & Crear, se presenta a continuación.

**Tabla 59.**

**Estado de resultados**

<b>Empresa Asociativa "CREER &amp; CREAR"</b>					
<b>Estado de Resultados</b>					
<b>Cifras en Dólares</b>					
<b>Periodos</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
	<b>Anual</b>	<b>Anual</b>	<b>Anual</b>	<b>Anual</b>	<b>Anual</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>					
Ventas de artesanías	\$ 97.369,61	\$ 98.830,15	\$ 100.290,70	\$ 101.751,24	\$ 103.211,79
<b>Costos de ventas</b>	<b>\$ 86.318,40</b>	<b>\$ 89.476,15</b>	<b>\$ 92.749,78</b>	<b>\$ 96.143,56</b>	<b>\$ 99.661,88</b>
<i>Costos directos</i>	<i>\$ 36.192,00</i>	<i>\$ 37.520,25</i>	<i>\$ 38.897,24</i>	<i>\$ 40.324,77</i>	<i>\$ 41.804,69</i>
Materia prima	\$ 19.200,00	\$ 19.904,64	\$ 20.635,14	\$ 21.392,45	\$ 22.177,55
Mano obra directa	\$ 16.992,00	\$ 17.615,61	\$ 18.262,10	\$ 18.932,32	\$ 19.627,13
<i>Costos Indirectos de Fabricación</i>	<i>\$ 50.126,40</i>	<i>\$ 51.955,90</i>	<i>\$ 53.852,54</i>	<i>\$ 55.818,79</i>	<i>\$ 57.857,20</i>
Materiales indirectos	\$ 23.700,00	\$ 24.569,79	\$ 25.471,50	\$ 26.406,31	\$ 27.375,42
Servicios Públicos	\$ 480,90	\$ 498,55	\$ 516,85	\$ 535,81	\$ 555,48
Teléfono e Internet	\$ 540,00	\$ 559,82	\$ 580,36	\$ 601,66	\$ 623,74
Arriendo	\$ 1.800,00	\$ 1.866,06	\$ 1.934,54	\$ 2.005,54	\$ 2.079,15
Mano obra directa	\$ 16.992,00	\$ 17.615,61	\$ 18.262,10	\$ 18.932,32	\$ 19.627,13
Mano de obra indirecta	\$ 6.337,20	\$ 6.569,78	\$ 6.810,89	\$ 7.060,85	\$ 7.319,98
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00
Depreciación Equipo de Producción	\$ 150,30	\$ 150,30	\$ 150,30	\$ 150,30	\$ 150,30
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>\$ 11.051,21</b>	<b>\$ 9.354,01</b>	<b>\$ 7.540,92</b>	<b>\$ 5.607,69</b>	<b>\$ 3.549,90</b>
<b>Gastos Operacionales</b>					
<b>Gastos Administrativos</b>					
Suministros de Oficina	\$ 129,10	\$ 133,84	\$ 138,75	\$ 143,84	\$ 149,12
Suministros de Aseo	\$ 100,20	\$ 103,88	\$ 107,69	\$ 111,64	\$ 115,74
Gastos de Constitución	\$ 947,90	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación Equipo de Oficina	\$ 4,05	\$ 4,05	\$ 4,05	\$ 4,05	\$ 4,05
Depreciación Equipo de Computación	\$ 226,68	\$ 226,68	\$ 226,68	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 121,50	\$ 121,50	\$ 121,50	\$ 121,50	\$ 121,50
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 1.529,43</b>	<b>\$ 589,94</b>	<b>\$ 598,67</b>	<b>\$ 381,03</b>	<b>\$ 390,41</b>
<b>Gastos de Ventas</b>					
Publicidad	\$ 628,00	\$ 651,05	\$ 674,94	\$ 699,71	\$ 725,39
<b>Total Gastos Ventas</b>	<b>\$ 628,00</b>	<b>\$ 651,05</b>	<b>\$ 674,94</b>	<b>\$ 699,71</b>	<b>\$ 725,39</b>
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 2.157,43</b>	<b>\$ 1.240,99</b>	<b>\$ 1.273,61</b>	<b>\$ 1.080,75</b>	<b>\$ 1.115,80</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 8.893,78</b>	<b>\$ 8.113,02</b>	<b>\$ 6.267,31</b>	<b>\$ 4.526,94</b>	<b>\$ 2.434,10</b>
<b>Gastos No Operacionales</b>					
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Gastos no Operacionales</b>	<b>\$ -</b>				
<b>Utilidad o pérdida antes de Participación</b>	<b>\$ 8.893,78</b>	<b>\$ 8.113,02</b>	<b>\$ 6.267,31</b>	<b>\$ 4.526,94</b>	<b>\$ 2.434,10</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

**5.11.2 Estado de flujo de efectivo**

El Estado de Flujo de efectivo, es un estado financiero básico que mide la liquidez de la empresa; es decir, manifiesta el efectivo generado y utilizado en las actividades de fabricación, inversión y financiación, cuyo objetivo es determinar la capacidad de la empresa para generar efectivo

### 5.11.3 Flujo de caja proyectado sin financiamiento

A continuación se presenta el flujo neto de fondos del proyecto con sus ingresos y costos sin contar con fuentes de financiamiento externas.

