

# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de emprendimiento  
previo a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y  
Gestión de Negocios**

**TEMA: “Creación de una empresa productora y  
comercializadora de cartucheras de tela reciclada, en  
la ciudad de Ambato”**

**AUTOR: Hugo Israel Guamán Jordán**

**TUTOR: Ing. MBA. Marcelo Javier Mancheno Saá**

**AMBATO – ECUADOR**

**Octubre2017**



## **APROBACIÓN DEL AUTOR**

**Ing. Marcelo Javier Mancheno Saá, MBA**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación **“Creación de una empresa productora y comercializadora de cartucheras de tela de ropa usada-desechada, en la ciudad de Ambato”**, presentado por el señor **Hugo Israel Guamán Jordán**, para obtener el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas, suficiente para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 17 de marzo del 2017



**Ing. Marcelo Javier Mancheno Saá, MBA**  
**C.C. 1803549219**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Hugo Israel Guamán Jordán**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



**Hugo Israel Guamán Jordán**

**CI. 180363438-3**

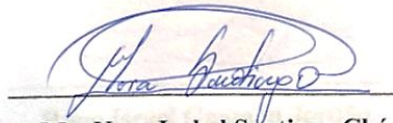
## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



**Lcdo. Mg. Mario Patricio Padilla Martinez**

**C.I. 0501298269**



**Ing. Mg. Nora Isabel Santiago Chávez**

**C.I. 0601351745**

Ambato, 6 de julio del 2017

## **DERECHOS DEL AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que realice de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y proceso de investigación, según las normativas de la Institución.

Cedo los derechos en líneas patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga ganancia económica y se respete mis derechos de autor.



---

**Hugo Israel Guamán Jordán**

**CI. 180363438-3**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por regalarme la vida y darme la fortaleza de superar los obstáculos del diario vivir.

A los docentes de la Universidad Técnica de Ambato, por su entrega diaria y los conocimientos impartidos, formando a la persona y al profesional, acrecentando el deseo por aprender e investigar.

A mis padres y hermanos por su confianza.

A mis tres hermosos hijos, Michael, Solange y Charlotte, luz en mi vida.

A mis amigos de Universidad por las anécdotas en el transcurso de nuestra vida universitaria, experiencias únicas.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo solo puedo dedicárselo a mi bella esposa Isabel, por el amor y apoyo incondicional. TE AMO.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL AUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DERECHOS DEL AUTOR .....	v
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xviii
EXECUTIVE SUMMARY .....	xix
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
Descripción de la problemática .....	10
Formulación del problema.....	12
CAPITULO II.....	13
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO .....	13
1. Nombre del emprendimiento.....	13
2. Localización geográfica .....	13
3. Justificación.....	13
4. Objetivos .....	16
4.1. General.....	16
4.2. Específicos .....	16
5. Beneficiarios .....	16
6. Resultados a alcanzar .....	16
CAPÍTULO III .....	17
ESTUDIO DE MERCADO.....	17
3.1. Descripción del producto, características y usos .....	17
3.1.1. Descripción del producto.....	17
3.1.2. Características del producto.....	17
3.1.3. Usos del producto .....	18
3.2. Estudio de la demanda.....	18



3.2.1. Definición y fórmula de la Demanda .....	18
3.2.2. Resultado de las encuestas dirigidas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato .....	21
3.2.3. Resultado de las encuestas dirigidas a los estudiantes del nivel primario y secundario de Instituciones de la ciudad de Ambato .....	35
3.2.4. Análisis para obtener la demanda .....	43
3.3. Oferta .....	45
3.3.1. Definición y fórmula de la Oferta.....	45
3.3.2. Resultado de las encuestas aplicadas a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato .....	46
3.3.3. Análisis para obtener la Oferta .....	56
3.4. Mercado Potencial para el proyecto .....	57
3.5. Precios .....	58
3.6. Canales de Comercialización.....	59
3.7. Canales de distribución.....	59
3.8. Estrategias de Comercialización.....	61
3.8.1. Identificación de las estrategias .....	61
CAPITULO IV .....	64
ESTUDIO TÉCNICO.....	64
4.1. Tamaño del Proyecto .....	64
4.1.1. Factores determinantes del tamaño del proyecto.....	64
4.1.2. Tamaño óptimo del proyecto .....	65
4.2. Localización.....	65
4.2.1. Macro-localización .....	65
4.2.2. Micro-localización.....	66
4.3. Ingeniería del proyecto .....	68
4.3.1. Producto –proceso .....	68
4.3.2. Balance de materiales .....	70
4.3.3. Periodo operacional estimado de la planta .....	71
4.3.4. Capacidad de producción .....	71
4.3.5. Distribución de maquinaria y equipo (Lay out) .....	72
CAPITULO V .....	73
ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....	73
5.1. Aspectos generales .....	73

5.1.1. Aspectos legales .....	73
5.1.2. Nombre de la empresa .....	74
5.1.3. Logotipo .....	76
5.1.4. Slogan .....	77
5.1.5. Misión.....	77
5.1.6. Visión .....	77
5.1.7. Valores.....	78
5.2. Diseño Organizacional .....	78
5.3. Estructura Organizativa .....	79
5.3.1. Organigrama estructural .....	79
5.4. Estructura Funcional.....	79
5.4.1. Organigrama Funcional .....	80
5.4.2. Organigrama de Posición .....	81
5.5. Manual de Funciones.....	81
CAPITULO VI.....	88
ESTUDIO FINANCIERO.....	88
6.1. Inversiones en Activos Fijos Tangibles.....	88
6.1.1. Depreciación de Activos Fijos Tangibles.....	90
6.2. Inversiones en Activos Intangibles.....	91
6.2.1. Amortización activos intangibles .....	91
6.3. Inversiones en Activos Circulantes o Capital de Trabajo.....	92
6.3.1. Determinación de costos de producción.....	92
6.3.2. Determinación de gastos operacionales.....	93
6.3.3. Gastos de Ventas .....	93
6.3.4. Determinación de Gastos No Operacionales .....	94
6.3.5. Determinación del capital de trabajo .....	94
6.4. Resumen de Inversiones .....	95
6.5. Financiamiento .....	95
6.6. Plan de inversiones .....	97
6.7. Presupuesto de gastos e ingresos .....	98
6.7.1. Índice para la proyección.....	98
6.7.2. Gastos Administrativos.....	98
6.7.3. Gastos de Ventas .....	98
6.7.4. Gastos No Operacionales.....	99

6.7.5. Costo de Producción.....	99
6.7.6. Total gastos, y costos de producción.....	100
6.7.7. Cálculo de precio de venta.....	100
6.7.8. Proyección de ingresos.....	101
6.7.9. Índices para la proyección de ingresos.....	101
6.7.10 Situación financiera actual.....	102
6.7.11. Situación financiera proyectada.....	103
6.7.12. Estado de Resultados proyectados.....	108
6.7.13. Flujo de caja.....	110
6.8. Punto de equilibrio.....	111
6.9. Tasa de descuento y criterio alternativo para la evaluación de proyectos.....	113
6.9.1. TMAR.....	114
6.9.2. TMAR Global.....	114
6.10. Valor Presente Neto o Valor Actual Neto.....	114
6.10.1. Cálculo del VAN.....	115
6.11. Indicadores Financieros.....	116
6.11.1. Índice de capital propio:.....	116
6.11.2. Índice de pasivo y capital:.....	116
6.11.3. Índice de activo fijo y patrimonio:.....	116
6.11.4. Rotación de la inversión:.....	117
6.11.5. Rendimiento de la inversión:.....	117
6.12. Tasa beneficio – costo.....	117
6.13. Periodo de recuperación de la inversión.....	119
6.14. Tasa interna de negocio.....	120
6.15. Análisis de sensibilidad.....	120
CAPÍTULO VII.....	121
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	121
7.1. Conclusiones.....	121
7.2. Recomendaciones.....	122
CAPITULO VIII.....	123
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	123
CAPITULO IX.....	128
ANEXOS.....	128

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Descripción del Producto.....	17
Cuadro 2. Universo y muestra de la demanda .....	19
Cuadro 3. Tiempo que labora en el negocio .....	21
Cuadro 4. Producto que más adquiere .....	22
Cuadro 5. Producto en el que invierte con mayor frecuencia.....	23
Cuadro 6. Valor por la venta de útiles escolares .....	24
Cuadro 7. Valor por la venta de útiles de oficina .....	25
Cuadro 8. Valor por la venta de suministros de computación.....	26
Cuadro 9. Valor por la venta de libros.....	27
Cuadro 10. Tipo de cartuchera preferida por el consumidor .....	28
Cuadro 11. Unidades compradas al mes.....	29
Cuadro 12. Precio de compra del producto .....	30
Cuadro 13. Frecuencia de compra del producto .....	31
Cuadro 14. Tipos de proveedores .....	32
Cuadro 15. Ciudad proveniente de los proveedores .....	33
Cuadro 16. Adquisición de cartucheras a futuro .....	34
Cuadro 17. Instituciones educativas .....	35
Cuadro 18. Datos Generales: Género .....	36
Cuadro 19. Tipo de cartuchera adquirida .....	37
Cuadro 20. Pago por el producto .....	38
Cuadro 21. Tiempo de adquisición de las cartucheras .....	39
Cuadro 22. Compra de cartucheras ecológicas a futuro .....	40
Cuadro 23. Librería en la que realizan regularmente las compras .....	41
Cuadro 24. Sitio donde ve la publicidad .....	42
Cuadro 25. Demanda futura .....	44
Cuadro 26. Universo y muestra de la Oferta .....	45
Cuadro 27. Tiempo de permanencia del negocio .....	46
Cuadro 28. Tipos de cartucheras realizadas .....	47
Cuadro 29. Medidas de las cartucheras fabricadas.....	48
Cuadro 30. Precio de venta por unidad .....	49
Cuadro 31. Lugar de compra de la materia prima .....	50

Cuadro 32. Diseños de las cartucheras .....	51
Cuadro 33. Realización de las ventas .....	52
Cuadro 34. Volumen de venta mensual.....	53
Cuadro 35. Principales clientes .....	54
Cuadro 36. Mes de mayor venta.....	55
Cuadro 37. Oferta futura.....	57
Cuadro 38. Mercado potencial insatisfecho .....	58
Cuadro 39. Determinación de precio .....	58
Cuadro 40. Análisis FODA .....	61
Cuadro 41. Matriz TOWS .....	62
Cuadro 42. Propaganda y Publicidad .....	63
Cuadro 42. Factores determinantes del tamaño del proyecto.....	64
Cuadro 43. Tamaño óptimo del proyecto .....	65
Cuadro 44. Micro-localización .....	67
Cuadro 45. Producción de cartucheras .....	70
Cuadro 46. Balance de Lista de Materiales por SKU.....	70
Cuadro 47. Requisitos para formar una empresa.....	74
Cuadro 48. Nombre de la empresa .....	75
Cuadro 49. Valores de la empresa .....	78
Cuadro 50. Funciones del Gerente .....	81
Cuadro 51. Funciones del Contador .....	82
Cuadro 52. Funciones del Diseñador.....	83
Cuadro 53. Funciones de la Cortadora .....	84
Cuadro 54. Funciones de la Costurera.....	85
Cuadro 55. Funciones del Vendedor .....	86
Cuadro 56. Inversiones en Activos Fijos Tangibles .....	88
Cuadro 57. Activos Menores .....	89
Cuadro 58. Depreciación de Activos Fijos Tangibles .....	90
Cuadro 59. Total activo diferido .....	91
Cuadro 68. Resumen de Inversiones .....	95
Cuadro 69. Financiamiento .....	96
Cuadro 71. Tabla de Amortización.....	97
Cuadro 72. Plan de inversiones .....	97
Cuadro 84. Situación financiera proyectada Año 1 .....	103

Cuadro 85. Situación financiera proyectada Año 2.....	104
Cuadro 86. Situación financiera proyectada Año 3.....	105
Cuadro 87. Situación financiera proyectada Año 4.....	106
Cuadro 88. Situación financiera proyectada Año 5.....	107
Cuadro 90. Estado de Resultados proyectados.....	109
Cuadro 91. Flujo de caja.....	110
Cuadro 92. Punto de equilibrio en unidades (SKU=Docenas).....	111
Cuadro 93. Punto de equilibrio en dólares.....	112
Cuadro 94. Factores para el calculo.....	113
Cuadro 95. Calculo de la TMAR para el capital propio.....	114
Cuadro 96. Calculo de la TMAR Global.....	114
Cuadro 97. Calculo del VAN.....	115
Cuadro 98. Tasa beneficio – costo.....	118
Cuadro 99. Periodo de recuperación de la inversión.....	119
Cuadro 100. Tasa interna de negocio.....	120
Cuadro 101. Análisis de sensibilidad.....	120

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Formulación del problema.....	12
Gráfico 2. Tiempo que labora en el negocio .....	21
Gráfico 3. Producto que más adquiere.....	22
Gráfico 4. Producto en el que invierte con mayor frecuencia .....	23
Gráfico 5. Valor por la venta de útiles escolares .....	24
Gráfico 6. Valor por la venta de útiles de oficina.....	25
Gráfico 7. Valor por la venta de suministros de computación .....	26
Gráfico 8. Valor por la venta de libros .....	27
Gráfico 9. Tipo de cartuchera preferida por el consumidor .....	28
Gráfico 10. Unidades compradas al mes .....	29
Gráfico 11. Precio de compra del producto .....	30
Gráfico 12. Frecuencia de compra del producto.....	31
Gráfico 13. Tipos de proveedores.....	32
Gráfico 14. Ciudad proveniente de los proveedores.....	33
Gráfico 15. Adquisición de cartucheras a futuro .....	34
Gráfico 16. Datos Generales: Género.....	36
Gráfico 17. Tipo de cartuchera adquirida.....	37
Gráfico 18. Pago por el producto.....	38
Gráfico 19. Tiempo de adquisición de las cartucheras .....	39
Gráfico 20. Compra de cartucheras ecológicas a futuro.....	40
Gráfico 21. Librería en la que realizan regularmente las compras .....	41
Gráfico 22. Sitio donde ve la publicidad .....	42
Gráfico 23. Variación mensual del noviembre 2016.....	44
Gráfico 24. Tiempo de permanencia del negocio.....	46
Gráfico 25. Tipos de cartucheras realizadas .....	47
Gráfico 26. Medidas de las cartucheras fabricadas .....	48
Gráfico 27. Precio de venta por unidad .....	49
Cuadro 28. Lugar de compra de la materia prima .....	50
Gráfico 29. Diseños de las cartucheras.....	51
Gráfico 30. Realización de las ventas.....	52

Gráfico 31. Volumen de venta mensual .....	53
Gráfico 32. Principales clientes .....	54
Gráfico 33. Mes de mayor venta .....	55
Gráfico 34. Variación mensual noviembre 2016.....	56
Gráfico 35. Canales de comercialización .....	59
Gráfico 36. Canales de distribución .....	60
Gráfico 39. Macro-localización del proyecto .....	66
Gráfico 40. Micro-localización del proyecto.....	67
Gráfico 42. Distribución de maquinaria y equipo .....	72
Gráfico 43. Logo .....	76
Gráfico 44. Slogan.....	77
Gráfico 45. Organigrama estructural .....	79
Gráfico 46. Organigrama Funcional.....	80
Gráfico 47. Organigrama de Posición .....	81
Gráfico 48. Punto de equilibrio .....	113



## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Demanda: dirigido a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato.....	128
Anexo 2. Demanda: dirigido a la población económicamente activa de la ciudad de Ambato .....	131
Anexo 3. Oferta: dirigido a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato.....	133

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El proyecto de emprendimiento denominado “Creación de una empresa productora y comercializadora de cartucheras de tela de ropa usada-desechada, en la ciudad de Ambato”, está destinada a la elaboración de cartucheras escolares aprovechando como materia prima tela de ropa usada-desechada, en condiciones para reutilizarla.

La realización de este trabajo está basada en la búsqueda de soluciones al problema que se presenta al no reutilizar las telas que son desechadas de las prendas de vestir, buscando desarrollar y demostrar el aprovechamiento de materia prima de productos ya utilizados con el fin de aportar al cuidado ambiental, generando un impacto positivo tanto económicamente como social.

Los datos del estudio técnico indica que la localización óptima de la empresa es en el sector del mercado mayorista. Participaron 7 colaboradores, definiéndose los niveles directivo, ejecutivo y operativo. El punto de equilibrio monetario es de \$ 66.394,31 y el punto de equilibrio en unidades es de 2,985 Sku, a un precio de \$ 22,24. Los resultados del Valor actual neto son de \$ 23.841,10, significa que existe la capacidad de recuperar la inversión. La TIR representa el 73.7% lo cual implica que el proyecto es factible porque es superior a la TMAR 12.09%.

La propuesta es abarcar el 20% del mercado, de acuerdo a las necesidades económicas del inversionista, por lo que para el primer año del proyecto se calcula realizar 3.480 Sku, incrementándose cada año en aproximadamente mil unidades, considerando la demanda insatisfecha.

**PALABRAS CLAVES:**

**PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN, EMPRESA, RECICLAJE.**

## **EXECUTIVE SUMMARY**

The entrepreneurship Project called "Creation of a company that produces and sells used-discarded clothes fabrics in the city of Ambato" is intended for the production of school cartridges using as raw material cloth used-discarded, in conditions for reuse.

The accomplishment of this work is based on the search for solutions to the problem presented by not reusing cloths that are discarded from garments, seeking to develop and demonstrate the use of raw material of products already used in order to contribute to the environmental care, generating a positive impact both economically and socially.

The data of the technical study indicates that the optimum location of the company is in the sector of the wholesale market. 7 employees will participate, defining the levels of management, executive and operational. The monetary break-even point is \$ 66,394.31 and the break-even point in units is 2,985 Sku, at a price of \$ 22.24. The results of the Net Present Value are \$ 23,841.10, it means that there is the capacity to recover the investment. The IRR represents 73.7% which implies that the project is feasible because it is superior to the TMAR 12.09%.

The proposal is to cover 20% of the market, according to the economic needs of the investor, so that for the first year of the project is calculated to make 3,480 Sku, increasing each year by approximately one thousand units, considering the unsatisfied demand.

**KEYWORDS:**

**PRODUCTION, MARKETING, BUSINESS, RECYCLING.**

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente proyecto de emprendimiento surge debido a la problemática que aqueja actualmente al mundo, esta se genera debido al aumento de desechos de toda índole y de los cuales el estudio se ha enfoca a los producidos por la tela procedente de la ropa que se deja de utilizar que al final son trasladados al relleno sanitario que la ciudad posee, generando una creciente la necesidad de más espacio para poderlos depositar convirtiéndose problema social a futuro

Para la realización del presente proyecto se estudiaron diversos tipos de investigaciones relacionados a la temática se trata tomando en con sideración los aspectos generales que sustenten de forma técnica o científica.

Los documentos que se citan a continuación son aquellos que se utilizaron como referencia dentro de la investigación:

**Tema:** “Estudio técnico económico para la elaboración de una línea de calzado a partir del cartón y tela de ropa usada-desechada en la ciudad de Guayaquil”

**Autores:** Freire Cañarte Héctor Virgilio

**Realizada en:** Universidad de Guayaquil

Año: 2014

**Objetivos:**

**Objetivo principal**

Realizar el estudio técnico económico para la elaboración de una línea de calzado a partir de cartón y tela de ropa usada-desechada de la ciudad de Guayaquil.

**Objetivos específicos**

- Determinar el tamaño del mercado para proyectarnos en que área o en qué tipo de mercado vamos a implementar el producto teniendo una mejor visión al momento de la estratificación.
- Elaborar un estudio de mercado para lograr la estimación de consumo en las regiones Ecuatorianas en los próximos 5 años.

- Realizar el análisis para el estudio técnico y aplicarlo a la elaboración de la línea de calzado a través del reciclaje de cartón y tela para transformar el producto a diseños innovadores.
- Conocer la tendencia de consumo y compra que realizan las personas en productos similares como calzados comunes y de productos reciclados para armar una estrategia competitiva y darle valor agregado.
- Realizar estudios financieros y económicos suficientes para que este proyecto sea viable o no, haciendo todos los asientos contables a priori detectando futuros problemas de finanzas que el producto pueda tener y su análisis de sensibilidad posteriormente.

### **Conclusión:**

1. Fomentar el reciclaje es uno de los retos que tenemos como futuros Ingenieros Industriales, puesto que serviremos como guía para la sociedad.
2. Es por esta razón que el proyecto está dirigido a mitigar en un pequeño porcentaje la contaminación y la disminución de usar recursos tales como los árboles, la energía eléctrica, agua etc.
3. El proyecto de crear sandalias a partir del cartón y tela reciclado abriría una puerta a que los consumidores empiecen a utilizar productos verdes amigables con el ambiente tomando conciencia de la importancia de su uso y que esta sea transmitida a voux populis.

**Tema:** Plan de negocios para la producción de chalecos doble faz hechos de material reciclado e impermeable en la ciudad de Bogotá

**Autores:** Daniel Pinzon Neira ,Daniel Carreño Saavedra.

Realizada en: Universidad Distrital Francisco José De Caldas

Año: 2015

### **Objetivos:**

#### **Objetivo General**

Formular un plan de negocios para la producción de chalecos doble faz hechos de material reciclado e impermeable en la ciudad de Bogotá.