**Tabla 60.**

### Flujo de caja proyectado sin financiamiento

Empresa Asociativa "CREER & CREAR"						
Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento						
(Cifras en Dólares)						
Concepto	Pre Operación	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Ingresos Operacionales</b>						
Ingresos		\$ 97.369,61	\$ 98.830,15	\$ 100.290,70	\$ 101.751,24	\$ 103.211,79
<b>Egresos Operacionales</b>						
(-) Costos		\$ 86.318,40	\$ 89.476,15	\$ 92.749,78	\$ 96.143,56	\$ 99.661,88
(-) Gastos Operacionales		\$ 2.157,43	\$ 1.240,99	\$ 1.273,61	\$ 1.080,75	\$ 1.115,80
(-) Gastos No Operacionales		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(=) Total Costos y Gastos		\$ 88.475,83	\$ 90.717,14	\$ 94.023,39	\$ 97.224,30	\$ 100.777,69
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>\$ 8.893,78</b>	<b>\$ 8.113,02</b>	<b>\$ 6.267,31</b>	<b>\$ 4.526,94</b>	<b>\$ 2.434,10</b>
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Utilidad Gravable</b>		<b>\$ 8.893,78</b>	<b>\$ 8.113,02</b>	<b>\$ 6.267,31</b>	<b>\$ 4.526,94</b>	<b>\$ 2.434,10</b>
(-) Impuesto a la Renta		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>(=) Utilidad Neta</b>		<b>\$ 8.893,78</b>	<b>\$ 8.113,02</b>	<b>\$ 6.267,31</b>	<b>\$ 4.526,94</b>	<b>\$ 2.434,10</b>
(+) Depreciación		\$ 628,53	\$ 628,53	\$ 628,53	\$ 401,85	\$ 401,85
(-) Inversión Inicial	-\$ 19.925,65					
(+) Recuperación Capital de Trabajo						\$ 14.440,65
(+) Valor de Residual						\$ 2.795,72
<b>Flujo Neto</b>	<b>-\$ 19.925,65</b>	<b>\$ 9.522,31</b>	<b>\$ 8.741,55</b>	<b>\$ 6.895,84</b>	<b>\$ 4.928,79</b>	<b>\$ 20.072,32</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 5.11.4 Balance general proyectado

El Balance General Proyectado se inician con los flujos de operación: mediante el estado de resultados y el flujo de efectivo, llegando a determinar el valor de cada una de las cuentas del balance para cada periodo.

En la siguiente tabla se presenta el Balance General Proyectado para la empresa Creer & Crear.

**Tabla 61.**

**Balance general proyectado**

Empresa Asociativa "CREER & CREAR"						
Balance General Proyectado						
(Cifras en Dólares)						
Concepto	Pre-Operacional	2015	2016	2017	2018	2019
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	14.440,65	214.210,55	345.198,61	484.243,96	636.623,09	795.775,57
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>14.440,65</b>	<b>214.210,55</b>	<b>345.198,61</b>	<b>484.243,96</b>	<b>636.623,09</b>	<b>795.775,57</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>						
Equipo de Oficina	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
(-) Depreciación Equipo de Oficina		4,05	8,10	12,15	16,20	20,25
Equipo de Computación	1.020,00	1.020,00	1.020,00	1.020,00	-	-
(-) Depreciación Equipo de Computación		226,68	453,36	680,03	-	-
Muebles y Enseres	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00
(-) Depreciación Muebles y Enseres		121,50	243,00	364,50	486,00	607,50
<b>SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>2.415,00</b>	<b>2.415,00</b>	<b>2.415,00</b>	<b>2.415,00</b>	<b>1.395,00</b>	<b>1.395,00</b>
(-) Depreciación Acumulada de Activos Fijos depreciables	-	352,23	704,46	1.056,68	502,20	627,75
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>2.415,00</b>	<b>2.062,77</b>	<b>1.710,54</b>	<b>1.358,32</b>	<b>892,80</b>	<b>767,25</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>16.855,65</b>	<b>216.273,32</b>	<b>346.909,16</b>	<b>485.602,27</b>	<b>637.515,89</b>	<b>796.542,82</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Cuentas y Documentos por pagar a proveedores	-	-	-	-	-	-
15% Participación Trabajadores	-	-	-	-	-	-
22% Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	-	-	-	-	-	-
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>						
Prestamo Bancario	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL PASIVOS</b>	-	-	-	-	-	-
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Suscrito o asignado	19.925,65	19.925,65	19.925,65	19.925,65	19.925,65	19.925,65
Reserva Legal	-	-	-	-	-	-
Futuras Capitalizaciones	-	-	-	-	-	-
Utilidad (perdida) Retenida	-	-	8.893,78	17.006,80	23.274,11	27.801,06
Utilidad (perdida) Neta	-	8.893,78	8.113,02	6.267,31	4.526,94	2.434,10
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>19.925,65</b>	<b>28.819,43</b>	<b>36.932,45</b>	<b>43.199,77</b>	<b>47.726,71</b>	<b>50.160,81</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>19.925,65</b>	<b>28.819,43</b>	<b>36.932,45</b>	<b>43.199,77</b>	<b>47.726,71</b>	<b>50.160,81</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

## **CAPÍTULO 6**

### **EVALUACIÓN FINANCIERA**

La evaluación financiera establece y analiza los beneficios netos que obtendría principalmente el factor capital, al momento del proyecto, es decir determina el valor de la modificación que sufre el dinero o capital y el efecto que sufre la tasa de interés a través del tiempo. (Álvarez J, 2001, pág. 112)

#### **6.1 Objetivos**

##### **6.1.1 Objetivo general**

Definir la viabilidad del proyecto desde el entorno financiero, determinando la capacidad financiera y la rentabilidad de capital invertido.

##### **6.1.2 Objetivos específicos**

- Definir la tasa mínima aceptable de rendimiento sin financiamiento, para posteriormente obtener el valor actual neto para cada uno de los años del proyecto, con el fin de determinar hasta donde los costos pueden ser cubiertos oportunamente.
- Identificar si la tasa interna de retorno se encuentra entre los límites aceptables, que demuestre si el proyecto es o no rentable.
- Determinar la relación costo - beneficio, para conocer si la rentabilidad del proyecto es inferior o superior al costo del capital, con el fin de tomar la decisión de invertir o no en el negocio.

#### **6.2 Tasa de descuento**

La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) o tasa de descuento, es aquella que se utiliza para evaluar un proyecto de inversión, permitiendo actualizar los flujos de ingresos y costos futuros del proyecto, cuyo fin es de expresar el valor monetario de esos flujos en un periodo determinado.

La tasa de descuento sin financiamiento en el presente proyecto, se expresa a continuación.

**Tabla 62.**

**Tasa mínima aceptable de rendimiento sin financiamiento**

<b>TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO SIN FINANCIAMIENTO</b>				
<b>Tipo de Capital</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>	<b>Tasa de Rendimiento</b>	<b>Ponderación</b>
Capital Propio	\$ 19.925,65	100%	5,32%	0,0532
Capital de Terceros	\$ -	0%	0,00%	0
<b>Total Financiamiento</b>	<b>\$ 19.925,65</b>	<b>100%</b>	<b>ck</b>	<b>0,0532</b>

**TMAR = Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.**

$$TMAR = (1 + ck) \times (1 + \%inflación) - 1$$

$$TMAR = (1 + 0.0532) \times (1 + 0.0367) - 1$$

**TMAR = 9,19%**

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

### 6.3 Valor actual neto

El valor presente neto VPN de un proyecto de inversión no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy. Es el equivalente en valores actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros, que constituyen el proyecto. Representa lo que vale hoy el flujo de beneficios generados y los costos incurridos por el proyecto durante todo su horizonte. (Murcia A, 2009, págs. 302, 303)

Para determinar el VAN del presente proyecto, se utilizó la siguiente fórmula:

Donde:

VAN = Valor Actual Neto.

IO = Inversión Inicial.

FC = Flujo de Caja en el periodo t.

I = Tasa de Descuento.

Para efectos de evaluación por VAN se puede resumir en:

- VAN > 0 Significa que el proyecto financieramente es factible (proyecto atractivo financieramente). Donde (VP Ingresos > VP Egresos).
- VAN = 0 Significa que el proyecto financieramente es indiferente. Donde (VP Ingresos = VP Egresos).
- VAN < 0 Significa que el proyecto financieramente no es factible (proyecto no atractivo financieramente). Donde (VP Ingresos < VP Egresos).

El VAN sin financiamiento en el presente proyecto, se expresa a continuación.

**Tabla 63.**

**Valor actual neto sin financiamiento**

VALOR ACTUAL NETO SIN FINANCIAMIENTO						
		2015	2016	2017	2018	2019
VAN =	(19.925,65)	9.522,31	8.741,55	6.895,84	4.928,79	20.072,32
VAN =	<b>17.829,41</b>					
TIR=	<b>36,79%</b>					

VALOR ACTUAL NETO SIN FINANCIAMIENTO						
$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$						
		2015	2016	2017	2018	2019
VAN =	(19.925,65)	9.522,31	8.747,78	6.888,20	4.907,29	20.036,96
VAN =	<b>17.790,85</b>					

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

**Conclusión del VAN:**

El VAN sin financiamiento es \$ 17.829,41. Por lo tanto es mayor a 0, lo cual significa que el proyecto financieramente es factible, ya que los ingresos son mayores a los egresos.