#### **Objetivos Específicos**

- Desarrollar un estudio técnico para el proceso de confección del chaleco.

- Realizar un estudio de impacto ambiental de los beneficios generados por la producción de chalecos amigables con el ambiente.
- Hacer un estudio de mercado sobre las características de los chalecos reciclados en el mercado textil de la ciudad de Bogotá.
- Determinar la Pre-factibilidad financiera del producto a partir de un mercado hipotético en la ciudad de Bogotá

### **Conclusiones:**

1. Con este trabajo se desarrolló un plan de negocios para la producción de chalecos doble faz hechos de material reciclable e impermeable en la ciudad de Bogotá, capaz de ser puesto en marcha por una empresa que quiera invertir en este proyecto textil-ambiental, debido a los resultados positivos que se obtuvieron en el transcurso de esta investigación.
2. Se identificó la forma más eficiente de realizar cada proceso productivo, desde la adquisición de materias primas, la confección, empaqueo y su posterior distribución y venta, aplicando para cada uno de estos: ruta crítica, tabla de tiempos, descripción y análisis.
3. Se aplicaron diferentes herramientas de investigación, que nos permitieron determinar la mejor ubicación para el proyecto, así como las interacciones políticas, económicas, sociales, tecnológicas y ambientales para responder a las problemáticas que se puedan presentar, previéndolas o solucionándolas de manera acertada.
4. Los aspectos ambientales del proyecto se evaluaron de acuerdo a su incidencia positiva o negativa en sus diferentes procesos, y como estos pueden afectar el desarrollo del proyecto y/o la sociedad. Esto con la implementación de herramientas cuantitativas y cualitativas donde se desarrollaron programas para el mejoramiento ambiental del plan de negocios.
5. Al identificar la segmentación del mercado de acuerdo a las características ambientales del producto, se realizaron encuestas y entrevistas a los usuarios y clientes para determinar su aceptación hacia el proyecto, o en caso contrario sugerir o recomendar modificaciones, incluidas en la confección del chaleco amigable con el ambiente.

**Tema:** “Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carteras y bolsos con material reciclado de vallas publicitarias en la ciudad de Quito”.

**Autor:** Carla Recalde

Realizada en: Universidad Politécnica Salesiana

**Año:** 2012

**Objetivos:**

**Objetivo General**

Determinar si es factible la creación de una empresa productora y comercializadora de carteras y bolsos con material reciclado de vallas publicitarias en la ciudad de Quito.

**Objetivos Específicos**

- Comprobar si existe el mercado suficiente para la creación de una empresa productora y comercializadora de carteras y bolsos con material reciclado de vallas publicitarias en la ciudad de Quito.
- Determinar la localización más óptima para la creación de una empresa productora y comercializadora de carteras y bolsos con material reciclado de vallas publicitarias en la ciudad de Quito.
- Conocer si la creación de una empresa productora y comercializadora de carteras y bolsos con material reciclado de vallas publicitarias en la ciudad de Quito es financieramente rentable y factible.
- Identificar la estructura técnica más apropiada para la creación de una empresa productora y comercializadora de carteras y bolsos con material reciclado de vallas publicitarias en la ciudad de Quito.
- Establecer la estrategia de marketing basada en las “4P” a usar para la creación de una empresa productora y comercializadora de carteras y bolsos con material reciclado de vallas publicitarias en la ciudad de Quito.
- Adoptar un sistema administrativo óptimo para la creación de una empresa productora y comercializadora de carteras y bolsos con material reciclado de vallas publicitarias en la ciudad de Quito.

### **Conclusiones:**

1. Podemos concluir que la creación de Verde Glamour, empresa Productora y Comercializadora de bolsos y carteras con material reciclado de vallas publicitarias, es factible debido a que es una actividad que genera una rentabilidad muy atractiva ya que los costos de producción son bajos tomando en cuenta que el principal componente de la materia prima es donada logrando disminución de costos y con ello ofrecer al consumidor un precio muy accesible y sobre todo un producto de excelente calidad con imagen innovadora y diseños únicos, que busca contribuir al ambiente mediante el reciclaje.
2. Es importante destacar que existe un mercado muy amplio para Verde Glamour ya tiene como mercado meta mujeres que viven en la ciudad de Quito y que pertenecen a la Población económicamente activa, destacando con esto que la población a la cual estamos dirigidas es extensa y potencial.
3. La localización de la empresa estará en el Norte y Sur de Quito ya que se pretende abarcar varios segmentos con esta ubicación y con ello cubrir la demanda de estos dos sectores, esto nos permitirá diversificar y sobre todo posicionar a la empresa.

**Tema:** “El futuro de la ropa ecológica en Colombia a partir de las tendencias desarrolladas en Reino Unido y Suecia y su impacto ambiental”.

**Autor:** Laura Catalina Gonzáles Urrea, Laura Silgado Huertas Paula Andrea Vargas Prada

Realizada en: Universidad del Rosario

**Año:** 2016

### **Objetivos:**

#### **Objetivo General**

Analizar el futuro de la ropa ecológica en Colombia con base a las tendencias desarrolladas en Reino Unido y Suecia y su impacto ambiental.

#### **Objetivos Específicos**

- Determinar la forma en que se podría desarrollar la industria de la ropa ecológica en Colombia.



- Comprender la tendencia de ropa ecológica en otros países para tener el suficiente conocimiento de la industria y así poder implementarlo en Colombia.
- Identificar la percepción de compra de los consumidores sobre prendas de vestir amigables con el medio ambiente.

### **Conclusiones:**

1. Luego de realizar un análisis detallado de los resultados arrojados por las encuestas, se puede afirmar que existe coherencia entre la información obtenida. En general, se observó que la mayoría de los colombianos no se informa sobre temas ecológicos, lo cual coincide con la falta de conocimiento con respecto a aspectos como:
  - Etiquetas ecológicas.
  - Los programas gubernamentales encargados de promover la producción y consumo de productos ecológicos.
  - Tiendas de ropa ecológica en Colombia. No obstante, a pesar de la situación expuesta, el consumidor colombiano promedio se caracteriza por:
    - Realizar acciones que contribuyen a la preservación del medio ambiente.
    - No comprar prendas de vestir frecuentemente.
    - Donar la ropa que ya no usa.
    - Comprar productos ecológicos por conciencia ambiental.
    - Tener conocimiento acerca de la ropa ecológica.
2. Lo mencionado, ratifica el interés por la compra y/o uso de productos ecológicos por parte de los colombianos, lo cual prueba la factibilidad de la ropa ecológica en Colombia, siendo un producto conocido por un porcentaje significativo de la población, convirtiéndolo en un mercado 47 emergente dentro del país. Por tanto, las tendencias desarrolladas en Suecia y Reino Unido podrían ser aplicadas en Colombia, teniendo éxito dentro del mismo.
3. Sin embargo, diversas empresas colombianas no se encuentran preparadas para fabricar este tipo de productos. Para lograrlo, sería necesario el rediseño de algunos procesos dentro de las fabricas, cambios en ciertos insumos, además de la implementación de una logística inversa; siendo aspectos en cierta medida complejos para la industria textil del país, pues requieren inversión de capital y tiempo, factores escasos en la mayoría de empresas

colombianas al ser MiPymes. Por tanto, lograr la producción de ropa ecológica por parte de las empresas nacionales podría definirse como una transformación progresiva.

4. A pesar de la situación expuesta, existen algunas empresas colombianas que han empezado a fabricar ropa ecológica, brindándole al consumidor la posibilidad de comprar un producto amigable con el medio ambiente. Lo anterior, se considera un aspecto positivo para la industria textil colombiana, pues actualmente posee pocos competidores y pocas barreras de entrada, ya que muchas de las empresas extranjeras que fabrican este tipo de prendas aún no han ingresado al mercado. En consecuencia, las empresas pertenecientes a la industria colombiana deben aprovechar esta oportunidad para ampliar su cuota de mercado, ya que en el futuro podría ser más complejo debido al ingreso de empresas extranjeras, las cuales poseen la tecnología e insumos necesarios para elaborar ropa ecológica, además de la experiencia en este tipo de procesos incrementando las barreras de entrada a este mercado. Por tanto, la industria colombiana esta a tiempo de explotar dicho mercado potencial y realizar los cambios necesarios para responder a su demanda, ya que los consumidores cada vez se interesan más por los productos ecológicos.
5. Cabe resaltar, que la calidad es considerada por los consumidores colombianos como uno de los aspectos de mayor importancia a la hora de comprar ropa, es por ello que las empresas nacionales deben fabricar productos ecológicos de alta calidad, debido a que la mayoría de los consumidores asocian este tipo de prendas con baja calidad. Así mismo, aspectos como el color y la textura se deberán tener en cuenta para así ofrecer ropa con diseños atractivos satisfaciendo al consumidor colombiano, además de situar las tiendas en puntos estratégicos, de tal forma que se puedan encontrar fácilmente y se localicen en un punto equidistante.

**Tema:** Creación de un nuevo producto “Pantufilas” con los desperdicios de telas para promover la expansión de la Empresa Confecciones Támesis en la zona centro del país.

**Autores:** Édison Joffre Constante Villalva

Realizada en: Universidad Técnica de Ambato

Año: 2017

## **Objetivos:**

### **Objetivo General**

Elaboración de pantuflas con los desperdicios de telas para promover la expansión de la empresa CONFECCIONES TÁMESIS.

### **Objetivos Específicos**

- Desarrollar un estudio de mercado, que permita conocer la aceptación del nuevo producto elaborados con los desperdicios de tela.
- Definir los procesos necesarios para la comercialización de pantuflas a base de desperdicios de tela en la empresa CONFECCIONES TÁMESIS.
- Evaluar la inversión necesaria para la producción y comercialización de pantuflas, que permitan determinar la viabilidad e implementación del proyecto.

## **Conclusiones:**

Desarrollado el estudio de mercado, permitió conocer la aceptación del nuevo producto elaborados con los desperdicios de tela, este producto denominado “pantuflas” cuenta con la aceptación de los clientes, así lo demostraron en el estudio de la demanda con el 61% de aceptación.

Dentro del mismo capítulo y derivado de la investigación de mercado, se pudo definir los procesos necesarios para la comercialización de pantuflas a base de desperdicios de tela en la empresa Confecciones Támesis, el cual se conserva los canales directos de empresa a mayorista.

En el estudio técnico se pudo establecer el tamaño de la empresa la localización que está dado a nivel macro y micro, así como, la ingeniería del proyecto donde se detalla los procesos productivos que permiten determinar los costos del producto.

Se evaluó la inversión necesaria para la producción y comercialización de pantuflas, que permitan determinar la viabilidad e implementación del proyecto, esto se lo detallo paso a paso en el estudio financiero en donde se pudo armar un resumen de las inversiones necesarias para arrancar el proyecto, estableciendo proyección de los estados al 2021 de donde se obtuvo como indicadores principales un VAN de \$ 15.776,27, un TIR de 56% y un periodo de recuperación de la inversión en un año y 9 meses.

## **Conclusión General**

Haciendo referencia al análisis de los proyectos anteriormente citados podemos definir que los mismos están enfocados a una tendencia ecológica que se acrecienta día a día a nivel regional, nacional y mundial buscando formas más eficientes de producción y optimización de recursos.

El régimen de desarrollo y el sistema económico social y solidario, de acuerdo con la Constitución del Ecuador, tienen como fin alcanzar el Buen Vivir; la planificación es el medio para alcanzar este fin. Uno de los deberes del Estado es "planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al Buen Vivir"

El objetivo 7 del Plan Nacional para Buen Vivir, hace referencia que la responsabilidad ética es fundamental para el desarrollo humano, considerando que la economía depende de la naturaleza como proveedor de recursos por lo cual es relevante conseguir el Sumak Kawsay (Buen Vivir).

El programa de gobierno 2013-2017, en el apartado de Aspecto por el cual es necesario que los proyectos brinden ideas innovadoras de productos alternos amigables con el medio ambiente, adaptándose a la Revolución Ecológica, programa de gobierno que plantea prioridades de conservación y el uso sostenible del patrimonio natural y sus recursos naturales aplicando tecnologías ambientales limpias, una mayor participación de energías renovables, así como la prevención, el control y la mitigación de la contaminación y la producción, el consumo y el posconsumo sustentables (Movimiento Alianza PAÍS, 2012).

Por otra parte, la gestión de las Agendas Zonales es territorial las cuales permiten la coordinación y articulación de la planificación nacional/sectorial con la planificación de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y definen un modelo de gestión zonal pertinente que vincula la oferta de políticas públicas existentes desde el ejecutivo y las demandas de la zona para atender problemáticas específicas conforme la realidad del territorio.

Dentro de la zona 3 lugar de nuestro emprendimiento específicamente, Ambato presenta una especialidad económica basada en actividades del sector terciario, con una PEA e infraestructura muy especializada en comercio, configurándose como uno de los núcleos urbanos más importantes del país; además, existen otras actividades que se desarrollan exitosamente como la manufactura, inmobiliarias, investigación científica y técnica, que disponen de equipamiento para ofrecer servicios y potenciar estas actividades y el desarrollo de la zona.

Para el período 2013-2017 se propone el establecimiento de una formación integral a fin de alcanzar la sociedad socialista del conocimiento. Ello permitirá dar el salto de una economía de recursos finitos (materiales) a la economía del recurso infinito: el conocimiento. Es preciso centrar los esfuerzos para garantizar a todos los derechos a la educación, bajo condiciones de calidad y equidad, teniendo como centro al ser humano y el territorio. Fortaleceremos el rol del conocimiento, promoviendo la investigación científica y tecnológica responsable con la sociedad y con la naturaleza (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2016).

### **Descripción de la problemática**

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización cita lo siguiente:

Art. 54.- Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes;

Art. 55: Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley

Sin embargo, dentro del estudio realizado en el año del 2002 denominado Análisis Sectorial de Residuos Sólidos del Ecuador que fue auspiciado por:

- Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
- Agencia Alemana de Cooperación Técnica (GTZ)
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)
- Ministerio del Ambiente del Ecuador (MINA)
- Ministerio de Desarrollo Urbano y de Vivienda del Ecuador (MIDUVI)
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MNP)
- Organización Panamericana de la Salud (OPS)

Y luego de su evaluación en el año 2010 se determinó que el país posee un nivel bajo en los procesos de manejo de desechos sólidos a nivel general, por tal motivo en el mismo año el Gobierno Ecuatoriano en conjunto con el Ministerio del Ambiente elaboraron el PROGRAMA NACIONAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE DESECHOS SÓLIDOS (PNGIDS) como apoyo a los Municipios del país.

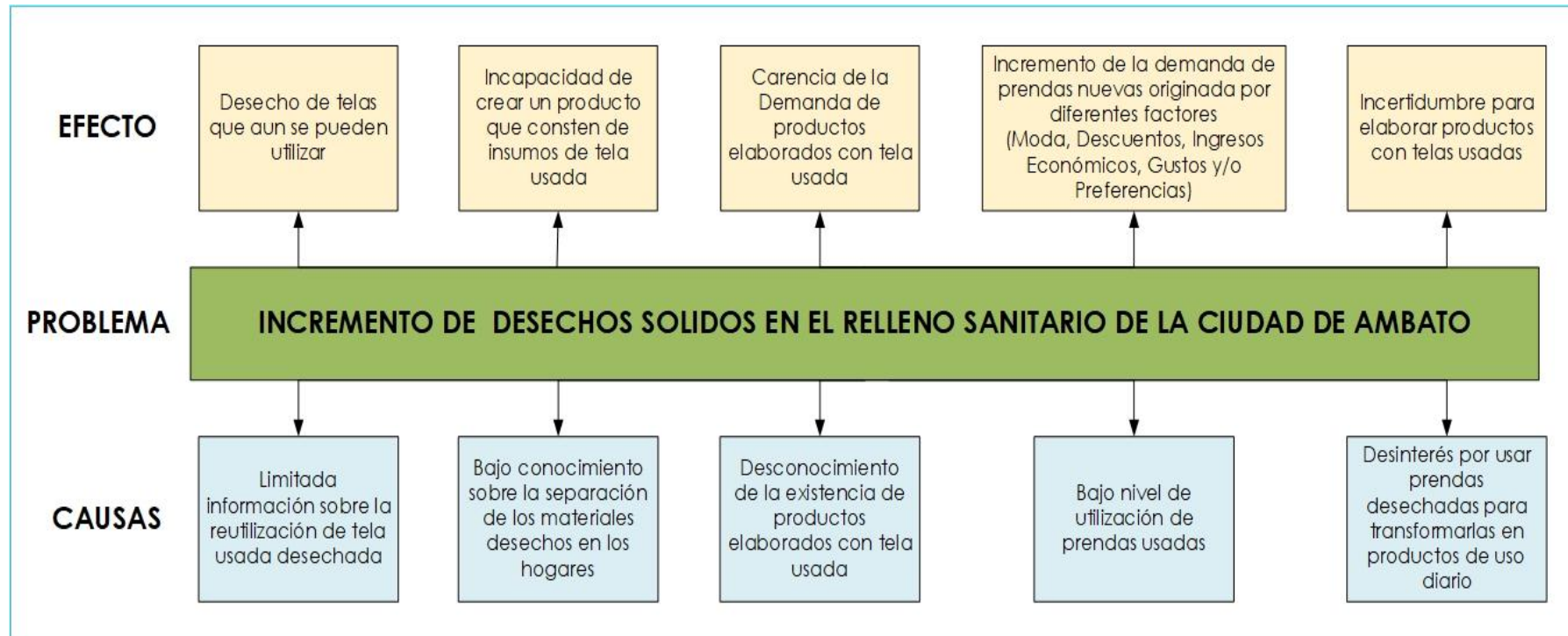
Teniendo en cuenta que la ropa desechada forma parte del proyecto Creación de una empresa productora y comercializadora de cartucheras de tela usada en la ciudad de Ambato, y que este apoya a la disminución de desechos en el relleno sanitario se determinó el problema como:

EL INCREMENTO DE DESECHOS SOLIDOS EN EL RELLENO SANITARIO DE LA CIUDAD de AMBATO, lo que permitió definir varias CAUSAS que originaron el mismo y como estas producen EFECTOS a la sociedad desencadenando distintos complicaciones sociales y pérdida de oportunidades las cuales se detallan en la siguiente gráfica.

Los mismos que hacen énfasis en las causas primordiales por la cual se genera el problema

## Formulación del problema

Gráfico 1. Formulación del problema



Elaborado por: Israel Guamán  
Fuente: Investigación de campo

## **CAPITULO II**

### **DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO**

#### **1. Nombre del emprendimiento**

Creación de una empresa productora y comercializadora de cartucheras con tela de ropa usada, en la ciudad de Ambato.

#### **2. Localización geográfica**

País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

Ciudad: Ambato

#### **3. Justificación**

La generación de residuos, a nivel mundial, constituye uno de los mayores problemas ambientales del siglo XXI. En 2012, la generación de residuos en el Ecuador era de 406,8 Kg per cápita al año, lo que representa la mitad de los residuos generados por parte de Estados Unidos (828 Kg/per cápita/año) (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014).

En la Provincia de Tungurahua, se establece que la población actual existente es de 504.583, de los cuales el 48.5% está representando por varones y el 51.5% lo representan las mujeres (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010).

En el Ecuador existen tres grandes grupos de actividades que componen el sector textil, de acuerdo a los datos arrojados por el Censo Nacional Económico 2010: Manufactura, Comercio y Servicios. Las actividades de Manufactura cuentan con 11.006 establecimientos, de los cuales el 74,2% corresponde a la fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel; el 8,2% la fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, el 8,2% a fabricación de calzado y el 9,5% restante a otras



actividades de manufactura. Mientras que en las actividades de Servicios se registran 4.054 establecimientos, de los que el 56% se dedican a la Reparación de calzado y artículos de cuero, y el 44% restante se dedica al Lavado y limpieza de productos textiles y de piel.

Si se analiza la población ocupada por rama de actividad, de acuerdo a cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos, para el año 2010, en la población económicamente activa se encuentra que en la rama de ocupación de otras actividades se encuentra la de otras de servicio el 3,2%, de la población total, con lo cual se detalla que no es un sector muy explotado en actividades productivas, siendo el de comercio al por mayor y menor el de mayor relevancia, es decir el 21,6%, de la población económicamente activa la que se dedica mayormente a esta actividad y que la población es de 329.9 mil habitantes, 65,4% con respecto a la provincia de Tungurahua (Sistema Nacional de Información, 2014).

La falta de cultura en el Ecuador es un problema significativo ya que a pesar de ser un país manufacturero y esta a su vez desarrollarse como una de las principales actividades, no se ha logrado implementar planes de acción a nivel de emprendimiento, que apoyen a generar productos alternativos, amigables con el medioambiente y que aporten a la sociedad de manera significativa.

Por otro lado, es importante reconocer que cada individuo es actor fundamental, en el cuidado y preservación del ecosistema, es por tal motivo que para generar oportunidades de negocio en esta tendencia primero debemos aprender a optimizar y aprovechar los recursos. Por tal razón es importante conocer cómo se eliminan los desechos en los hogares y que tipo de material se está desperdiciando por falta de conocimiento.

A nivel nacional del total de hogares que eliminaron su basura mediante el servicio municipal (es decir el 83,86 % del total de hogares), el 91,51 % afirmaron sacar la basura en horas previstas de recolección. Al realizar las compras, el 75,20% de los hogares ecuatorianos utilizan bolsas de plástico desechables, el 22,38% utilizan bolsas de tela o material reutilizable y 2,42% otro tipo de canasta (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014).

A nivel nacional en el año 2014, el 38,32% de los hogares clasificaron los residuos, es decir, más de un tercio del total de los hogares ecuatorianos han realizado esta práctica. Entre el año 2010 y 2014, el porcentaje de clasificación obtuvo un aumento de 13.16 puntos porcentuales, es decir el año 2010 estuvo representado por el 25.16%, seguido del año 2011 con el 29.85%, posteriormente el año 2012 lo representa un 31.56%, y finalmente el 2013 consta con un porcentaje de 22.74% (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014).

Para el año 2012 en Ecuador, el 90% de las diversas empresas que se dedican a la recolección diferenciada de residuos no peligrosos, manifestaron que la mayor cantidad de residuos corresponden a metales féreos, sin embargo, de los materiales que recolectan entran grupalmente la recolección de residuos textiles reflejado con 1'356.658.77 kg al año (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2012).

En el 2013, el 22,74% de los hogares ecuatorianos realizaron algún tipo de clasificación de los residuos sólidos, 8,8 puntos menos que el porcentaje de hogares registrados en el 2012, cuando la cifra alcanzaba el 31,56%, según los últimos datos de Información Ambiental de Hogares del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

El estudio, que se realizó en diciembre de 2013, se hizo en 21.303 hogares, a nivel nacional, regional, nivel urbano y rural y en las principales ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Machala. La investigación analiza: residuos sólidos, agua, energía, transporte, afectación visual, conciencia ambiental, espacios verdes y áreas protegidas. Según las cifras el 19,74% de los hogares clasifica plástico, el 15,33% papel o cartón y el 14,73% desechos orgánicos. En comparación con el 2012 la clasificación de desechos orgánicos es la que más se reduce, en ese año el porcentaje de hogares que realizó esta práctica fue de 20,63% (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).

## **4. Objetivos**

### **4.1.General**

Crear una empresa productora y comercializadora de cartucheras con tela de ropa usada-desechada, en la ciudad de Ambato.

### **4.2.Específicos**

- Identificar el nicho de mercado para comercializar el producto
- Definir la demanda de cartucheras de tela reutilizada.
- Analizar la viabilidad económica-financiera y medioambiental del proyecto

## **5. Beneficiarios**

El resultado de la producción creada está destinada a la población estudiantil de la ciudad de Ambato del nivel primario y secundario quienes se beneficiarán con el producto terminado.

Por otra parte, quienes obtendrán beneficios del emprendimiento son aquellos que colaboraran directa e indirectamente con el proceso de fabricación, comercialización o como proveedores, lo que permite generar más fuentes de empleo y promover un mejor nivel de vida.

## **6. Resultados a alcanzar**

- Ingresar al mercado como productor y comercializador de productos que posee un valor agregado tanto a nivel ecológico, social y económico.
- Incremento paulatino de la demanda del producto en el mercado.
- Consolidar una imagen empresarial con responsabilidad social y medioambiental.
- Colaborar con la disminución de desechos sólidos en el relleno sanitario como en otros lugares en los cuales se los deposita.

## CAPÍTULO III

### ESTUDIO DE MERCADO


Según (Lledó, 2013) “Los estudios de mercado por su finalidad genérica de obtener información útil del mercado y sus adores, suelen ser necesarios para planificar, y muchas veces son su consecuencia cuando del esfuerzo de planificación surge la necesidad de captar información para un anteproyecto estratégico” (p.111).

### 3.1. Descripción del producto, características y usos

#### 3.1.1. Descripción del producto

A continuación, se detalla la información del producto en el cuadro 1.

Cuadro 1. Descripción del Producto

Ficha Técnica del Producto			
Nombre comercial del producto		Cartuchera escolar	
Fotografía		Descripción del producto	
		Cartuchera en tela reutilizada con una división, dos cierres y una agarradera	
Tamaño		Materia prima	Tela reutilizada
Ancho	Largo	Insumos	Cierres e Hilo
10 cm	22 cm	Colores	Variedad
Distribución geográfica		Ciudad de Ambato	

#### 3.1.2. Características del producto

- Material resistente
- Impermeable (ficha técnica)
- Disponible en diferentes presentaciones

- Medidas estándar (ficha técnica)
- Fácil transportación

### 3.1.3. Usos del producto

#### Principal

- El uso del producto es de uso diario, a nivel de estudiantes debido a que transportan sus útiles escolares.

#### Secundario

Se puede transportar varios productos como:

- Bebidas
- Alimentos
- Medicinas
- Cosméticos
- Otros

## 3.2. Estudio de la demanda

Para (Anton & González , 2011) designa que “El análisis de la demanda constituye un aspecto clave en todo proceso de planificación y gestión de la actividad. Conocer cuántos son, cómo son y qué uso realizan de los recursos” (p.104).

### 3.2.1. Definición y fórmula de la Demanda

Para el estudio de la demanda se considera como universo a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato, los cuales reposan en los archivos de la base de datos del INEC, solicitando mediante un comunicado directo en oficinas de la institución, y a los estudiantes del nivel primario y secundario de Instituciones de la ciudad de Ambato, según el Fascículo de Ambato INEC 2010 la cantidad de los estudiantes de nivel primario y secundario se detalla a continuación.

Nivel	Total
Primario	57.593
Secundario	42.667
<b>Universo</b>	<b>100.260</b>

El cuadro siguiente presenta el análisis de la demanda.

Cuadro 2. Universo y muestra de la demanda

Descripción	Universo	Muestra
Venta al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería	248	151
Estudiantes nivel primario y secundario	100.260	383

Elaborado por: Israel Guamán  
Fuente: Investigación de campo

Para el cálculo de la muestra el resultado es el siguiente:

Tamaño de la población (N) =	248
Probabilidad de que el evento ocurra p=	0.5
Probabilidad de que el evento ocurra p=	0.5
Nivel de confianza=	5%
Margen de confiabilidad (Z)=	1.959963985
Error máximo permitido (E)=	0.05
Tamaño de la muestra=	151

Fórmula de la muestra (segmento librerías)

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

$$n = \frac{(1,96^2) + 0,5 * 0,5 * 248}{(0,05^2 * (248 - 1)) + 1,96^2 + 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,25 * 248}{0,0025(248) + 3,84 * 0,25}$$

$$n = \frac{238,08}{0,62 + 0,96}$$

$$n = \frac{238,08}{1,58}$$

$$n = 150,68$$

Fórmula de la muestra (segmento estudiantes nivel primario y secundario)

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

$$n = \frac{(1,96^2) + 0,5 * 0,5 * 100.260}{(0,05^2 * (100.260 - 1)) + 1,96^2 + 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,25 * 100.260}{0,0025(100.260) + 3,84 * 0,25}$$

$$n = \frac{96249,60}{250,65 + 0,96}$$

$$= \frac{96249,60}{251,61}$$

$$n = 383$$

### 3.2.2. Resultado de las encuestas dirigidas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

#### Propietarios de las librerías

##### 1. ¿Cuál es el tiempo que posee este negocio?

Cuadro 3. Tiempo que labora en el negocio

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
1 año	65	43 %
2 años	15	10 %
3 o más años	71	47 %
Total	151	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

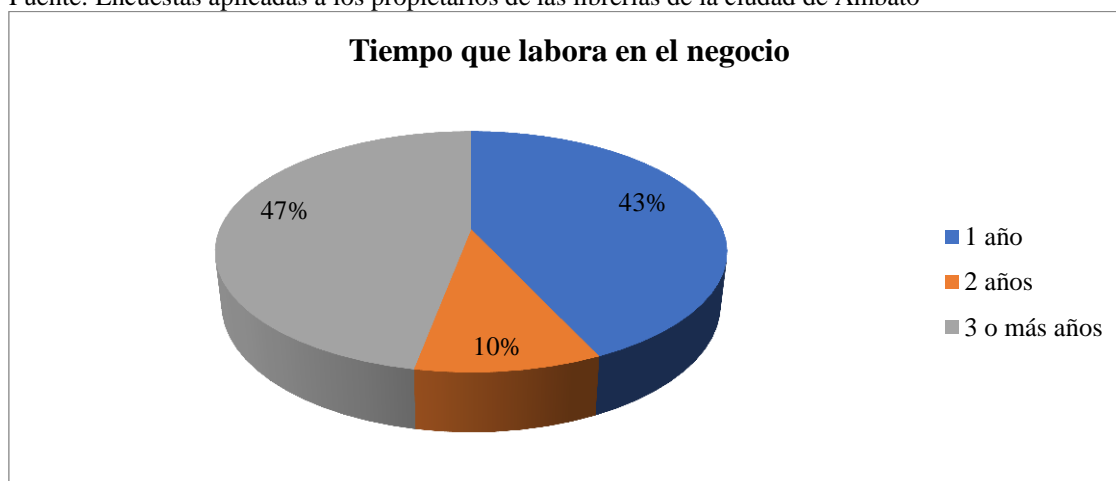


Gráfico 2. Tiempo que labora en el negocio

#### Interpretación:

Del 100% de los encuestados el (47%) posee más de tres años el negocio, el (43%) dos años y el 10% un año.

#### Análisis:

La mayoría de los encuestados se encuentran bordeando la mitad de la muestra, los mismos poseen sus negocios un mayor tiempo en relación a los demás, teniendo en cuenta que el menor porcentaje tiene relación directa con el menor tiempo de permanencia en el mercado y la parte restante posee un tiempo medio en relación a los dos anteriores.



## 2. ¿Cuál es el producto que usted vende con mayor frecuencia?

Cuadro 4. Producto que más adquiere

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Útiles escolares	104	69 %
Útiles de oficina	10	7 %
Suministros de computación	31	21 %
Libros	6	4 %
Total	151	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

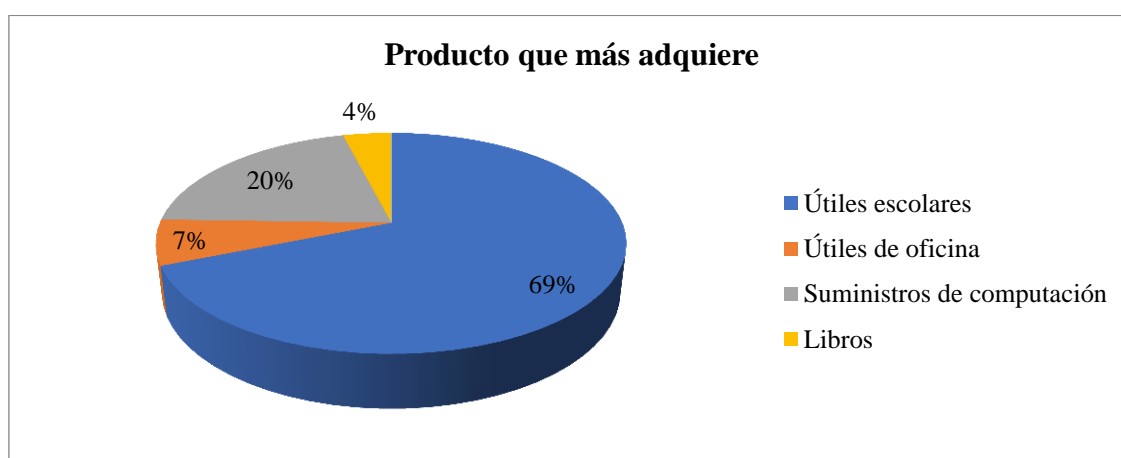


Gráfico 3. Producto que más adquiere

### Interpretación:

La mayoría de los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato (69%) manifestaron que el producto que venden con mayor frecuencia en sus negocios son útiles escolares, mientras que otro grupo de propietarios (20%) designan que venden suministros de computación. Los útiles escolares son los productos con mayor venta en base a que el estudio es la base primordial para el desarrollo de la sociedad y por ende dichos productos son importantes para los estudiantes. Tal como se muestra en el cuadro 3.

### Análisis:

Se concluye que el producto que venden con mayor frecuencia son útiles escolares en contraste con las demás mencionados, por lo que nuestro producto tiene gran oportunidad de ingresar en el mercado.

### 3. ¿En qué producto tiene mayor rotación o vende mas?

Cuadro 5. Producto en el que invierte con mayor frecuencia

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Útiles escolares y Útiles de oficina	38	25 %
Útiles escolares y Libros	74	49 %
Suministros de computación y Libros	32	21 %
Útiles de oficina y suministros de computación	7	5 %
Total	151	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

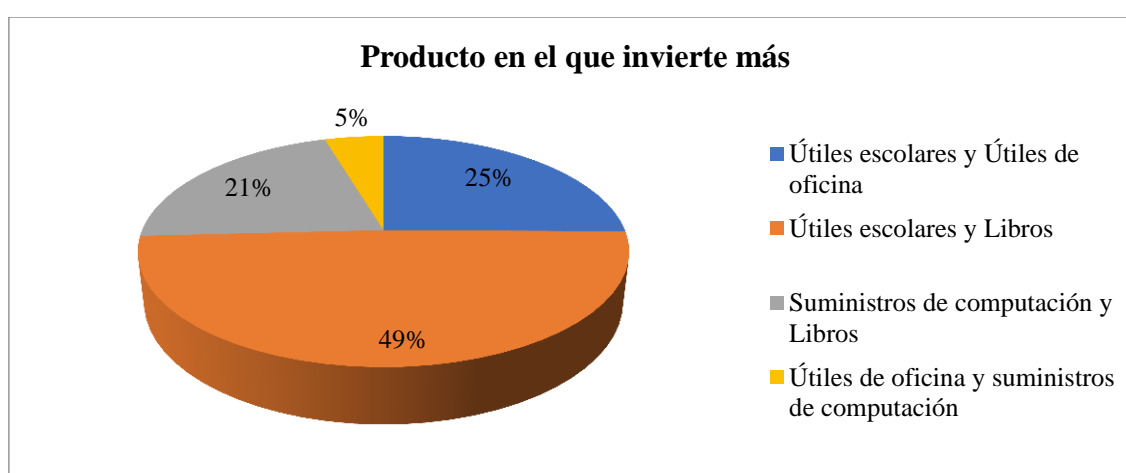


Gráfico 4. Producto en el que invierte con mayor frecuencia

#### Interpretación:

La mayoría de los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato (49%) manifestaron que invierten con mayor regularidad en la adquisición de útiles escolares y libros, mientras que otro grupo de propietarios (25%) optan por invertir en útiles escolares y útiles de oficina.

#### Análisis:

Los propietarios de los negocios de papelería generalmente invierten en los productos que tienen mayor salida, tales como útiles escolares, libros y artículos de oficina, ya que cada vez más los estudiantes se encuentran en un periodo de avance tecnológico. Tal como se muestra en el cuadro 4.

#### 4. ¿Cuál es el valor promedio en ventas en la temporada de inicio de clases?

##### a. Útiles Escolares

Cuadro 6. Valor por la venta de útiles escolares

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
\$50.00-\$80.00	40	26 %
\$81.00-\$100.00	11	7 %
\$101.00-\$200.00	35	23 %
\$201.00-\$500.00	65	43 %
Total	151	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

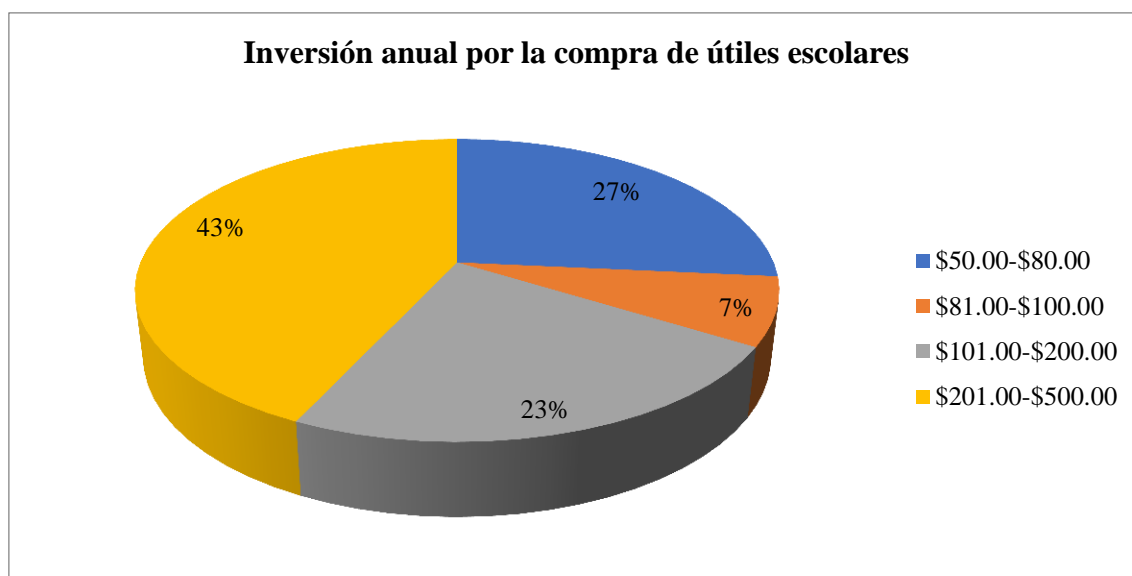


Gráfico 5. Valor por la venta de útiles escolares

#### Interpretación:

La mayoría de los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato (43%) manifestaron que el valor adquirido debido a las ventas de útiles escolares en periodos estudiantiles es generalmente de \$201.00 a \$500.00 dólares, mientras que otro grupo de propietarios (27%) asintieron que obtienen ganancias de \$50.00 a \$80.00 dólares.

#### Análisis:

Las ganancias obtenidas por las ventas varían acorde al volumen vendido, ya que si es un local en donde atiende con rapidez y buen trato al cliente estos regresan, además de recomendar a otros clientes. Tal como se muestra en el cuadro 5.

## b. Útiles de oficina

Cuadro 7. Valor por la venta de útiles de oficina

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
\$50.00-\$80.00	53	35 %
\$81.00-\$100.00	45	30 %
\$101.00-\$200.00	46	30 %
\$201.00-\$500.00	7	5 %
Total	151	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

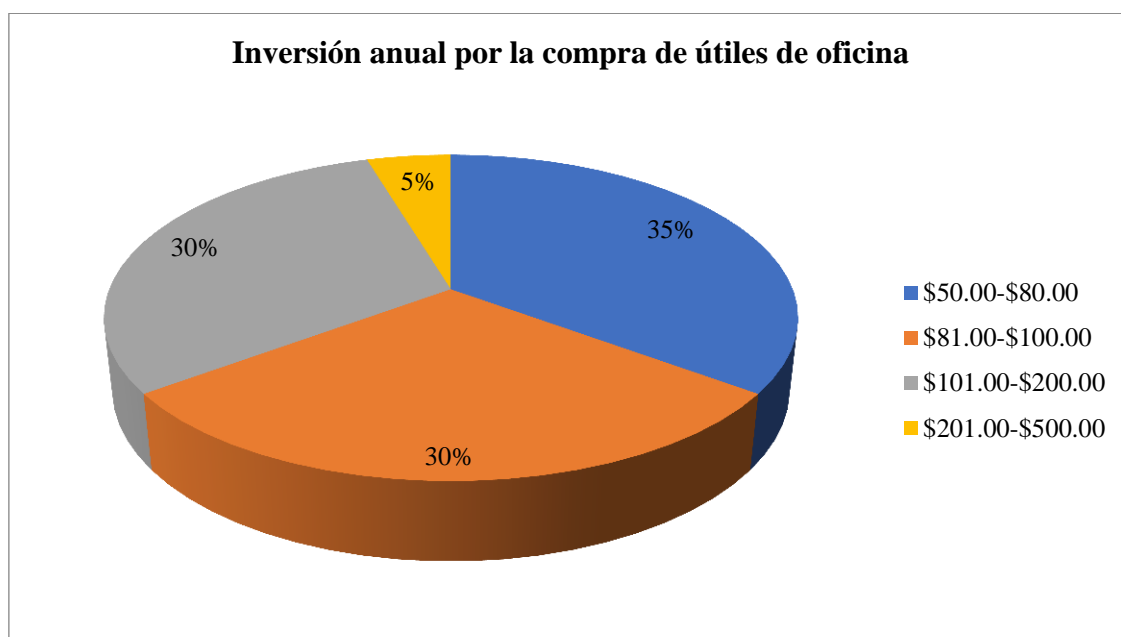


Gráfico 6. Valor por la venta de útiles de oficina

### Interpretación:

La mayoría de los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato (35%) manifestaron que el valor obtenido por la venta de útiles de oficina varía entre \$50.00 y \$80.00 dólares, mientras que otro grupo (30%) designa que obtienen una ganancia de \$81.00 a \$100.00 dólares.

### Análisis:

Las ganancias obtenidas por las ventas varían acorde al volumen vendido, ya que si es un local en donde atiende con rapidez y buen trato al cliente estos regresan, además de recomendar a otros clientes. Tal como se muestra en el cuadro 6.