**6.4 Tasa interna de retorno**

Es la tasa de descuento, actualización o equilibrio que aplicada al flujo de caja del proyecto produce un valor presente neto igual a cero. La TIR como indicador que

muestra la rentabilidad del proyecto bajo el supuesto de que todos los ingresos son reinvertidos directa y automáticamente a la misma tasa. (Murcia A, 2009, pág. 63).

Para determinar la TIR del presente proyecto, se utilizó la siguiente fórmula:

$$TIR = t1 + (t2 - t1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

**Donde:**

T1 = Tasa Interna de Retorno Estimada Anterior.

T2 = Tasa Interna de Retorno Estimada Posterior.

VAN1 = Valor Presente Neto Anterior.

VAN2 = Valor Presente Neto Posterior.

Para efectos de evaluación por TIR se puede resumir en:

- TIR > TMAR Significa que el proyecto financieramente es factible.
- TIR = TMAR Significa que el proyecto financieramente es indiferente.
- TIR < TMAR Significa que el proyecto financieramente no es factible.

La TIR sin financiamiento en el presente proyecto, se expresa a continuación.

**Tabla 64.**

**Tasa interna de retorno sin financiamiento**

TASA INTERNA DE RETORNO SIN FINANCIAMIENTO					
AÑOS	FNC		VAN MAYOR		VAN MENOR
0	(19.925,65)		(19.925,65)		(19.925,65)
2015	9.522,31	0,74	7.001,70	0,73	6.950,59
2016	8.741,55	0,54	4.726,18	0,53	4.657,44
2017	6.895,84	0,40	2.741,39	0,39	2.681,79
2018	4.928,79	0,29	1.440,74	0,28	1.399,13
2019	20.072,32	0,21	4.314,23	0,21	4.159,06
<b>SUMA TOTAL</b>			<b>298,58</b>		<b>(77,64)</b>

**TIR= 36,79%**

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

**Conclusión de la TIR:**

La TIR sin financiamiento es del 36.79%, mayor a la TMAR sin financiamiento que es del 9,19%, lo cual significa que el proyecto financieramente es factible.

## 6.5 Relación costo - beneficio

Este indicador consiste en la separación de los ingresos y los egresos del proyecto y la relación existente entre ellos. En este caso se suman todos los ingresos y los egresos del proyecto para cada periodo, recalculan sus valores presentes y se calcula la razón entre ellos. (Murcia A, 2009)

Para determinar la relación beneficio costo del presente proyecto, se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{Relación beneficio/costo} = \frac{\text{Ingreso actualizado}}{\text{Costo actualizado}}$$

En conclusión, al evaluar por Relación beneficio/Costo se puede determinar:

- B/C > 1,0 Significa que el proyecto financieramente es factible. Donde (VP Beneficios > VP Costos).216
- B/C = 1,0 Significa que el proyecto financieramente es indiferente. Donde (VP Beneficios = VP Costos).
- B/C < 1,0 Significa que el proyecto financieramente no es factible. Donde (VP Beneficios < VP Costos).

La relación beneficio/costo en el presente proyecto, se expresa a continuación:

**Tabla 65.**

### Relación beneficio costo con financiamiento

RELACIÓN BENEFICIO COSTO						
ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN DE INGRESOS		
AÑOS	COSTO TOTAL	FACTOR DE ACT. 11.08%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO TOTAL	FACTOR DE ACT. 11.08%	INGRESO ACTUALIZADO
2015	88.517,83	0,92	81.071,24	97.369,61	0,92	89.178,36
2016	90.760,68	0,84	76.132,45	98.830,15	0,84	82.901,35
2017	94.068,53	0,77	72.269,08	100.290,70	0,77	77.049,32
2018	97.271,10	0,70	68.442,84	101.751,24	0,70	71.595,20
2019	100.826,20	0,64	64.976,10	103.211,79	0,64	66.513,46
<b>SUMA TOTAL</b>			<b>362.891,71</b>			<b>387.237,69</b>

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

$$\text{Relación beneficio costo} = \frac{387237,69}{362891,71}$$

$$\text{Relación beneficio costo} = \$ 1,07$$

### Conclusión de la relación beneficio / costo

Como se observa, la relación beneficio/ costo es de \$1.07; es decir, es mayor a 1, lo cual significa que el proyecto financieramente es factible; es decir los beneficios que se obtienen son mayores a los costos, lo cual significa que por cada dólar invertido, se obtiene una ganancia de \$ 0.07

### 6.6 Periodo de recuperación de la inversión (pay back)

En base al cálculo del periodo de recuperación de la Inversión (Pay Back), se puede medir en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente en años, meses y días