### c. Suministros de computación

Cuadro 8. Valor por la venta de suministros de computación

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
\$50.00-\$80.00	79	52 %
\$81.00-\$100.00	19	13 %
\$101.00-\$200.00	26	17 %
\$201.00-\$500.00	27	18 %
Total	151	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

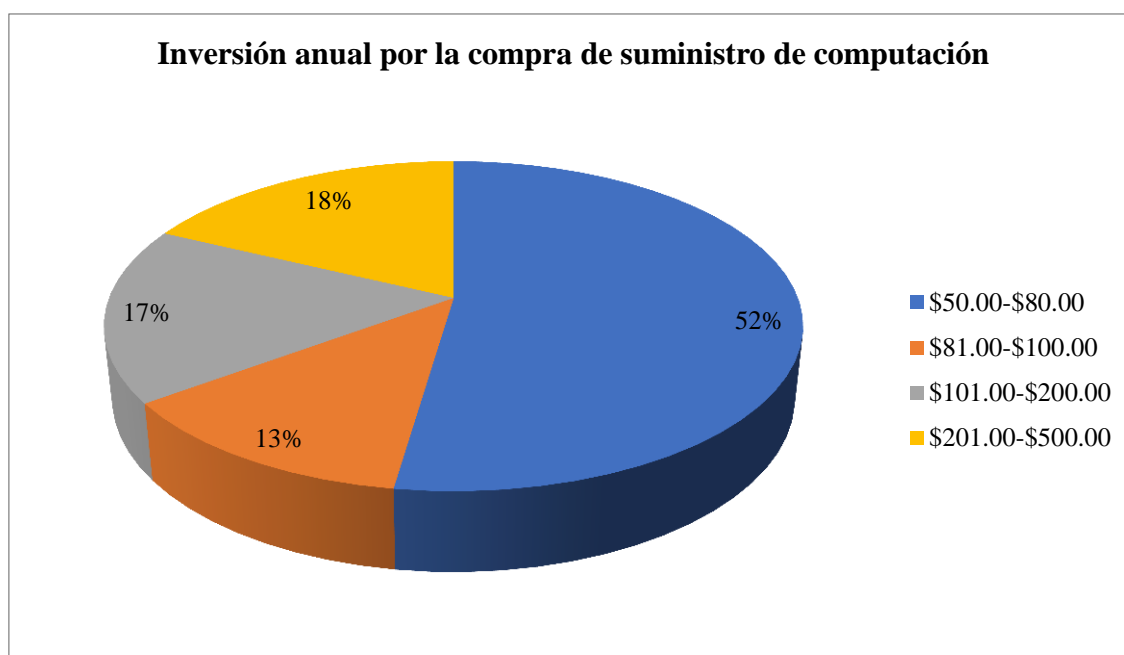


Gráfico 7. Valor por la venta de suministros de computación

#### Interpretación:

La mayoría de los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato (52%) manifestaron que el valor obtenido por la venta de suministros de computación varía entre \$50.00 y \$80.00 dólares, mientras que otro grupo (18%) designa que obtienen una ganancia de \$201.00 a \$500.00 dólares.

#### Análisis:

Las ganancias obtenidas por las ventas varían acorde al volumen vendido, ya que si es un local en donde atiende con rapidez y buen trato al cliente estos regresan, además de recomendar a otros clientes. Tal como se muestra en el cuadro 7.

#### d. Libros

Cuadro 9. Valor por la venta de libros

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
\$50.00-\$80.00	33	22 %
\$81.00-\$100.00	15	10 %
\$101.00-\$200.00	36	24 %
\$201.00-\$500.00	67	44 %
Total	151	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

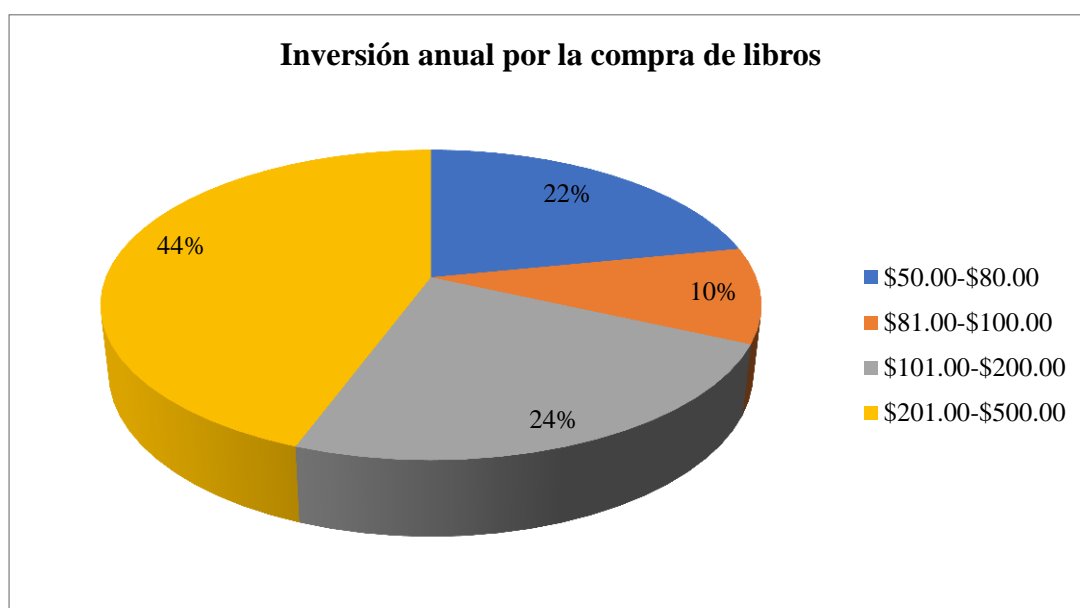


Gráfico 8. Valor por la venta de libros

#### Interpretación:

La mayoría de los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato (44%) manifestaron que el valor obtenido por la venta de libros varía entre \$201.00 y \$500.00 dólares, mientras que otro grupo (24%) designa que obtienen una ganancia de \$101.00 a \$200.00 dólares

#### Análisis:

Las ganancias obtenidas por las ventas varían acorde al volumen vendido, ya que si es un local en donde atiende con rapidez y buen trato al cliente estos regresan, además de recomendar a otros clientes. Tal como se muestra en el cuadro 8.

## 5. ¿Vende cartucheras en du negocio, de que tipo?

Cuadro 10. Tipo de cartuchera preferida por el consumidor

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Plástico	38	25 %
Tela	113	75 %
Total	151	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

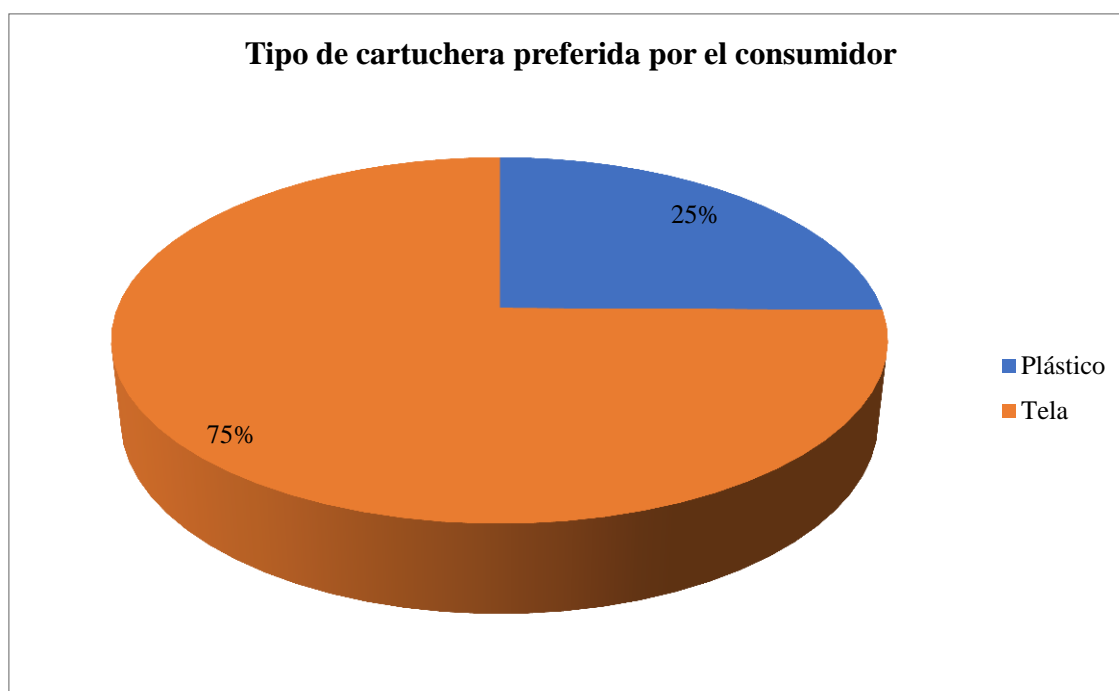


Gráfico 9. Tipo de cartuchera preferida por el consumidor

### Interpretación:

La mayoría de los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato (75%) manifestaron el tipo de cartuchera vendida en sus negocios es de tela, mientras que otro grupo de propietarios (25%) designaron que distribuyen cartucheras de plástico.

### Análisis:

El tipo de cartuchera se distribuye en base a las preferencias del cliente, siendo predilectas las cartucheras de tela debido a que este producto tiene un mayor tiempo de duración con respecto a los productos de plástico. Tal como se muestra en el cuadro 9.

## 6. ¿Qué cantidad de cartucheras compra mensualmente?

Cuadro 11. Unidades compradas al mes

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
50 unidades	25	16 %
100 unidades	36	24 %
200 unidades	90	60 %
Total	151	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

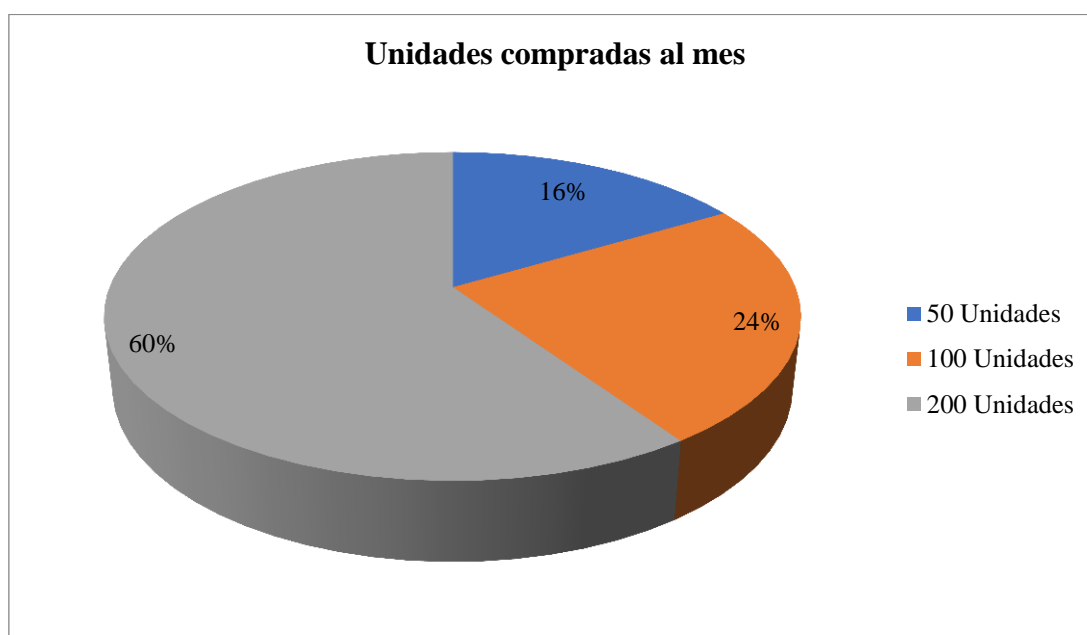


Gráfico 10. Unidades compradas al mes

### Interpretación:

La mayoría de los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato (60%) manifestaron que al mes adquieren 200 unidades de cartucheras, mientras que otro grupo de propietarios (24%) designaron que hacen pedido de 100 unidades, siendo representativo.

### Análisis:

Los propietarios realizan el pedido de los productos con relación a las ventas efectuadas al mes, ya que si tienen ventas regulares piden más productos de este origen. Tal como se muestra en el cuadro 10.



## 7. ¿Cuál es el costo promedio de cada cartuchera?

Cuadro 12. Precio de compra del producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$1.00 a \$1.99	15	10
\$2.00 a \$ 2.99	101	67
\$3.00 a \$ 3.50	35	23
Total	151	100

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

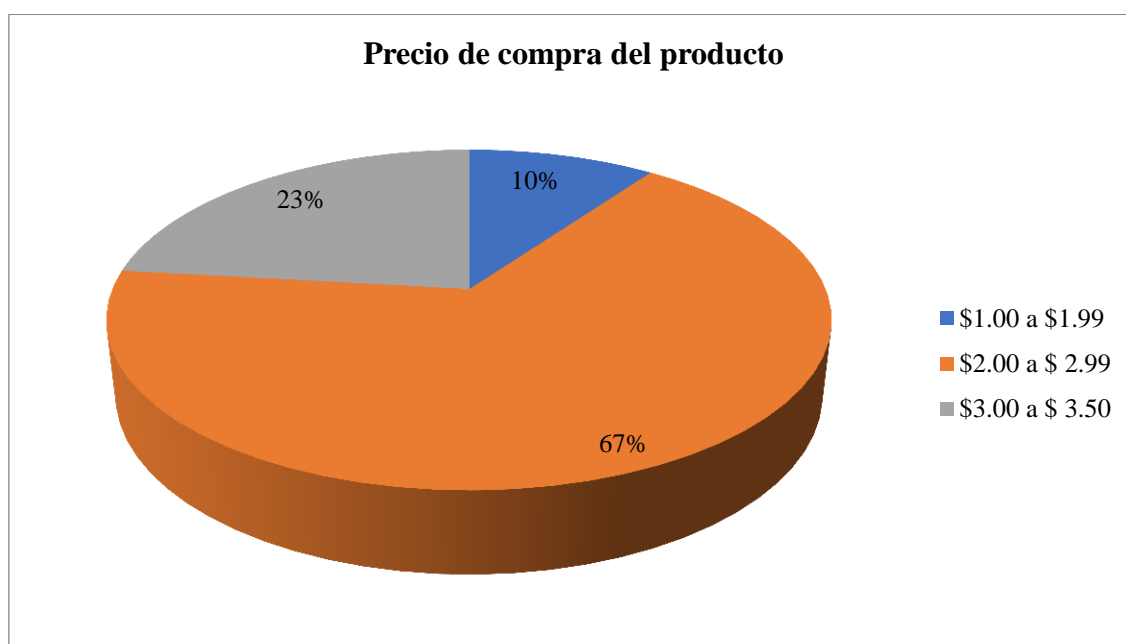


Gráfico 11. Precio de compra del producto

### Interpretación:

La mayoría de los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato (67%) manifestaron que el costo de las cartucheras por unidad es de \$2.00 dólares, mientras que otro grupo de propietarios (23%) obtienen el producto a un costo de \$3.00 dólares.

### Análisis:

El costo del producto que adquieren a los fabricantes varía en base al tamaño y modelo requerido, sin embargo, si los propietarios adquieren mayor cantidad de productos, el fabricante les hace un descuento. Tal como se muestra en el cuadro 11.

## 8. ¿Con qué frecuencia compra usted cartucheras?

Cuadro 13. Frecuencia de compra del producto

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Mensual	50	33 %
Trimestral	26	17 %
Semestral	33	22 %
Anual	42	28 %
Total	151	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

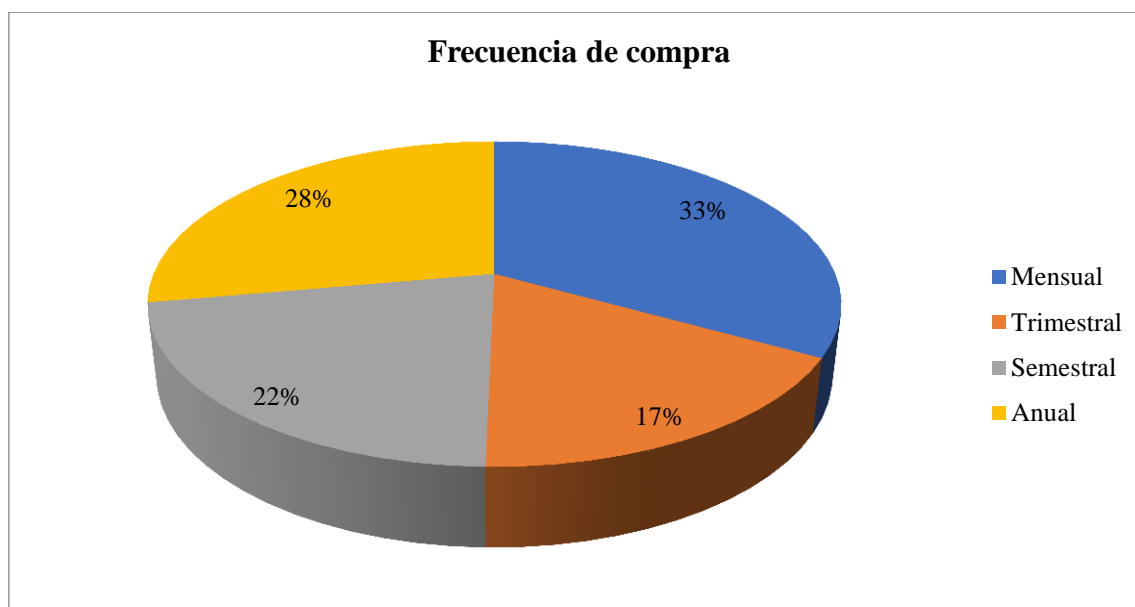


Gráfico 12. Frecuencia de compra del producto

### Interpretación:

La mayoría de los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato (33%) manifestaron que la frecuencia con la que adquieren el producto generalmente es mensual, mientras que otro grupo (28%) adquiere las cartucheras anualmente.

### Análisis:

El lapso de compra de los productos varía en base a las ventas, ya que si el producto es adquirido con frecuencia por parte de los clientes se agota. Tal como se muestra en el cuadro 12.

## 9. ¿Por favor indique cuáles son sus proveedores?

Cuadro 14. Tipos de proveedores

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Bic	65	43 %
Mikather Marceci	18	12 %
Imar Plastiuniversal	30	20 %
Importadora Regalado	13	9 %
Otros	25	17 %
Total	151	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

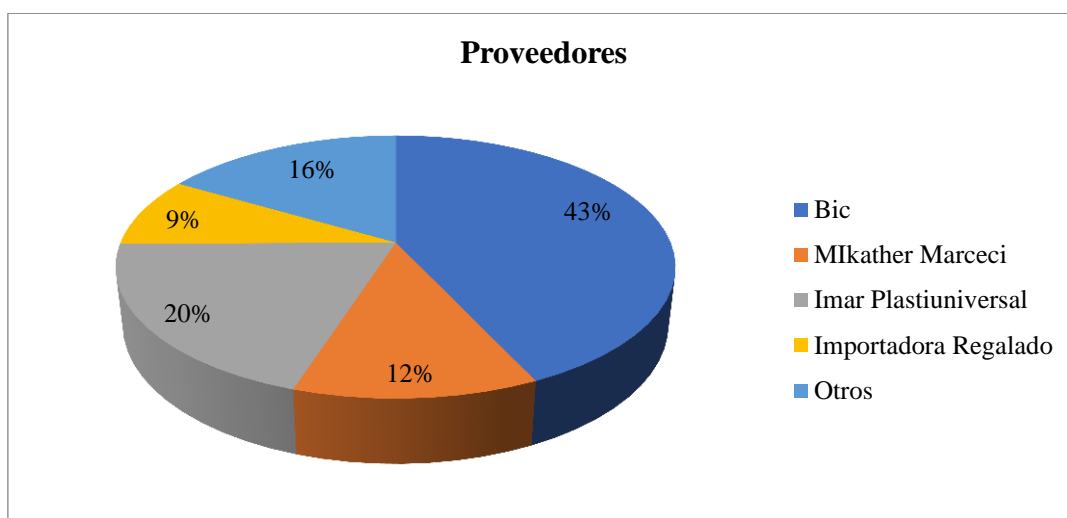


Gráfico 13. Tipos de proveedores

### Interpretación:

La mayoría de los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato (43%) manifestaron que los principales proveedores de sus productos son la empresa BIC, mientras que otro grupo de propietarios (20%) designa que sus productos se los expande Imar Plastiuniversal.

### Análisis:

Cada local comercial tiene su principal proveedor, debido a que sus marcas son conocidas, pero cuentan con otros ya que poseen otras marcas conocidas y solicitadas en el mercado por lo cual se tiene la oportunidad de ingresar en este tipo de locales. Tal como se muestra en el cuadro 13.

## 10. ¿Desde que ciudad le abastecen con los productos solicitados?

Cuadro 15. Ciudad proveniente de los proveedores

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Quito	54	36 %
Guayaquil	77	51 %
Otras	20	13 %
Total	151	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

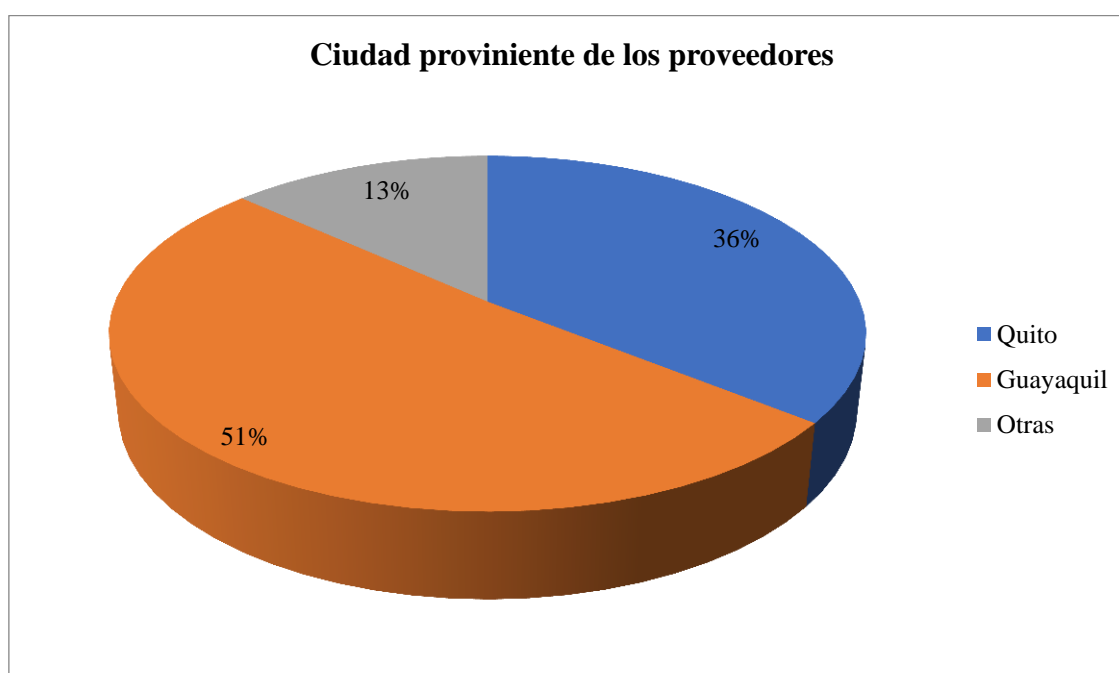


Gráfico 14. Ciudad proveniente de los proveedores

### Interpretación:

La mayoría de los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato (51%) manifestaron que los proveedores generalmente son de Guayaquil, mientras que otro grupo (36%) de propietarios designan que sus proveedores son de la ciudad de Quito.

### Análisis:

Cada empresa papelera tiene sus principales proveedores de diferentes ciudades del Ecuador. Tal como se muestra en el cuadro 14.

## 11. ¿Adquiriría un modelo de cartucheras de tela reprocesada?

Cuadro 16. Adquisición de cartucheras a futuro

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Si	109	72 %
No	42	28 %
Total	151	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

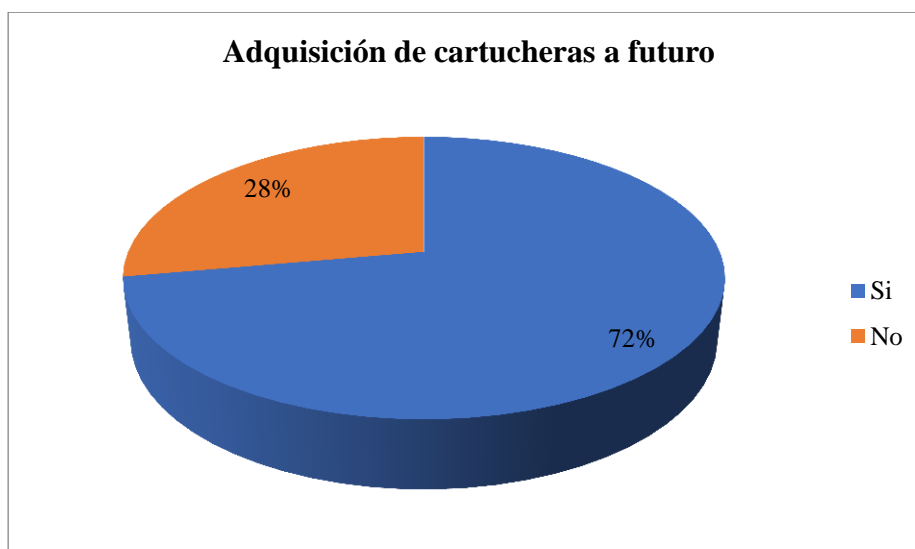


Gráfico 15. Adquisición de cartucheras a futuro

### Interpretación:

La mayoría de los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato (72%) manifestaron que si estarían dispuestos a adquirir cartucheras elaboradas con tela de ropa usada-desechada, mientras que el resto de propietarios respondieron que no adquirirían cartucheras con tela reprocesada.

### Análisis:

Cada propietario tiene una idea diferente sin embargo la mayoría concuerdan que la elaboración de cartucheras con tela reusada, genera un impacto positivo en la ciudadanía debido a que se está aportando de manera real con el medio ambiente. Tal como se muestra en el cuadro 15.

### 3.2.3. Resultado de las encuestas dirigidas a los estudiantes del nivel primario y secundario de Instituciones de la ciudad de Ambato

Las instituciones educativas en donde se realizó el trabajo de campo fueron las siguientes:

Cuadro 17. Instituciones educativas

Unidad Educativa	Porcentaje	Cantidad	Razón
Bolívar	35%	134	Por ser las Instituciones con mayor número de estudiantes y reconocimiento en la ciudad.
Guayaquil	30%	115	
Ambato	18%	69	
Rumiñahui	12%	46	
Teresa Flor	5%	19	

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

Según el estudio del Ministerio de educación 2013, existen 334 instituciones educativas en el cantón Ambato por lo que es importante realizar el levantamiento de la información en aquellas instituciones que poseen mayor relevancia en la ciudad debido que tienen un mayor flujo de estudiantes los cuales son los consumidores finales de las cartucheras con tela de ropa usada-desechada.

## Estudiantes del nivel primario y secundario

### 1. Género

Cuadro 18. Datos Generales: Género

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Masculino	200	52 %
Femenino	183	48 %
Total	383	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes del nivel primario y secundario de Instituciones de la ciudad de Ambato

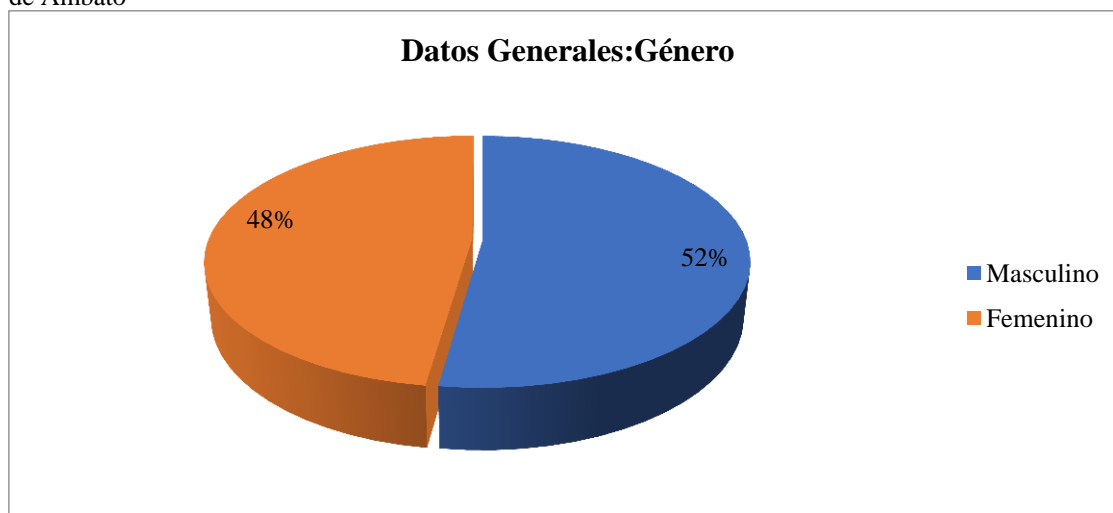


Gráfico 16. Datos Generales: Género

#### Interpretación:

La mayoría de los estudiantes del nivel primario y secundario de diversas Instituciones de la ciudad de Ambato (52%) manifestaron que generalmente son de género masculino y el restante (48%) son de género femenino.

#### Análisis:

Los estudiantes son los principales beneficiados, debido a que ellos son los que eligen el modelo de las cartucheras, cabe resaltar que este dato aporta para conocer el género de los encuestados al tabular las encuestas. Tal como se muestra en el cuadro 16.

## 2. ¿Cuál es el tipo de cartuchera que generalmente adquiere?

Cuadro 19. Tipo de cartuchera adquirida

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Plástico	95	25 %
Tela	288	75 %
Total	383	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes del nivel primario y secundario de Instituciones de la ciudad de Ambato

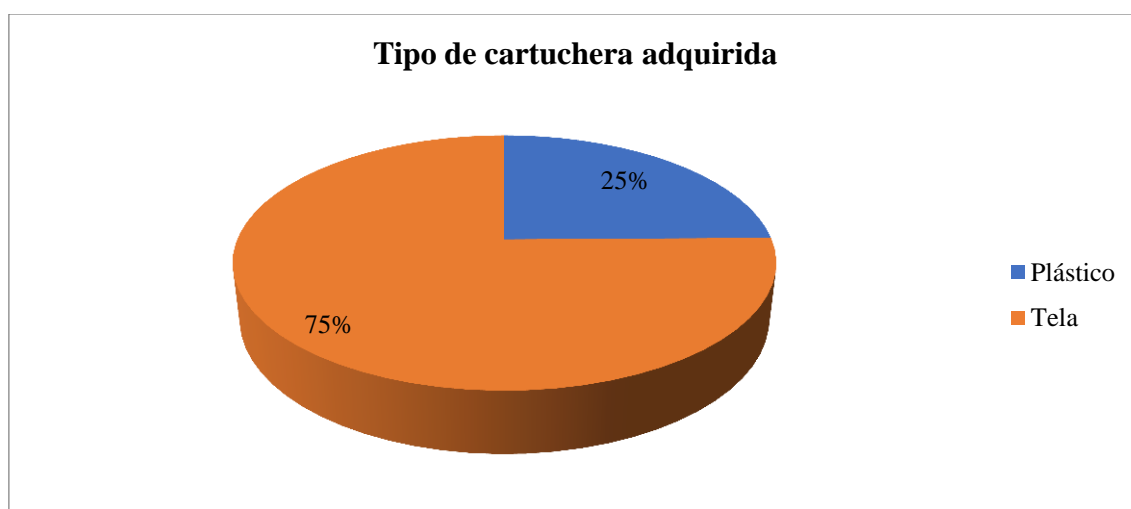


Gráfico 17. Tipo de cartuchera adquirida

### Interpretación:

La mayoría de los estudiantes del nivel primario y secundario de diversas Instituciones de la ciudad de Ambato (75%) manifestaron que el tipo de cartuchera que generalmente adquieren son las que se elaboran con tela, mientras que el otro grupo (25%) de estudiantes respondieron que adquieren cartucheras de plástico.

### Análisis:

Los estudiantes generalmente adquieren las cartucheras elaboradas con tela debido a que son productos que tienen mayor durabilidad y su presentación suele ser más atrayente. Tal como se muestra en el cuadro 17.



### 3. ¿Cuánto ha pagado por este producto?

Cuadro 20. Pago por el producto

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
\$ 2.00 a \$ 3.99	141	37 %
\$4.00 a \$ 5.99	224	58 %
\$6.00	18	5 %
Total	383	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes del nivel primario y secundario de Instituciones de la ciudad de Ambato

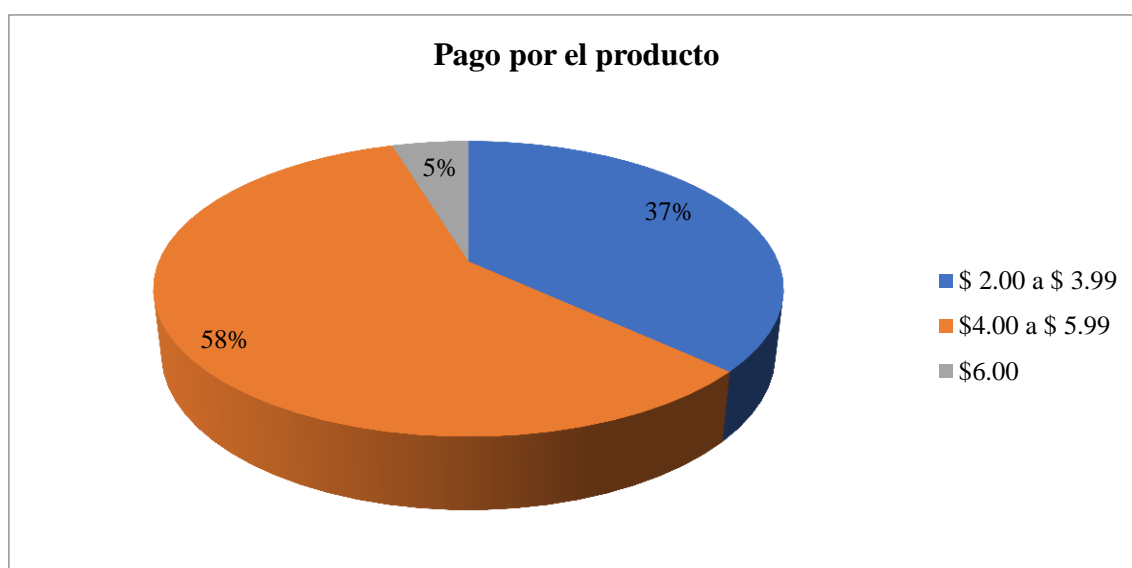


Gráfico 18. Pago por el producto

#### Interpretación:

La mayoría de los estudiantes del nivel primario y secundario de diversas Instituciones de la ciudad de Ambato (58%) manifestaron que generalmente cancelan el valor de \$4.00 dólares por cada cartuchera que adquieren, mientras otro grupo de estudiantes (37%) cancelan un valor de \$2.00 dólares por unidad.

#### Análisis:

El valor de las cartucheras varía en base al material con el que realizan las cartucheras y al tamaño de las mismas. Tal como se muestra en el cuadro 18.

#### 4. ¿Cada que tiempo adquiere una cartuchera?

Cuadro 21. Tiempo de adquisición de las cartucheras

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Mensualmente	36	9 %
Semestralmente	220	57 %
Anual	127	33 %
Total	383	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes del nivel primario y secundario de Instituciones de la ciudad de Ambato

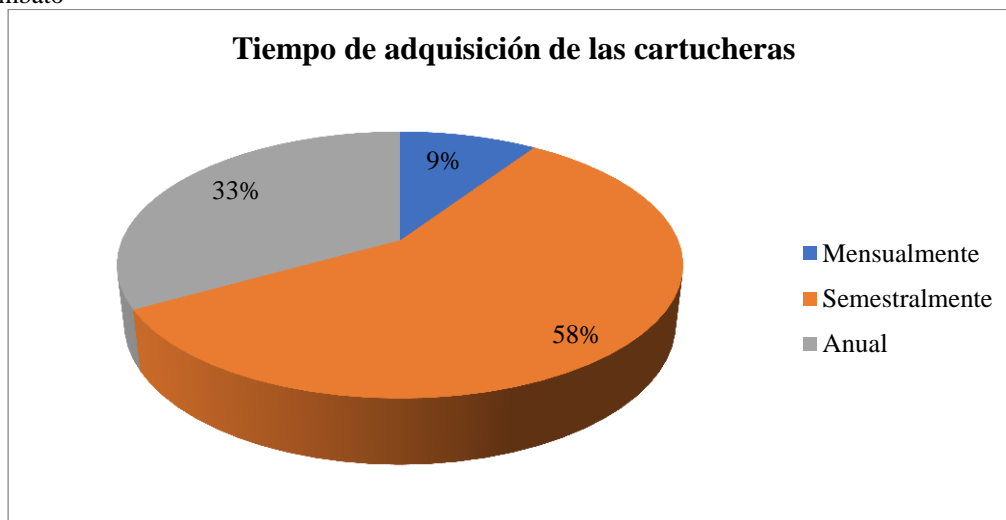


Gráfico 19. Tiempo de adquisición de las cartucheras

#### Interpretación:

La mayoría de los estudiantes del nivel primario y secundario de diversas Instituciones de la ciudad de Ambato (58%) manifestaron que adquiere una cartuchera de manera semestral, mientras que otro grupo de estudiantes (33%) asintieron que adquieren el producto de manera anual.

#### Análisis:

Cada estudiante elige adquirir una cartuchera cada 6 meses debido a que es el tiempo en el que las anteriores se han desintegrado, sin embargo, varios estudiantes lo hacen debido a que salen nuevos diseños al mercado, por lo que es necesario manejar una estrategia de colecciones nuevas frecuentemente para conquistar el mercado. Tal como se muestra en el cuadro 19.

## 5. ¿Le gustaría comprar una cartuchera elaborada con tela reprocesada?

Cuadro 22. Compra de cartucheras ecológicas a futuro

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Si	297	78 %
No	86	22 %
Total	383	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes del nivel primario y secundario de Instituciones de la ciudad de Ambato

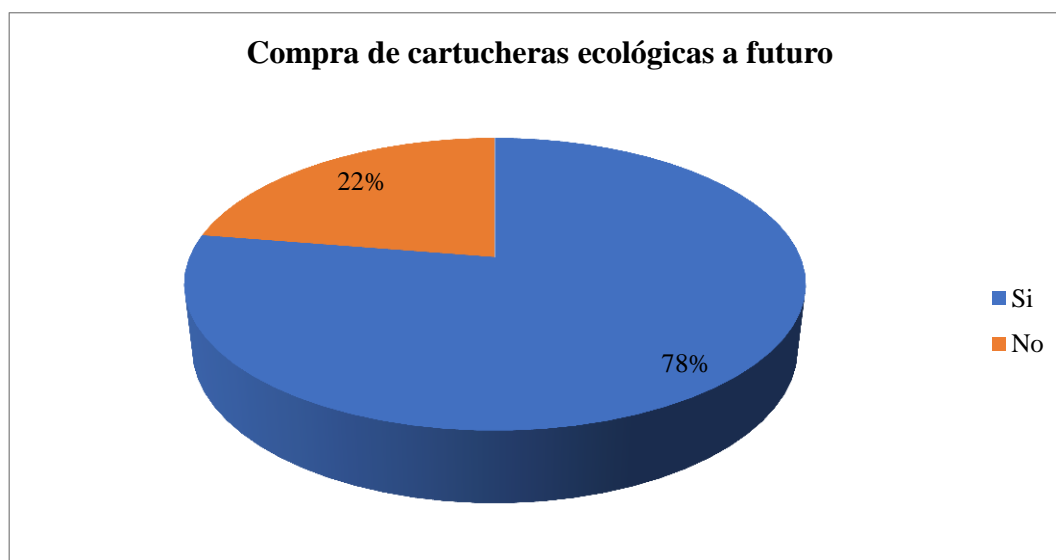


Gráfico 20. Compra de cartucheras ecológicas a futuro

### Interpretación:

La mayoría de los estudiantes del nivel primario y secundario de diversas Instituciones de la ciudad de Ambato (78%) manifestaron que a futuro si les gustaría adquirir cartucheras elaboradas con tela de ropa usada-desechada, mientras que el resto de estudiantes (22%) asintieron que no comprarían cartucheras con tela usada.

### Análisis:

La mayoría de los estudiantes están de acuerdo que al comprar las cartucheras está aportando de manera significativa y positiva con el mejoramiento del medio ambiente a su vez que fomenta la confianza en nuestro emprendimiento. Tal como se muestra en el cuadro 20.

## 6. ¿Usted adquiere los útiles escolares en?

Cuadro 23. Librería en la que realizan regularmente las compras

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Librería ABC	107	28 %
Librería La Tranca	67	17 %
Librería Copi manías	46	12 %
Librería Mi Sabiduría	65	17 %
Librería Punto Clave	27	7 %
Distribuidora Víctor Hugo Caicedo	37	10 %
Otras	34	9 %
Total	383	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes del nivel primario y secundario de Instituciones de la ciudad de Ambato

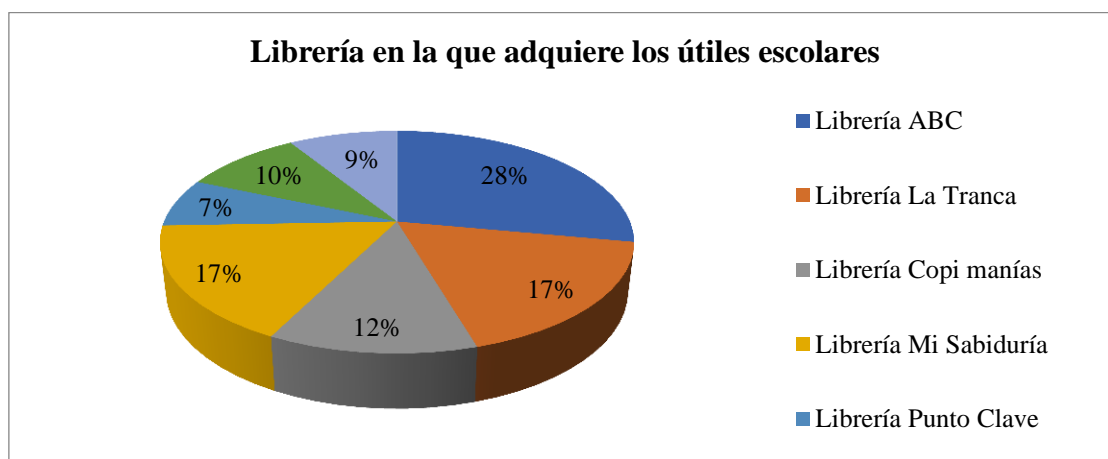


Gráfico 21. Librería en la que realizan regularmente las compras

### Interpretación:

La mayoría de los estudiantes del nivel primario y secundario de diversas Instituciones de la ciudad de Ambato (28%) manifestaron que generalmente adquieren sus útiles escolares en la librería ABC, mientras que otro grupo (17%) de estudiantes lo hacen en la librería La Tranca.