Para determinar el Periodo de Recuperación de la Inversión (Pay Back) del presente proyecto, se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{Período de recuperación} = \frac{\text{Flujo neto - inversión}}{\text{Flujo neto (último año)}}$$

**Tabla 66.**

### Periodo de recuperación de la inversión (pay back)

AÑOS	INVERSIÓN	VA	VAN	PRI
	(19.925,65)			(19.925,65)
2015	9.522,31	1,05	9.041,31	(10.884,34)
2016	8.741,55	1,11	7.880,73	(3.003,61)
2017	6.895,84	1,17	5.902,75	2.899,15
2018	4.928,79	1,23	4.005,87	6.905,02
2019	20.072,32	1,30	15.489,71	22.394,73
<b>TOTAL</b>		<b>5,86</b>	42.320,38	

**Nota:** Elaborado por Sánchez S, 2015

$$\text{Período de recuperación} = \frac{2899,15 - 19925,65}{5902,75}$$

$$\text{Período de Recuperación} = \frac{22.824,80}{5902,75}$$

**Período de Recuperación** = 3 años, 10 meses, 12 días

### **Conclusión del periodo de recuperación**

La inversión en el presente proyecto, se recuperará en 3 años, 10 meses y 12 días.

### **6.7 Evaluación ambiental**

Constituye un análisis detallado de las huellas, así como de los aspectos positivos y negativos que el proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos. El propósito de la evaluación ambiental en el presente proyecto, es identificar las maneras que permitan mejorar, minimizar o compensar los impactos adversos coadyuvados por un análisis y diagnóstico ambiental del entorno en el cual se desenvolverá la empresa asociativa.

#### **6.7.1 Aplicación de alternativas para disminuir el impacto ambiental**

La empresa Creer & Crear tiene como objetivo prevenir y minimizar impactos ambientales, para ello optará por aplicar alternativas inteligentes, que permitan mantener una armonía entre el medio ambiente y la organización.

Para la aplicación de las alternativas antes mencionadas, se contará con el compromiso de los artesanos y operarios de la asociación, con el fin de aportar con ideas y soluciones planteadas desde una conciencia ecológica.

#### **Inteligente eliminación de desechos**

La empresa reutilizará los desechos originados durante el proceso del corte de la materia prima, lo cual servirá como material de la misma artesanía, de manera que se ayuda al ecosistema y automáticamente se transmite conciencia ecológica del reciclaje.

## **6.8 Aplicación de la guía de buenas prácticas ambientales**

Las actividades enfocadas a la producción de artesanías decorativas, están siendo encaminadas hacia el uso racional de los recursos, como la materia prima, insumos y energía utilizada en cada proceso, el uso de materiales de producción y limpieza, medidas para reducir el riesgo de accidentes, el mejoramiento de los procesos productivos, promoviendo de esta manera una producción más limpia, y fortaleciendo una conservación y mejora del medio ambiente.

Con el fin de aplicar las buenas prácticas ambientales, se contará con personal capacitado para realizar la menor cantidad de desperdicio de la materia prima y una adecuada utilización de la misma. En lo referente a la seguridad y salud en el trabajo, el personal encargado recibirá capacitación para realizar pausas activas y recibirá equipos de protección como mascarillas, para realizar su trabajo en óptimas condiciones. En cuanto al producto, el personal estará capacitado para mantener una limpieza e higiene constante antes, durante y después del proceso de producción, obteniendo así un producto 100% artesanal, con lo cual se conseguirá clientes 100% satisfechos y fieles seguido por una buena imagen empresarial.

## CONCLUSIONES

- ✓ Gracias a las tendencias actuales, las cuales impulsan y ayudan a la creación de innovadoras y llamativas ideas de negocio conjuntamente basadas en la búsqueda de productos novedosos y solidarios, se ha encontrado una oportunidad de negocio en base a la producción y comercialización de artesanías decorativas, con la caracterización de que son realizadas por las personas de la tercera edad, participando así a la realización del estudio para comprobar la factibilidad de creación de la empresa asociativa Creer & Crear.
- ✓ Mediante el estudio de mercado se pudo definir el segmento hacia el cual estará dirigido el producto, y a la vez comprobar por medio del resultado que arrojó las encuestas que existe una demanda insatisfecha por cubrir y que existe un consumo hacia productos 100% artesanales realizados por el adulto mayor.
- ✓ Con el estudio técnico se determinó la capacidad de producción, el programa de producción, así como también la localización más óptima para el proyecto por medio de los diferentes criterios de selección como la disponibilidad de materia prima, mano de obra, servicios básicos.
- ✓ Con el estudio administrativo y legal, se pudo conocer los trámites y requisitos necesarios para la constitución de la empresa, es decir, se definió el tipo de empresa para su constitución, se estableció la misión, visión, valores y principios sobre los cuales operará la organización y se realizó el análisis FODA.
- ✓ Con el estudio financiero, se planteó la inversión del proyecto, que sería de \$ 19.925,65 conformado por capital propio; adicionalmente se conoció los costos en los que tiene que incurrir la empresa para su normal funcionamiento y desenvolvimiento en el mercado, así como también se pudo fijar el costo unitario del producto artesanal en \$18,44; mientras que el punto de equilibrio se determinó en 2.666 unidades, con un costo fijo de \$ 11.110,93, un costo total y un ingreso de \$ 54.080,60 para que la empresa no registre pérdida ni ganancia.