### Análisis:

La librería en donde los estudiantes adquieren el producto varia, ya que es preferencia de cada cliente, es necesario dentro de nuestra estrategia comercial enfatizar la visita a todas las librerías en la ciudad de Ambato. Tal como se muestra en el cuadro 21.

## 7. ¿La publicidad de útiles escolares usted la ha visto en:?

Cuadro 24. Sitio donde ve la publicidad

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Televisión	155	40 %
Locales comerciales	185	48 %
Redes Sociales	43	11 %
Total	383	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes del nivel primario y secundario de Instituciones de la ciudad de Ambato



Gráfico 22. Sitio donde ve la publicidad

### Interpretación:

La mayoría de los estudiantes del nivel primario y secundario de diversas Instituciones de la ciudad de Ambato (48%) manifestaron que la publicidad para la compra de útiles escolares generalmente la observan por medio de locales comerciales, seguido de otro grupo de estudiantes (41%) que la observan por medio de la televisión.

### Análisis:

La publicidad es una acción de vital importancia para cualquier negocio debido a que de esta manera captan mayor cantidad de clientes que no tienen conocimiento acerca del negocio. Tal como se muestra en el cuadro 22.

### **3.2.4. Análisis para obtener la demanda**

De acuerdo a la pregunta n° 11 de la encuesta aplicada a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato designada (¿Estaría dispuesto a adquirir un modelo de cartucheras de tela de ropa usada-desechada?), se observa que el 72% están dispuestos a adquirir cartucheras de tela usada, por consiguiente, son en total 248 librerías de la población total, de las cuales el 72% son la muestra 179 librerías que están dispuestas a comprar el producto.

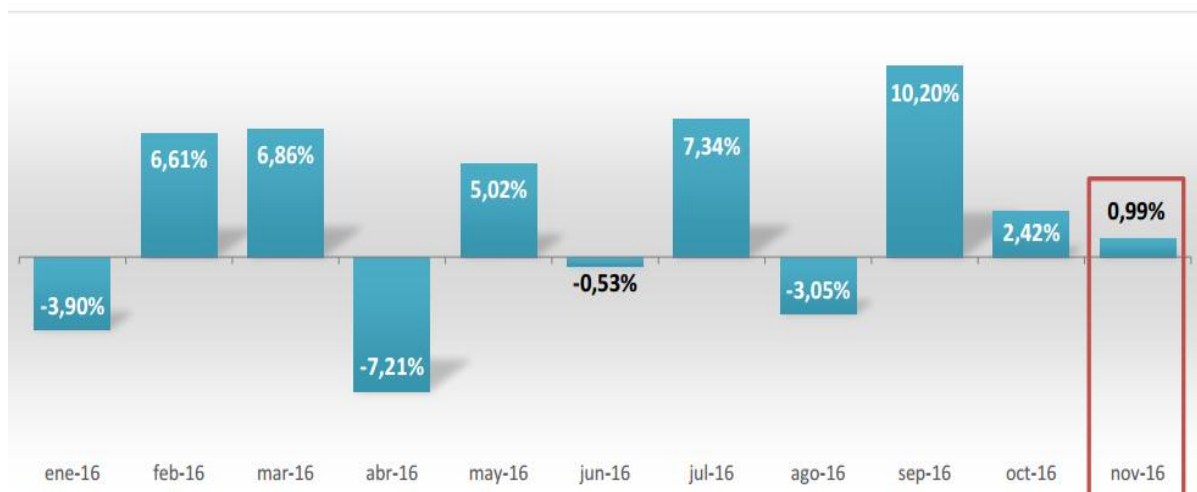
Con la pregunta n° 8 denominada (¿Con qué frecuencia compra estas cartucheras?) de la encuesta aplicada a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato, se designa que el 33% compran los productos de manera mensual, y así mismo de la pregunta de la pregunta n° 6 denominada (¿Qué cantidad de cartucheras compra mensualmente?) se observa la compra de 200 unidades mensuales, por lo que la cantidad de demanda mensual es 35.800 unidades, y anualmente son 429.600 unidades para el año 2017.

En relación a la encuesta aplicada a los estudiantes según la pregunta n° 2 indica (¿Cuál es el tipo de cartuchera que generalmente adquiere?) refiere que el 75% de los encuestados adquiere un tipo de cartuchera en tela y de igual forma la pregunta n° 5 denominada (¿Le gustaría comprar una cartuchera elaborada con tela reprocesada? la voluntad de compra es de un 78% de los encuestados que respondieron si a la pregunta. Brindando un grado de confianza para la ejecución del emprendimiento en el mercado.

Según los principales resultados del Índice de Producción de la Industria Manufacturera la variación de crecimiento Mensual de noviembre 2016 es del 0,99% considerando los datos históricos, el promedio de la variación del estudio es de 2,25% por dicha razón consideraremos el crecimiento del 2,42% del mes de octubre que se acerca al promedio del histórico, porcentaje que se utilizara para los cálculos del crecimiento de la demanda que se detalla a continuación.

Gráfico 23. Variación mensual del noviembre 2016

## Variación Mensual del IPI-M: Noviembre 2016



Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016)

Elaborado por: Israel Guamán

De las 248 librerías el 72% está dispuesto a comprar el producto, es decir 179 del total.

La cantidad de cartucheras que compran es 200 unidades mensualmente.

$$179 \times 200 = 35.800$$

Para determinar la cantidad anual.

$$35.800 \times 12 = 429.600$$

Como es de conocimiento, la comercialización de este tipo de productos es por SKU, docenas de cartucheras, por lo cual se determina la demanda futura producidas por los 46 fabricantes, lo cual se determina en el cuadro 25.

Cuadro 25. Demanda futura

Años	Demanda futura SKU(docena de cartucheras)	Crecimiento según IPI-M 2.4%
2017	35800	859
2018	36.659	880
2019	37.539	901
2020	38.440	923
2021	39363	945

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos , 2016).

### 3.3. Oferta

#### 3.3.1. Definición y fórmula de la Oferta

Para (Hoyo, 2012) “Que constituyen la expresión de lo que, por un lado, desean los consumidores y, por otro lado, quieren las empresas productoras, determinan la cantidad que se va a producir y el precio al que esa cantidad se va a intercambiar” (p.2).

Para la definición de la Oferta, no se utilizó fórmula alguna para los productores, en virtud de que es una muestra menor a 100 y su aplicación debe ser al Universo total.

Cuadro 26. Universo y muestra de la Oferta

<b>Descripción</b>	<b>Población Universo</b>	<b>Muestra</b>
Fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir.	46 productores	46

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010).



### 3.3.2. Resultado de las encuestas aplicadas a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato

#### Fabricantes de cartucheras

##### 1. Tiempo de permanencia en este negocio:

Cuadro 27. Tiempo de permanencia del negocio

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
1 año	22	48 %
2 años	6	13 %
3 años	18	39 %
Total	46	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato

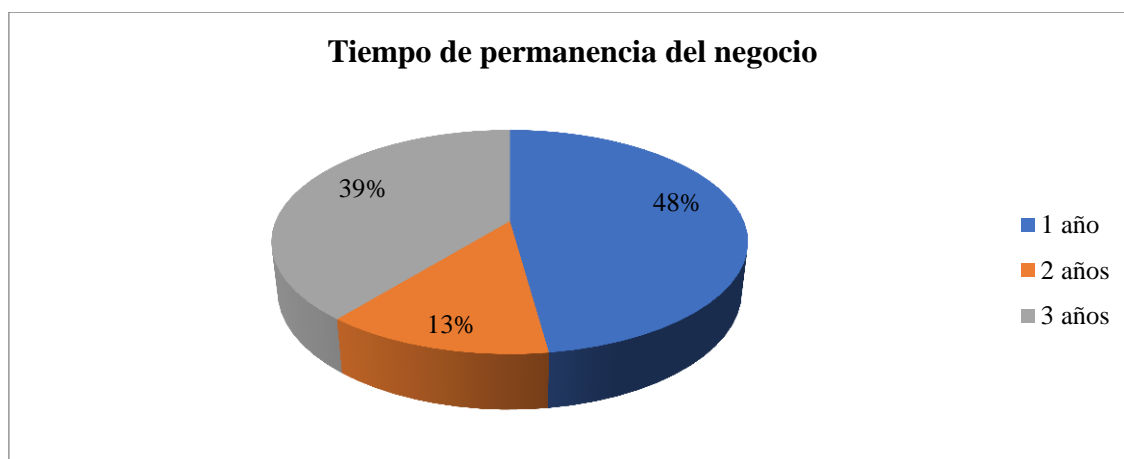


Gráfico 24. Tiempo de permanencia del negocio

#### Interpretación:

La mayoría de los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato (48%) manifestaron llevan laborando en el negocio desde un año, mientras que otro grupo de fabricantes (39%) asintieron que laboran en la fabricación de cartucheras desde 3 años.

#### Análisis:

La elaboración de cartucheras no es muy común, sin embargo, es un producto que todos los estudiantes adquieren al momento de comprar los útiles escolares, siendo medianamente importante. Tal como se muestra en el cuadro 25.

## 2. ¿Qué tipo de cartucheras hace?

Cuadro 28. Tipos de cartucheras realizadas

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Plástico	12	26 %
Tela	32	70 %
Otras	2	4 %
Total	46	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato

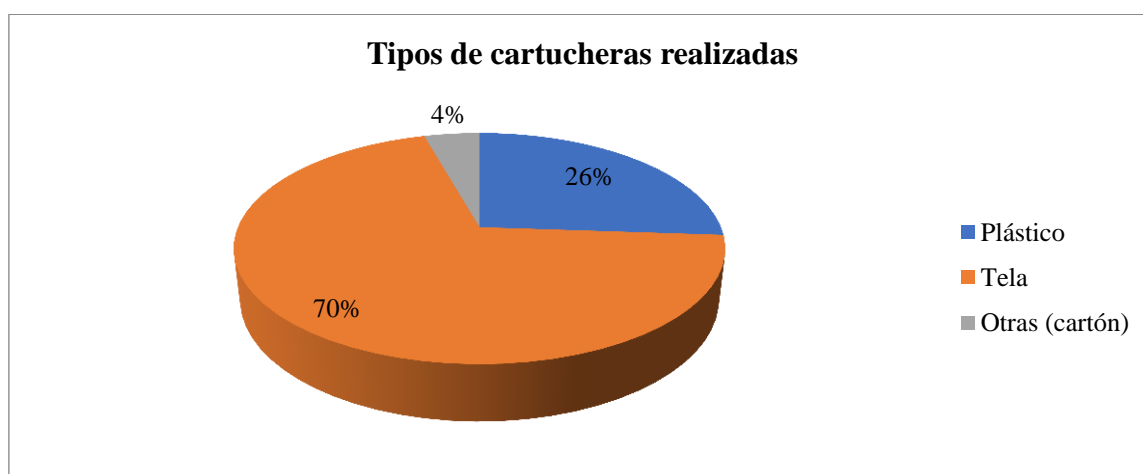


Gráfico 25. Tipos de cartucheras realizadas

### Interpretación:

La mayoría de los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato (70%) manifestaron que generalmente el tipo de cartucheras que elaboran son de tela, mientras que otro grupo de fabricantes (26%) desarrollan cartucheras de plástico.

### Análisis:

Los fabricantes elaboran los productos acordes a los pedidos de los negocios, y por ende ellos tienen preferencias por las cartucheras elaboradas de tela por tal motivo nuestra materia prima debe ser del material que más venden actualmente para ser competitivo en el mercado. Tal como se muestra en el cuadro 26.

### 3. ¿Qué medidas tienen sus cartucheras?

Cuadro 29. Medidas de las cartucheras fabricadas

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
22 cm * 10 cm	21	46 %
22 cm * 12 cm	11	24 %
Otras	14	30 %
Total	46	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato

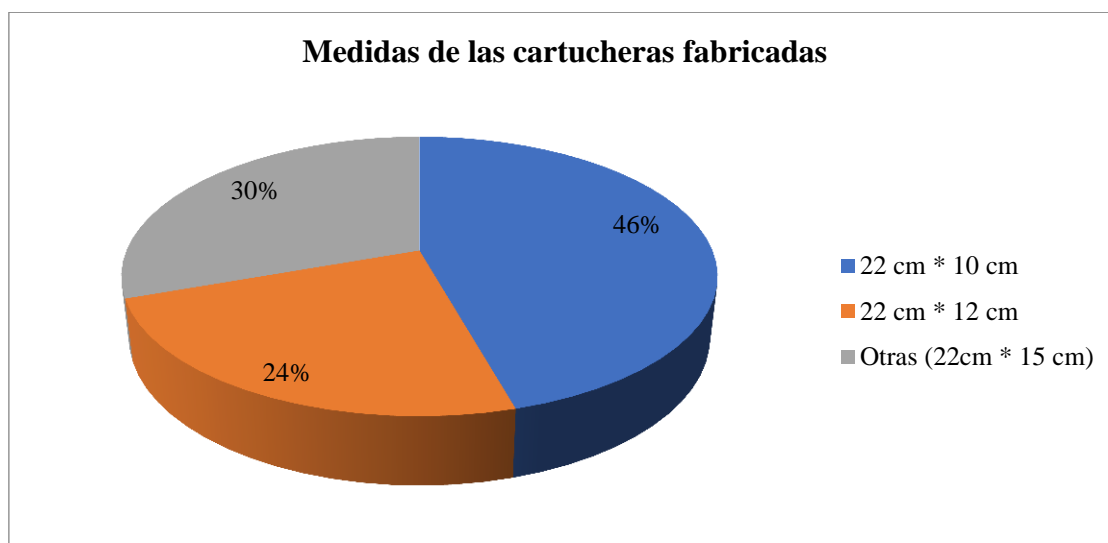


Gráfico 26. Medidas de las cartucheras fabricadas

#### Interpretación:

La mayoría de los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato (46%) manifestaron que las medidas de las cartucheras que elaboran con mayor frecuencia es de 22 cm x 10 cm, mientras que otro grupo de fabricantes (24%) designaron que elaboran cartucheras con medidas de 22 cm x 12 cm.

#### Análisis:

Las cartucheras que generalmente elaboran los fabricantes varían sus medidas en relación al pedido de sus compradores, por lo que la flexibilidad de adaptación que tengamos en el mercado será vital para el desarrollo de nuestro emprendimiento. Tal como se muestra en el cuadro 27.

#### 4. ¿Cuál es el precio de venta por unidad de estos productos?

Cuadro 30. Precio de venta por unidad

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
\$1.00 a \$1.50	8	17 %
\$1.51 a \$2.00	8	17 %
\$2.01 a \$3.00	30	65 %
Total	46	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato

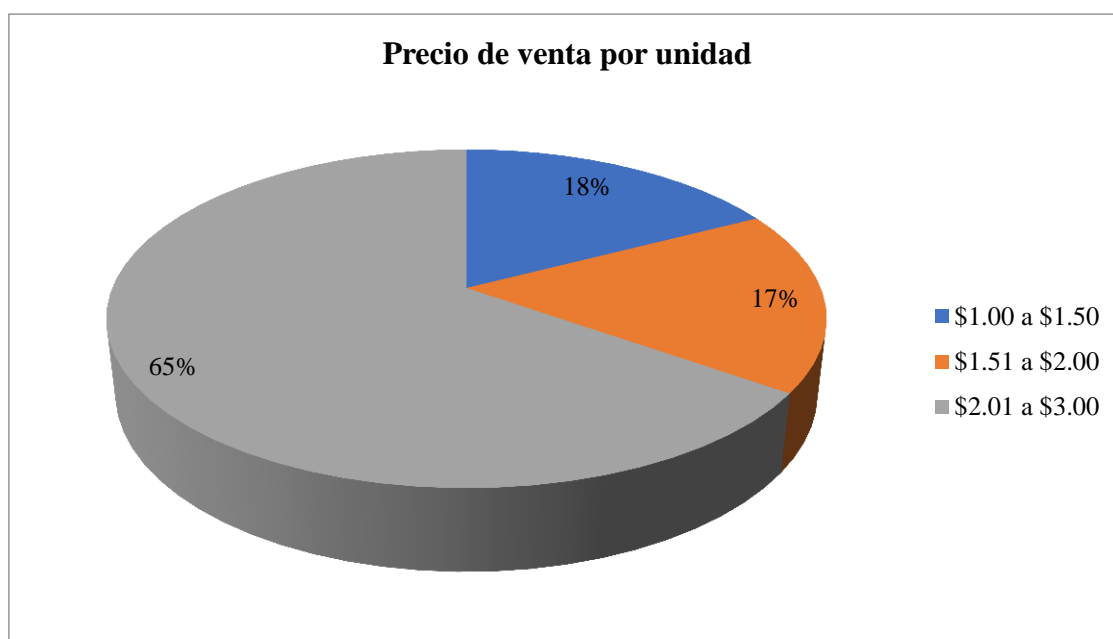


Gráfico 27. Precio de venta por unidad

#### Interpretación:

La mayoría de los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato (65%) manifestaron que el precio por cada cartuchera que distribuyen es de \$2.00 a \$3.00 dólares, mientras que otro grupo de fabricantes (18%) asienten que el coste por cada cartuchera es de \$1.00 a \$1.50 dólares.

#### Análisis:

El valor de las cartucheras varía con relación a la cantidad de unidades que pida. Tal como se muestra en el cuadro 28.

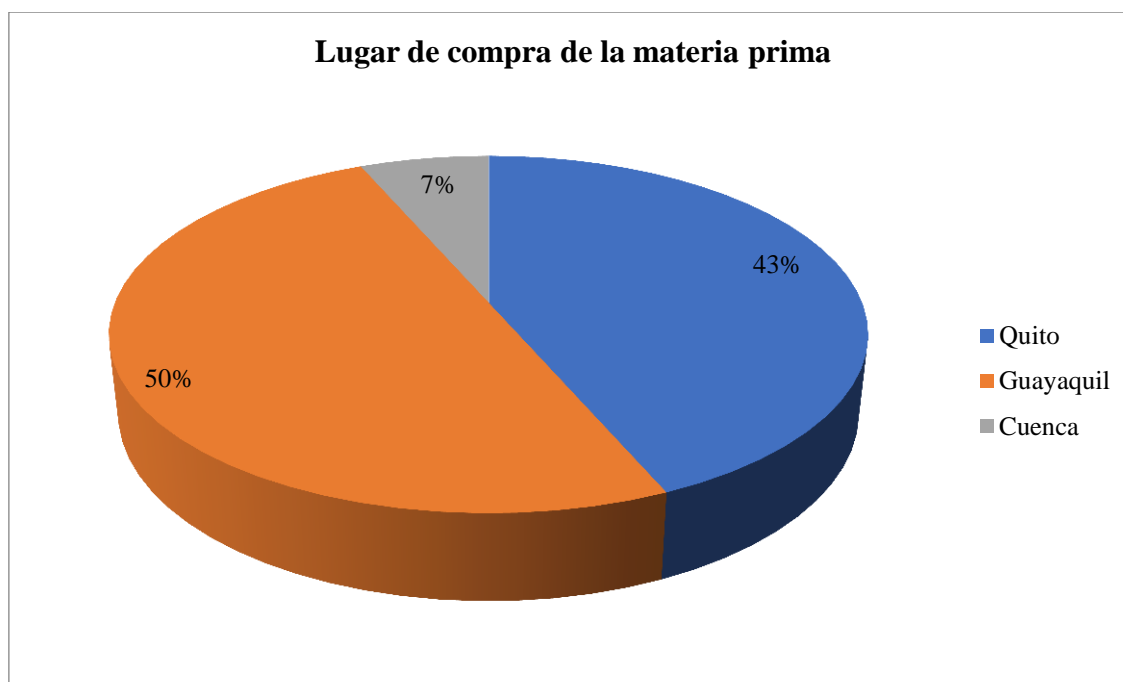
## 5. ¿Para la elaboración de su producto donde compra la materia prima?

Cuadro 31. Lugar de compra de la materia prima

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Quito	20	43 %
Guayaquil	23	50 %
Cuenca	3	7 %
Total	46	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato



Cuadro 28. Lugar de compra de la materia prima

### Interpretación:

La mayoría de los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato (50%) manifestaron que para elaborar sus productos adquieren la materia prima desde Guayaquil, mientras que otro grupo de fabricantes (43%) adquieren desde Quito.

### Análisis:

Las ciudades de donde adquieren la materia prima varían, sin embargo, en la ciudad de Guayaquil es más económica. Tal como se muestra en el cuadro 29.