- ✓ Con la evaluación financiera realizada se pudo conocer que la TMAR, VAN, TIR, se encuentran dentro de los niveles financieros aceptables. La relación beneficio costo es de \$1,07; lo cual significa que por cada dólar invertido, se obtiene una ganancia de \$0,07; mientras que la inversión se recuperará en 3 años, 10 meses y 12 días, por lo cual se concluye que el proyecto financieramente es factible, ya que los beneficios que se obtienen son mayores a los costos.
  
- ✓ En base a la evaluación ambiental se pueden decretar alternativas para disminuir el impacto ambiental, con el fin de mantener una relación armoniosa con el medio ambiente.

## RECOMENDACIONES

- ✓ En base al estudio realizado se puede determinar que existe una gran aceptación del producto artesanal en el mercado, considerando que el Ecuador, es un país que apoya la producción nacional, la Empresa asociativa Creer & Crear, deberá considerar estos factores dentro de la diversificación de sus productos, con el fin de proporcionar a sus clientes variedad en la selección y compra de artesanías y a sus socios una rentabilidad.
- ✓ Se puede observar en el estudio de mercado, que existe una alta demanda insatisfecha, por lo tanto se tendrá que fijar innovadoras estrategias con el fin de tener clientes 100% satisfechos con el producto y fidelizarlos con la marca.
- ✓ Se recomienda innovar y crear nuevos retos al momento de implementar un negocio en el mercado actual, en función a lo expuesto se puede lograr empresas altamente competitivas y exitosas con un enfoque completamente distinto a lo habitual.
- ✓ La empresa deberá estar comprometida con el medio ambiente y crear una conciencia ambientalista dentro de su contexto, con una gestión sostenible de sus socios y empleados, en base al uso racional de recursos, siendo un impacto menor al reutilizar sus recursos desechables.
- ✓ Se recomienda contribuir con el sistema económico cuyo fin sea el ser humano y su buen vivir, es decir, buscar un equilibrio de vida, apoyando al Adulto mayor, para que se sienta en las mismas condiciones de respeto y de igualdad de género

## LISTA DE REFERENCIAS

- Álvarez. (2001). Preparación y Evaluación de Proyectos,. En *Preparación y Evaluación de Proyectos*,.
- American Journal of Health Promotion. (2000). El estrés en la tercera edad.
- Artesanos Ecuador. (2013). Obtenido de <http://www.artesanosecuador.com>
- Artesanos Ecuador. (2013). Obtenido de [www.artesanos.gob.ec](http://www.artesanos.gob.ec)
- Baca O. (2010). Ley de la Oferta.
- Barreno P. (2007). Gestión de Proyecto. Obtenido de Barreno, 2007, pág. 115
- Barreno J. (2013). *Beneficios del Artesano*. Obtenido de [http://www.iess.gob.ec/es/web/mobile/home/-/asset\\_publisher/0hbG/content/iess-mrl-sri-y-jnda-en-inspecciones-para-el-sector-artesanal/10174?redirect=http%3A%2F%2Fwww.iess.gob.ec%2Fes%2Fweb%2Fmobile%2Fhome%3Fp\\_p\\_id%3D101\\_INSTANCE\\_0hbG%26p\\_p\\_lifecycle%3D0%2](http://www.iess.gob.ec/es/web/mobile/home/-/asset_publisher/0hbG/content/iess-mrl-sri-y-jnda-en-inspecciones-para-el-sector-artesanal/10174?redirect=http%3A%2F%2Fwww.iess.gob.ec%2Fes%2Fweb%2Fmobile%2Fhome%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_0hbG%26p_p_lifecycle%3D0%2)
- Bastos A. (2000). *Promoción y Publicidad desde el punto de vnta*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=hOQz8DyWgLwC&pg=PA1&dq=concepto+publicidad&hl=es-419&sa=X&ei=DHoCVY-KCMP\\_gwTWxYDwBw&ved=0CDUQ6AEwBA#v=onepage&q=concepto%20publicidad&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=hOQz8DyWgLwC&pg=PA1&dq=concepto+publicidad&hl=es-419&sa=X&ei=DHoCVY-KCMP_gwTWxYDwBw&ved=0CDUQ6AEwBA#v=onepage&q=concepto%20publicidad&f=false)
- Basurto A. (2000). *Sistema Empresa Inteligente organ igrama institucional*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=EF5f9ybFfloC&pg=PA334&dq=organigrama+funcional&hl=es-419&sa=X&ei=-DMGVA3QIaXHsQT5hIJ4&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=organigrama%20funcional&f=false>
- Beneficios del Artesano. (2014). Obtenido de [http://www.iess.gob.ec/es/web/mobile/home/-/asset\\_publisher/0hbG/content/iess-mrl-sri-y-jnda-en-inspecciones-para-el-sector-artesanal/10174?redirect=http%3A%2F%2Fwww.iess.gob.ec%2Fes%2Fweb%2Fmobile%2Fhome%3Fp\\_p\\_id%3D101\\_INSTANCE\\_0hbG%26p\\_p\\_lifecycle%3D0%2](http://www.iess.gob.ec/es/web/mobile/home/-/asset_publisher/0hbG/content/iess-mrl-sri-y-jnda-en-inspecciones-para-el-sector-artesanal/10174?redirect=http%3A%2F%2Fwww.iess.gob.ec%2Fes%2Fweb%2Fmobile%2Fhome%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_0hbG%26p_p_lifecycle%3D0%2)
- Bonta P. (2002). *Estretegias de marketing*.
- Books google. (1991). *El Enfoque clásico del Marketing Mix*,. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=B0OMnbAf3soC&pg=PA4&dq=definicion+de+marketing+mix&hl=es-419&sa=X&ei=u24CVaX7FMmVNqX-gLgl&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20de%20marketing%20mix&f=false>
- Casado A. (2012). *Dirección del Marketing: Teoría y práctica*,. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=vgJliuEEonkC&pg=PA20&dq=definicion+pro>

ducto&hl=es-419&sa=X&ei=RUECVcOoK5L7gwTHv4ToCQ&ved=0CEkQ6AEwBw#v=onepage&q=definicion%20producto&f=false

Horngrén C. (2007). *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial*. Obtenido de <https://fcecontabilidad.wordpress.com/lorti/>

Constitución de la República del Ecuador. (2015). *Constitución de la República del Ecuador y el Buen Vivir*. Obtenido de <http://plan.senplades.gob.ec/3.3-el-buen-vivir-en-la-constitucion-del-ecuador>

Corporación Favorita. (2012). <http://www.corporacionfavorita.com/portal/es/web/favorita/historia;jsessionid=E593B1A9004EBC4B165418A4E45F649E>. Obtenido de <http://www.corporacionfavorita.com/portal/es/web/favorita/historia;jsessionid=E593B1A9004EBC4B165418A4E45F649E>

Enrique Herrscher. (2012). *Wikipedia*. Obtenido de [http://en.wikipedia.org/wiki/Enrique\\_Herrscher](http://en.wikipedia.org/wiki/Enrique_Herrscher)

Estres en la etapa de nuestra vida. (2014). *El estrés*. Obtenido de <http://estresenlaetapadenuestravida.blogspot.com/p/estres-en-adultos.html>

Farber, B. &. (2007). *Bonita & Farber*.

*Formulación y Evaluación de Proyectos*. (2012). Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=4Q1xH-UdSAMC&pg=PA116&dq=definicion+localizacion+del+proyecto&hl=es-419&sa=X&ei=SYDVCrUDsOhgwTI84LoBw&ved=0CCcQ6AEwAg#v=onepage&q=definicion%20localizacion%20del%20proyecto&f=false>

Granjo J. (2013). *Como hacer un plan estratégico de recursos humanos*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=GJt4B2Ba9KAC&pg=PT23&dq=definicion+valores+humanos&hl=es-419&sa=X&ei=towFVdulCcXfsATRz4KYAQ&ved=0CCIQ6AEwAQ#v=onepage&q=definicion%20valores%20humanos&f=false>

Instituto latinoamericano de planificación Económica y social. (2012). *Guía para la presentación de Proyectos*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=344NPac94TsC&pg=PA94&dq=definicion+macrolocalizacion&hl=es-419&sa=X&ei=tQkEVY-dPlyANquphJgB&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20macrolocalizacion&f=false>

Kotler P. (2012). *Dirección de Marketing*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=XPWmfMEh2kkC&pg=PA144&dq=definicion+segmentaci%C3%B3n+del+mercado+en+marketing&hl=es->

419&sa=X&ei=G0wCVd25LLiZNtrPgKAJ&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20segmentaci%C3%B3n%20del%20mercado%20en%20marketing&f=false

Ley de la Economía Popular y Solidaria Ecuador. (2013). *Economía solidaria*. Obtenido de [http://www.economiasolidaria.org/files/Ley\\_de\\_la\\_economia\\_popular\\_y\\_solidaria\\_ecuador.pdf](http://www.economiasolidaria.org/files/Ley_de_la_economia_popular_y_solidaria_ecuador.pdf)

Ministerio de Relaciones Laborales. (2013). Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/fundaciones-corporaciones-y-microempresas-asociativas/>