## 6. ¿Qué tipo de diseños (dibujos) realiza?

Cuadro 32. Diseños de las cartucheras

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Estampado	19	41 %
Pinturas	12	26 %
Diseño de tela	9	20 %
Sublimado	6	13 %
Total	46	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato

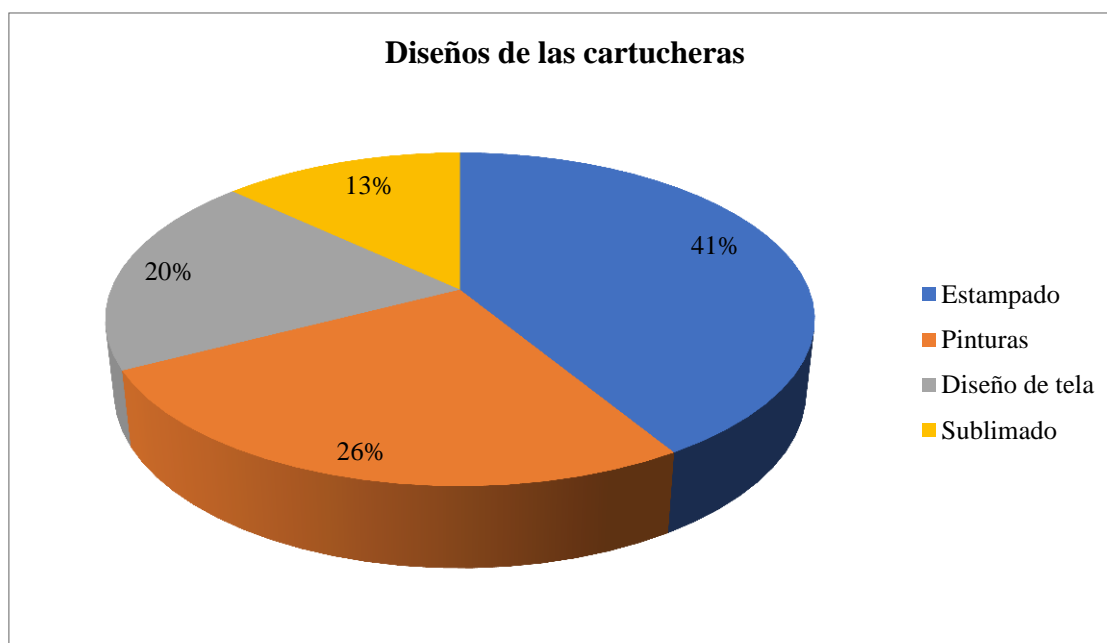


Gráfico 29. Diseños de las cartucheras

### Interpretación:

La mayoría de los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato (41%) manifestaron que los diseños que generalmente realizan a las cartucheras son por medio de estampado, mientras que otro grupo de fabricantes (26%) manifestaron que el diseño es por medio de pinturas.

### Análisis:

Cada fabricante realiza sus productos en base a los requerimientos por parte de los dueños de las librerías. Tal como se muestra en el cuadro 30.

## 7. ¿Sus ventas hacia qué tipo de comercio están enfocadas?

Cuadro 33. Realización de las ventas

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Por mayor	37	80 %
Por menor	9	20 %
Total	46	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato

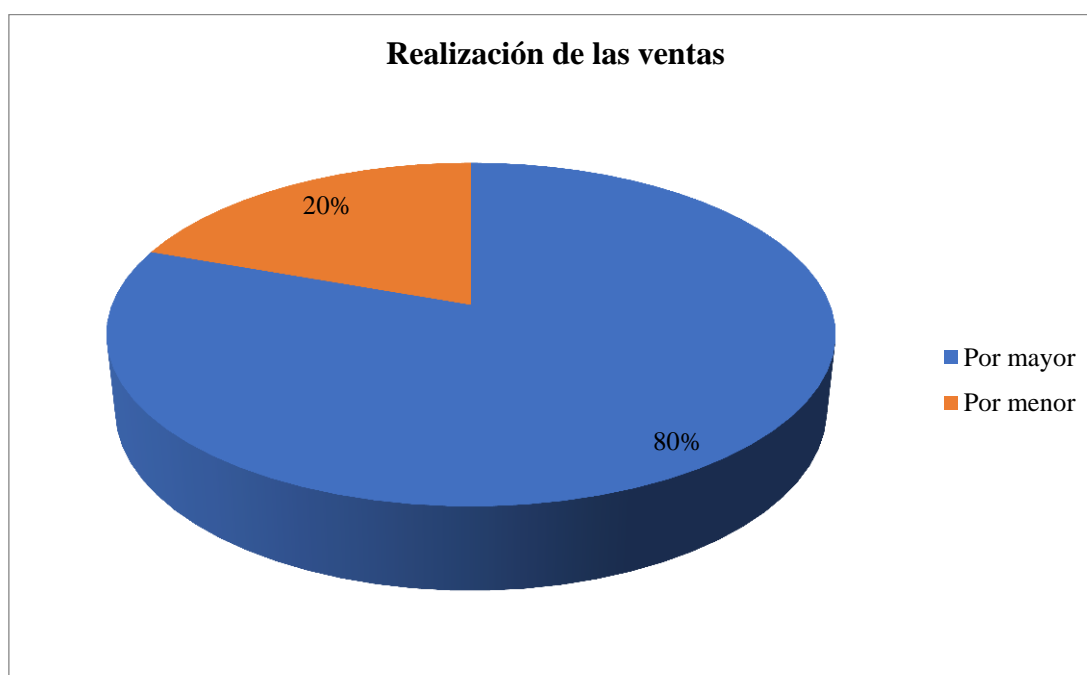


Gráfico 30. Realización de las ventas

### Interpretación:

La mayoría de los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato (80%) manifestaron que las ventas generalmente las realiza al por mayor, mientras que otro grupo de fabricantes (20%) designaron que lo hacen al por menor.

### Análisis:

A los fabricantes los contactan las empresas medianas para encargarle la elaboración de los productos acorde a sus ventas, la estrategia de nuestro emprendimiento será lograr una atención personalizada en el local comercial. Tal como se muestra en el cuadro 31.

## 8. ¿Cuál es el volumen de venta mensual de las cartucheras?

Cuadro 34. Volumen de venta mensual

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
50 a 100 unidades	3	7 %
101 a 200 unidades	15	33 %
201 a 400 unidades	20	43 %
401 a 600 unidades	8	17 %
Total	46	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato

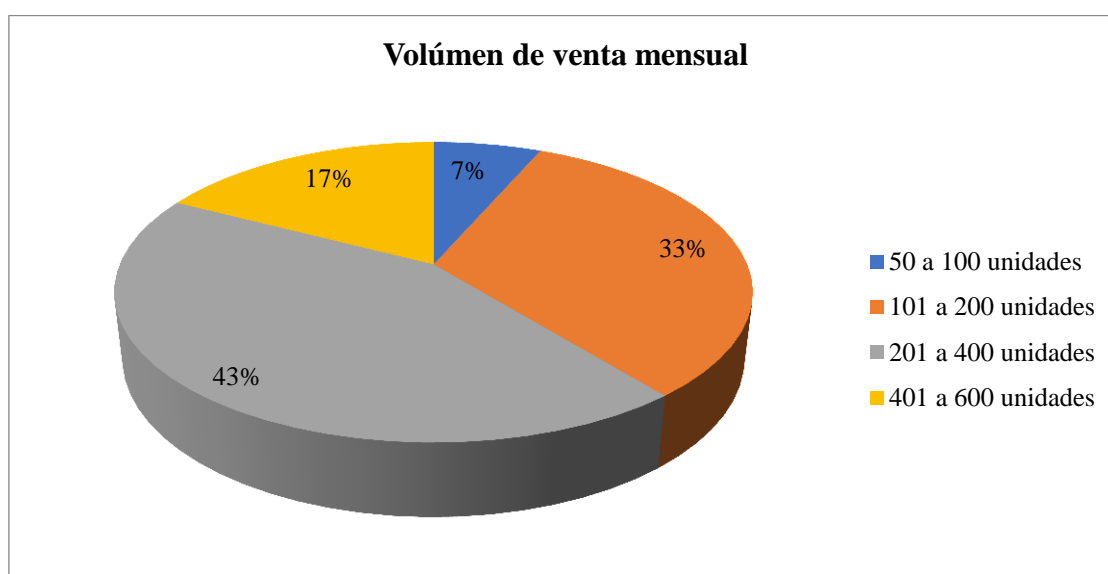


Gráfico 31. Volumen de venta mensual

### Interpretación:

La mayoría de los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato (43%) manifestaron que el volumen de venta mensual de cartucheras es de 201 a 400 unidades, mientras que otro grupo de fabricantes (33%) elaboran de 101 a 200 unidades de cartucheras mensuales.

### Análisis:

La cantidad de unidades que elaboran los fabricantes lo hacen en base los pedidos efectuados por los dueños de las librerías. Tal como se muestra en el cuadro 32.



## 9. ¿Cuáles son sus principales clientes?

Cuadro 35. Principales clientes

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Librerías de otras ciudades de la Provincia de Tungurahua	17	37 %
Público en general del Cantón Ambato	20	43 %
Librerías de la ciudad de Ambato	9	20 %
Total	46	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato

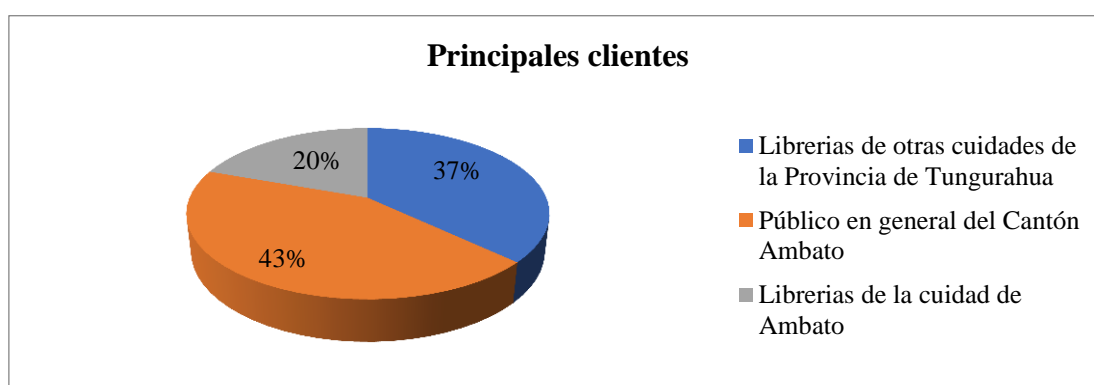


Gráfico 32. Principales clientes

### Interpretación:

La mayoría de los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato (43%) manifestaron que los principales clientes que los contratan para elaborar las cartucheras son del Público en General del cantón Ambato, mientras que otro grupo de fabricantes (37%) establecieron que sus clientes son de librerías de otras ciudades de la Provincia de Tungurahua.

### Análisis:

Los fabricantes tienen contratos de diferentes instituciones papeleras, a su vez que realizan ventas al público en general por lo que la implementación de un punto de venta dentro de la fábrica para atender este tipo de necesidades, habría que considerarla. Tal como se muestra en el cuadro 33.

## 10. ¿Cuál es el mes de mayor venta de su producto? Por favor subraye el mes.

Cuadro 36. Mes de mayor venta

Detalle	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Marzo	3	7 %
Mayo	2	4 %
Julio	21	46 %
Agosto	10	22 %
Septiembre	6	13 %
Noviembre	4	9 %
Total	46	100 %

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: Encuestas aplicadas a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato

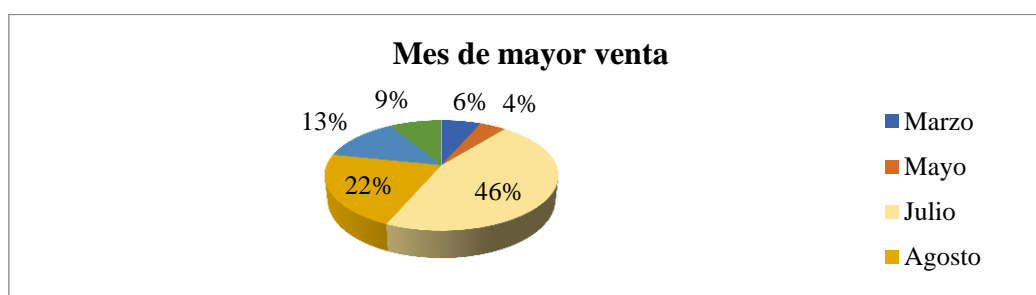


Gráfico 33. Mes de mayor venta

**Interpretación:**

La mayoría de los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato (46%) manifestaron que los meses de mayor venta son para el mes de julio, mientras que otro grupo de fabricantes (22%) tienen mayor venta para el mes de agosto, siendo las ventas estacionales.

**Análisis:**

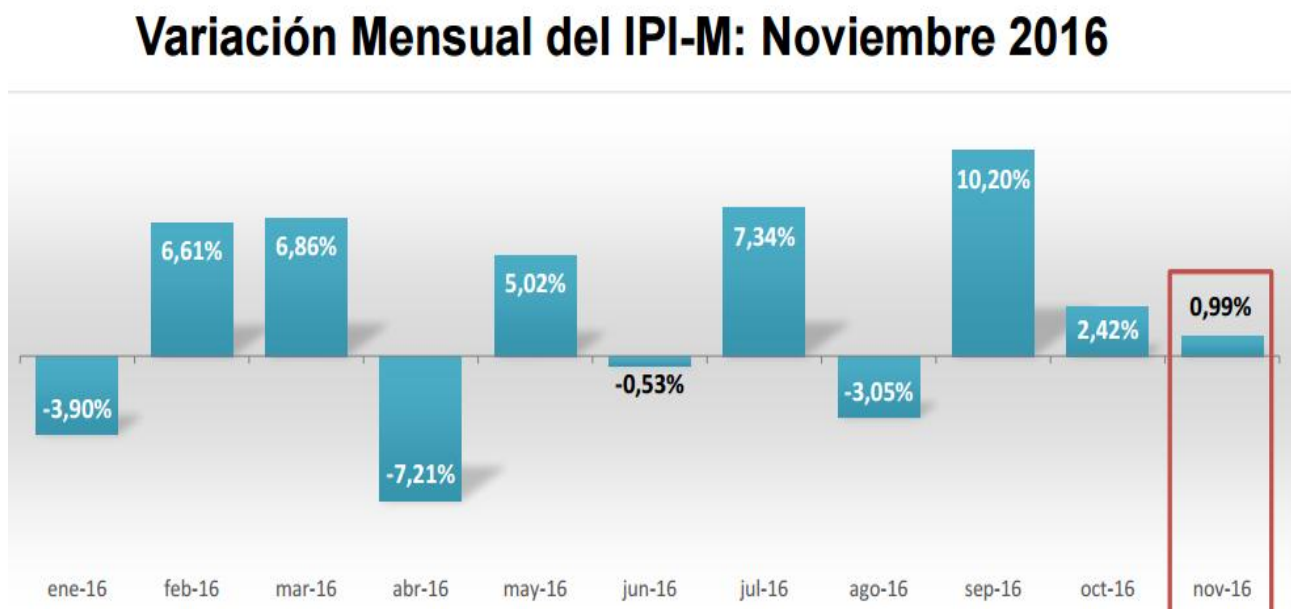
Los fabricantes elaboran los productos cuando sus clientes se lo indican, observando que existe una temporada donde la demanda del producto sube y como emprendimiento debemos estudiar estas proyecciones que se presentan en el mercado para responder a ellas de manera eficiente. Tal como se muestra en el cuadro 34.

### 3.3.3. Análisis para obtener la Oferta

De acuerdo a la pregunta n° 8 de la encuesta aplicada a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato, la cual es denominada (¿Cuál es el volumen de venta mensual de las cartucheras?), se observa que el 43% elaboran mensualmente 400 unidades, por consiguiente, son en total 46 fabricantes. Es decir, se elaboran mensualmente 18.400 unidades, y anualmente 220.800 unidades para el año 2017.

Según los principales resultados del Índice de Producción de la Industria Manufacturera la variación de crecimiento Mensual de noviembre 2016 es del 0,99% considerando los datos históricos, el promedio de la variación del estudio es de 2,25% por dicha razón consideraremos el crecimiento del 2,42% del mes de octubre que se acerca al promedio del histórico, porcentaje que se aplicara para el crecimiento de la demanda que se detalla más adelante.

Gráfico 34. Variación mensual noviembre 2016



Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016).  
Elaborado por: Israel Guamán

El total de fabricantes de cartucheras en la ciudad de Ambato son 46

La cantidad de cartucheras que fabrican cada uno es de 400 unidades mensualmente.

$$46 \times 400 = 18.400$$

Para determinar la cantidad anual.

$$18.400 \times 12 = 220.800$$

Como es de conocimiento, la comercialización de este tipo de productos es por SKU, docenas de cartucheras, por lo cual se determina la oferta futura producidas por los 46 fabricantes, lo cual se determina en el cuadro 35.

Cuadro 37. Oferta futura

Años	Oferta en SKU(docena de cartucheras)
2017	18,400
2018	18,842
2019	19,294
2020	19,757
2021	20,231

Elaborado por: Israel Guamán

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos , 2016).

### 3.4. Mercado Potencial para el proyecto

Según lo establecido por (Baca, 2014) “Demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo” (p.43).

La participación de mercado inicial será de un 20% máximo, debido que es un nuevo producto y que la inversión es limitada, esperando un incremento en la aceptación del producto, generando una mayor demanda futura para los próximos años.

Cuadro 38. Mercado potencial insatisfecho

Años	Demanda futura SKU(docena de cartucheras)	Oferta en SKU(docena de cartucheras)	Mercado potencial insatisfecho	Mercado potencial a utilizarse (20%)
2017	35800	18400	17400	3480
2018	36659	18842	17817	3563
2019	37539	19294	18245	3649
2020	38440	19757	18683	3737
2021	39363	20231	19132	3826

Elaborado por: Israel Guamán  
Fuente: Investigación de campo

### 3.5. Precios

Según lo establecido por (Baca, 2014) “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (p. 61).

Cuadro 39. Determinación de precio

Producto	Unidades diarias	Unidades Semanal (unidades x5 días)	SKU (docenas) mensual ((unidades semanales x 4)/12)
Cartuchera	174	870	290
<b>Producción Anual</b>		<b>SKU anual</b>	
Cartuchera			3.480
<b>Producción Anual Total SKU</b>			<b>3.480</b>
<b>DETERMINACIÓN COSTO UNITARIO x SKU</b>			
Costo Directos de Producción		\$ 9,7346	
Costos Indirectos de Fabricación		\$ 1,3862	
<b>TOTAL COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN x SKU</b>		<b>\$ 11,1208</b>	
<b>PRODUCTO</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD POR PRODUCTO</b>	<b>UTILIDAD</b>	<b>PRECIO DE VENTA SKU</b>
Cartuchera	100%	\$ 11,12	\$ 22,24

Elaborado por: Israel Guamán  
Fuente: Investigación de campo

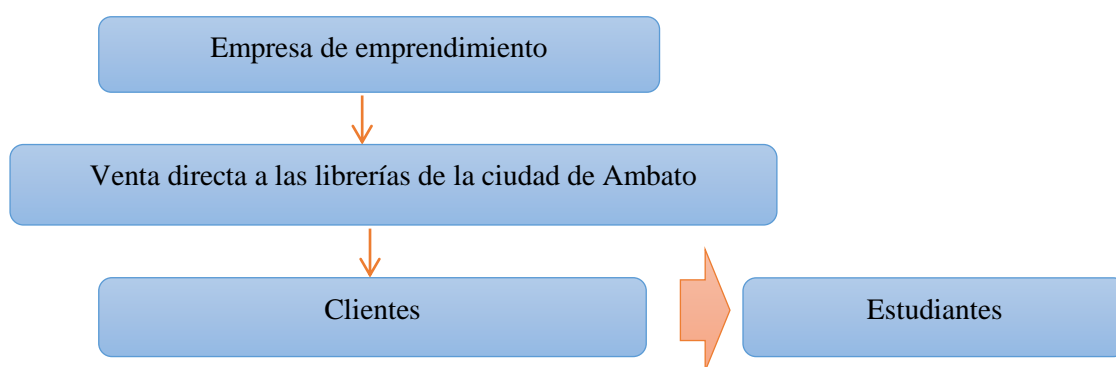
El precio por las cartucheras elaboradas con tela de ropa usada-desechada es de \$22.24 dólares la docena. El valor establecido va acorde al mercado estudiado y considerando los costos directos e indirectos, que se analizó a través de las encuestas, así se determina que en la pregunta 4 que fue respondida por los productores el 65% respondió que vende a este precio.

### 3.6. Canales de Comercialización

Según lo designado por (Del Campo, 2013) “La distribución comercial es la responsable de hacer accesibles el producto o servicio en el tiempo y lugar” (p.12).

Se ha considerado por ser una microempresa nueva en el mercado y la inversión inicial es limitada para poner en funcionamiento el proyecto, nuestra mejor opción es el canal de comercialización de distribuidores mayoristas, ya que la venta se realiza directamente al mayorista en este caso las librerías de la ciudad de Ambato y ellos son los encargados de vender al detalle, ahorrándonos costos en logística que en este momento no podemos asumir.