Ministerios de relaciones laborales. (2014). *Microempresas Asociativas*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/fundaciones-corporaciones-y-microempresas-asociativas>

Miranda J. (2009). *Gestión de proyectos*. Obtenido de [http://www.antioquia.gov.co/antioquia-v1/organismos/planeacion/descargas/banco\\_proyectos/libro/4\\_mercado.pdf](http://www.antioquia.gov.co/antioquia-v1/organismos/planeacion/descargas/banco_proyectos/libro/4_mercado.pdf)

Miranda J. (2012). *Gestión de Proyectos*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=Cme7JPBsR0cC&pg=PA118&dq=definicion+estudio+tecnico&hl=es-419&sa=X&ei=dIYCVe6ABJP\\_ggS3iYTYCA&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20estudio%20tecnico&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=Cme7JPBsR0cC&pg=PA118&dq=definicion+estudio+tecnico&hl=es-419&sa=X&ei=dIYCVe6ABJP_ggS3iYTYCA&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20estudio%20tecnico&f=false)

Monografías.com. (2012). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos12/elorigest/elorigest.shtml>

Monografías.com. (2013). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos30/oferta-demanda/oferta-demanda.shtml#ixzz3LGwg8000>

Monografías.com. (2013). *monografias.com, segmentación del mercado*. Obtenido de <http://m.monografias.com/trabajos44/segmentacion-mercado/segmentacion-mercado2.shtml>

Monografías.com. (2013). *Segmentación del mercado*. Obtenido de <http://m.monografias.com/trabajos44/segmentacion-mercado/segmentacion-mercado2.shtml>

Monografías.com (2014). *MONOGRAFIAS.COM, Demanda*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos30/oferta-demanda/oferta-demanda.shtml#ixzz3LGsnA9Cb>

Murcia A. (2009). *Proyectos Formulación y Criterios de Evaluación,*.

Nueva enciclopedia planeta,. (1988). *EDITORIAL PLANETA INTERNATIONAL*. BARCELONA: EDITORIAL PLANETA INTERNATIONAL.

Philip K. (s.f.). *Dirección de Marketing*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=CoHT8SmJVDQC&pg=PA38&dq=definicion+cadena+valor&hl=es->

419&sa=X&ei=vhgEVb3vFsqXgwTvIIK4CA&ved=0CCAQ6AEwAQ#v=onepage&q=definicion%20cadena%20valor&f=false

PICA Plásticos Industriales C. A.,. (2014). *Historia de PICA*. Obtenido de <http://www.pica.com.ec/Web/historia.htm>

Proecuador. (2013). *Exportación de artesanías*. Obtenido de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC\\_AS2013\\_ARTESANIAS.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2013_ARTESANIAS.pdf)

Relaciones laborales. (2013). Obtenido de <http://www.relacioneslaborales.gob.ec>

Sánchez A. (2003). Marketing mix. En Sánchez Alfonso.

Senplades. (2015). *Plan del buen vivir*,. Obtenido de <http://plan.senplades.gob.ec/3.3-el-buen-vivir-en-la-constitucion-del-ecuador>

Serrano F. (2012). *Temas de Introducción al Marketing*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=xn9p0nXNN7wC&pg=PA238&dq=definicion+logotipo+en+marketing&hl=es-419&sa=X&ei=-kgCVd\\_OG8ebgwSDvIH0Bw&ved=0CCAQ6AEwAQ#v=onepage&q=definicion%20logotipo%20en%20marketing&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=xn9p0nXNN7wC&pg=PA238&dq=definicion+logotipo+en+marketing&hl=es-419&sa=X&ei=-kgCVd_OG8ebgwSDvIH0Bw&ved=0CCAQ6AEwAQ#v=onepage&q=definicion%20logotipo%20en%20marketing&f=false)

Servicio Ciudadano. (2012). *Licencia metropolitana de funcionamiento*. Obtenido de <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/noticias/228-nuevo-proceso-luaeb>

Servicios ciudadanos de distrito metropolitano de Quito. (2014). *Licencia Única Actividades Económicas*. Obtenido de <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/noticias/228-nuevo-proceso-luaeb.html>

SRI. (2014). *Servicios Rentas Internas*,. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/inspnatural>

Tanaka G. (2000). *Análisis de Estados Financieros Para la Toma de Decisiones*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=LH4fWKR2Cs4C&pg=PA210&dq=definicion+capital+de+trabajo&hl=es-419&sa=X&ei=c1cGVfnzC4jlsAT72oGYAQ&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20capital%20de%20trabajo&f=false>

Tipos de máquinas. (2015). Obtenido de <http://www.tiposde.org/cotidianos/656-tipos-de-maquinas-de-coser/>

Trami facil. (s.f.). <http://www.tramifacil.pe>. Obtenido de <http://www.tramifacil.pe>

Wikipedia. (2014). Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Tijera>