Gráfico 35. Canales de comercialización



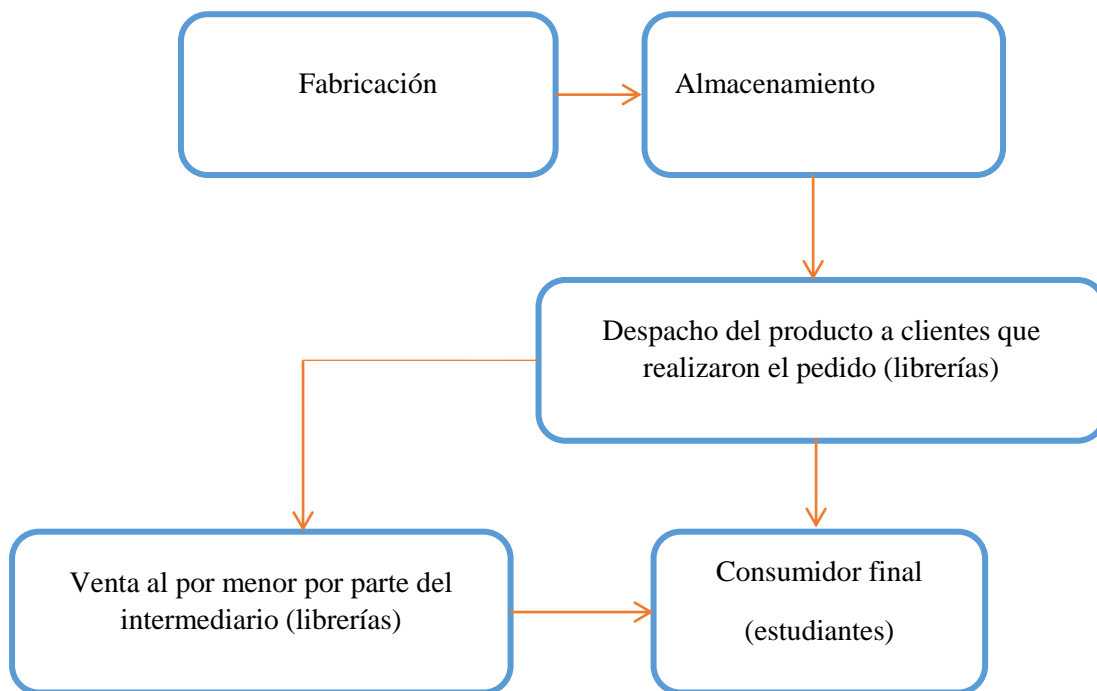
Elaborado por: Israel Guamán  
Fuente: Investigación de campo

### 3.7. Canales de distribución

Para (Baca, 2014) “Ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria” (p.65).

El canal de distribución que se aplicara es indirecto ya que en el proceso de distribución utilizara intermediarios y se detalla a continuación; del fabricante al mayorista, de estos al detallista y por medio de los mismo al consumidor final. El canal a ser utilizado posee dos niveles que serían el mayorista y el detallista considerándose un canal largo el cual nos ahorra costos de logística.

Gráfico 36. Canales de distribución



Elaborado por: Israel Guamán  
Fuente: Investigación de campo

Como podemos observar en el gráfico de la parte superior dentro de la empresa productora de cartucheras se realiza la fabricación y a su vez se traslada a bodega, lugar donde se inicia el proceso de nuestro canal de distribución;

Despacho a librerías de la ciudad (mayorista)

Venta al detallista

Venta al consumidor o usuario final, completando el ciclo del canal de distribución

### 3.8. Estrategias de Comercialización

Para (Baca, 2014) “Se apoya básicamente en una mezcla de estrategia publicidad-precio” (p.66).

#### 3.8.1. Identificación de las estrategias

Se realiza la implementación de un análisis FODA, para diagnosticar el estado actual de la Institución, dando paso al estudio de aspectos negativos y positivos.

Cuadro 40. Análisis FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Materia prima fácil de obtener Precio bajo por la materia prima Conocimientos para la fabricación del producto	Ingresar al mercado con artículos escolares ecológicos Nuevos diseños expresados en el mercado Precio moderado para la venta Expandir el mercado hacia otras provincias Desarrollar una imagen fuerte en el mercado enfocada a ecología Mercado potencial extenso
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Alto costo de la maquinaria Poca tecnología Calidad de la materia prima debido a que la tela no puede ser óptima Producto y marca desconocida en el mercado	Disminución de los precios por parte de la competencia Productos importados con precios más bajos Incremento de los impuestos sobre el precio de venta Cambios de comportamiento del consumidor

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

Se determinó que las fortalezas se refieren a las características positivas que se tiene dentro de la empresa, mientras que las debilidades se concentran en los aspectos que se deben mejorar.



Las oportunidades están relacionadas al exterior de la empresa y esto permitirá tomar las decisiones más adecuadas, las amenazas son aspectos que sirven para identificar las contingencias a las cuales la empresa se puede enfrentar.

### 3.8.2. Establecimiento de las estrategias

Cuadro 41. Matriz TOWS

	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	<p>Estrategia FO</p> <p>Materia prima fácil de conseguir- Nuevos diseños expresados en el mercado.</p> <p>Incremento en el mercado de tendencia ecológica.</p>	<p>Estrategia DO</p> <p>Producto y marca desconocida en el mercado- Mercado potencial extenso.</p>
Amenazas	<p>Estrategia FA</p> <p>Materia prima fácil de conseguir- Productos importados con precios más bajos.</p> <p>Cambios de comportamiento en el consumidor.</p>	<p>Estrategia DA</p> <p>Producto y marca desconocida en el mercado- Productos importados con precios más bajos</p>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

Nuestro plan de publicidad estará enfocado en los siguientes medios:

- **Redes sociales:** Facebook, Twitter
- **Tradicional:** Periódicos
- **Punto de Venta:** Activaciones y Promociones mensuales

#### REDES SOCIALES

A través de este medio lograremos interactuar con el cliente y mantenernos actualizados con el criterio que tienen nuestros consumidores acerca de nuestro producto a la vez que se podrá publicar información relevante entorno a los beneficios al medio ambiente creando el interés de nuevos consumidores.

#### PERIÓDICOS

Durante el primer trimestre de lanzamiento del producto se sacará dos páginas por mes a todo color en la primera sección del diario El Heraldó que es el de mayor circulación en la ciudad de Ambato.

## PUNTO DE VENTA

- **Activaciones**

Se contratará una impulsadora durante un mes para cubrir los 16 puntos de venta en lugares estratégicos de la ciudad, siendo atendidos diariamente dos puntos de venta, uno en la mañana y otro por la tarde.

1 impulsadora durante el primer mes de introducción \$300

La temática que maneja es dar a conocer el producto e influir en la compra mediante la demostración de los beneficios al medio ambiente y la tendencia medio ambiental.

Cuadro 42. Propaganda y Publicidad

PROPAGANDA Y PUBLICIDAD	
RUBRO	COSTO TOTAL (\$)
PRENSA	\$ 360.00
PUNTO DE VENTAS	\$ 300.00
BANNERS	\$ 60.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 720.00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

## MODELO DE NEGOCIACIÓN

Para hacer frente a las necesidades y nuevas tendencias en el campo comercial es necesario que las empresas apliquen un modelo de negociación, el cual se implemente en cada fase dentro de la comercialización y haciendo del mismo un “KNOW HOW”, que quiere decir “*Se define como: «saber cómo hacer algo fácil y eficientemente: experiencia».*”

Es por ello que para la comercialización del producto hemos considerado El Modelo de Negociación de Harvard el cual consiste en una de las alternativas como resolución de conflicto.

Los participantes deben poseer la perspectiva GANAR/GANAR, privilegian el proceso y tienen una preocupación por la relación de las partes participantes del conflicto. Ha sido creado por un profesor de la Facultad de leyes de la Universidad de Harvard, señor Roger Fisher.

Cabe resaltar que si no tenemos la facilidad y destreza de manejar una negociación de manera profesional de nada servirá tener un buen producto o un plan de marketing.

## CAPITULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

Para (Baca, 2014) “Investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización optima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal” (p. 6).

#### 4.1. Tamaño del Proyecto

Según (Muncharaz, 2013) “Cuando se hace una distribución en planta, se debe considerar, no solo el tamaño de la planta que se suministra, sino también y sobre todo el tamaño potencial de esta planta, o su tamaño definitivo cuando finalice su periodo de crecimiento” (p.170).

El tamaño del proyecto se determina por su capacidad instalada de acuerdo a la vida útil de la maquinaria, es decir 5 años, la producción en el primer año del proyecto es de 290 SKU (docena de cartucheras) mensualmente.

##### 4.1.1. Factores determinantes del tamaño del proyecto

Para (Instituto Tecnológico y Estudios Superiores de Monterrey, 2012) “Es el conjunto de indicadores de desempeño empresarial. Este enfoque refleja la idea de que los analistas deberían ir más allá de la creación de empresas o de cualquier otra medida específica para estudiar el emprendimiento en función de las fuerzas empresariales y de los emprendedores que pueden detectarse en muchas empresas establecidas” (p. 9).

Cuadro 42. Factores determinantes del tamaño del proyecto

Mano de obra	Volumen de productos	Instalaciones	Recursos financieros	Materia prima
La mano de obra directa es 1 cortadora y 2 costureras	Acorde a la demanda	Lugar central en la ciudad de Ambato	El porcentaje principal lo cubre el dueño del proyecto y el resto la entidad financiera	Material fácil de conseguir (ropa usada-desechada)

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

#### 4.1.2. Tamaño óptimo del proyecto

Para (Córdoba, 2013) “El tamaño óptimo tiene que ver con aspectos como: Relación precio – volumen. Relación costo – volumen. El tamaño del proyecto se incrementa hasta que el beneficio marginal del último aumento sea igual a su costo marginal. La estructura de los costos se mantiene constante hasta cierto límite” (p. 3).

Para el funcionamiento del proyecto se considera el 20% del mercado potencial por la capacidad de inversión, es decir para el año 2017 se registran 3480 SKU (docena de cartucheras), mientras que para el año 2021 se elaborarán 3826 SKU (docena de cartucheras) considerando el 2.4% de crecimiento paulatinamente del índice de producción de la manufactura (Instituto Nacional de Estadística y Censos 2016), como se lo puede apreciar en el cuadro 43.

Cuadro 43. Tamaño óptimo del proyecto

Años	Mercado potencial insatisfecho	Mercado potencial a utilizarse (20%)	mensuales	semanales
2017	17400	3480	290	73
2018	17817	3563	297	74
2019	18245	3649	304	76
2020	18683	3737	311	78
2021	19132	3826	319	80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

#### 4.2. Localización

Para (Baca, 2014) “Es lo que contribuye con mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social)” (p. 110).

##### 4.2.1. Macro-localización

Para (Córdoba, 2013) “La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto” (p.2).

Con referencia al enunciado anterior podemos limitar que nuestra macro-localización en la provincia de Tungurahua, ciudad de Ambato, la cual se hace referencia en el cuadro a continuación.

Gráfico 39. Macro-localización del proyecto



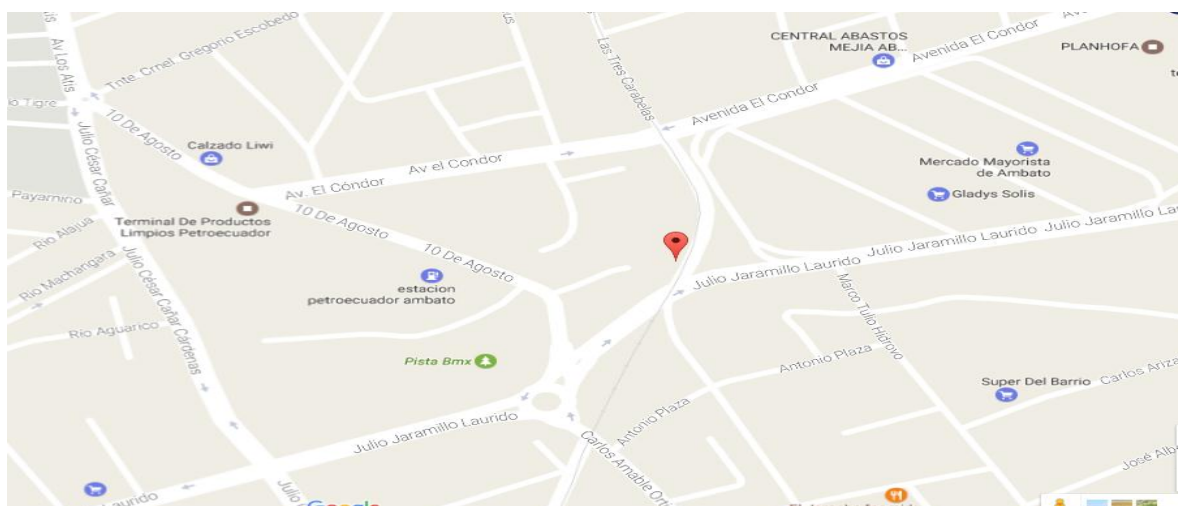
Fuente: (Google Maps , 2017)  
Elaborado por: Israel Guamán

#### 4.2.2. Micro-localización

Según (Córdoba, 2013) “La micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa” (p.3).

La micro-localización adecuada para el desarrollo del proyecto se verifica en el gráfico posterior, donde se designa que el lugar más adecuado para que el proyecto se desarrolle es en la Av. Julio Jaramillo y Calle tres carabelas a una Latitud/Longitud: -1.2719753965448355, -78.61700014618077 (Google Maps , 2017).

Gráfico 40. Micro-localización del proyecto



Fuente: (Google Maps , 2017)

Elaborado por: Israel Guamán

Se establecen los siguientes resultados en base a una calificación de máximo 10 para cada ubicación geográfica.

Cuadro 44. Micro-localización

Factores Determinantes	Porcentaje de ponderación	Tres Juanes		Totoras		Sector Mercado Mayorista		Huachi Grande	
		Puntaje	%	Puntaje	%	Puntaje	%	Puntaje	%
Servicio de transporte público	0,16	0,60	0,1	0,20	0	0,80	0,1	0,30	0
Facilidad de comunicación con calles asfaltadas	0,22	0,40	0,1	0,30	0,1	0,50	0,1	0,30	0,1
Servicios básicos	0,12	0,60	0,1	0,40	0	0,50	0,1	0,60	0,1
Zona segura	0,15	0,60	0,1	0,40	0,1	0,40	0,1	0,40	0,1
Valor del alquiler	0,16	0,30	0	0,30	0	0,40	0,1	0,30	0
Facilidad de realizar el proceso de producción	0,19	0,50	0,1	0,40	0,1	0,50	0,1	0,20	0
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>0,49</b>		<b>0,33</b>		<b>0,52</b>		<b>0,33</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

La localización más adecuada es en el sector del mercado mayorista, se obtuvo 0.52 puntos que es el mayor puntaje en la ponderación.

### **4.3. Ingeniería del proyecto**

Para (Baca, 2014) “El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta” (p. 112).

#### **4.3.1. Producto –proceso**

Según (Baca, 2014) manifiesta que “Es el proceso técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de manufactura” (p.112).

- **Producto**

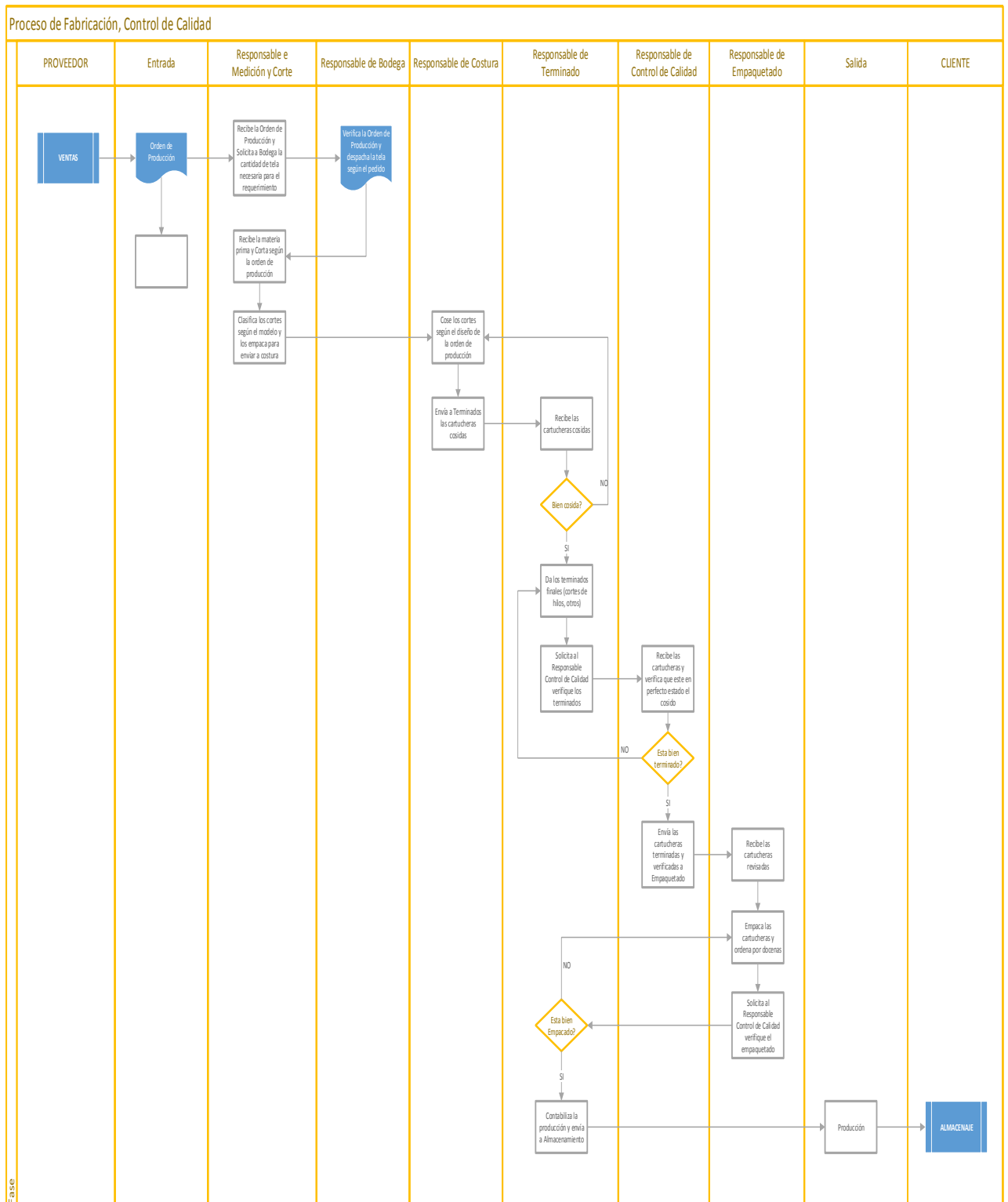
Cartuchera elaborada con telas de ropa usada-desechada, implementándole nuevos diseños a cada unidad.

La especificación técnica se detalla en la ficha técnica. (p.17)

- **Proceso**

1. Se trasladará hacia el mercado de ropa usada.
2. Se adquiere 1 costal el cual tiene un peso aproximado de 20 lb, con un precio aproximado de \$5.00 Dólares.
3. Clasificar las prendas.
4. Cortar las partes de las diversas prendas que serán utilizadas en el proceso.
5. Utilizar el patrón para cortar la tela.
6. Colocar el patrón en el material y subrayar con la tiza.
7. Cortar cada pieza que conforma la cartuchera y pasarla inmediatamente a costura.
8. Costura confecciona el diseño que se debe ejecutar.

Gráfico 41. Proceso de elaboración de la cartuchera fabricada con tela de ropa usada-desechada



Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Israel Guamán



### 4.3.2. Balance de materiales

Los volúmenes de materiales y materia prima que se utiliza, están en relación directa con la producción semanal, mensual y anual de la elaboración de cartucheras de tela.

El cálculo de la demanda insatisfecha sirve para determinar las unidades de producción, y el balance de materiales, consecuentemente para todos los años siguientes, se tiene la siguiente distribución:

Cuadro 45. Producción de cartucheras

PRODUCCIÓN DE SKU SEGÚN DEMANDA	
3480	DOCENAS

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

Cuadro 46. Balance de Lista de Materiales por SKU.

LISTA DE MATERIALES (MEDIDA SKU=DOCENA)			
COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Tela reciclada	Metros	8,88	\$ 3,02
Nylon	Metros	9,6	\$ 2,40
Cierre	Unidad	12	\$ 0,24
Llave	Unidad	12	\$ 0,12
Etiqueta	Unidad	12	\$ 0,48
Funda	Unidad	12	\$ 0,60
COSTO TOTAL DE COMPONENTES X DOCENA DE CARTUCHERAS			\$ 6,86

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

La cantidad de materia prima y materiales que se utiliza para el producto para el año 2017, en la producción del SKU (docena de cartuchera) de producción, se refieren a la tela, cierre, hilo nylon, llave que se coloca en la cartuchera, y la etiqueta para cada unidad. En este balance se incluye el costo del diseño (dibujo) que va colocado en la parte central de la cartuchera, por lo que mensualmente se requiere \$6,86.

#### **4.3.3. Periodo operacional estimado de la planta**

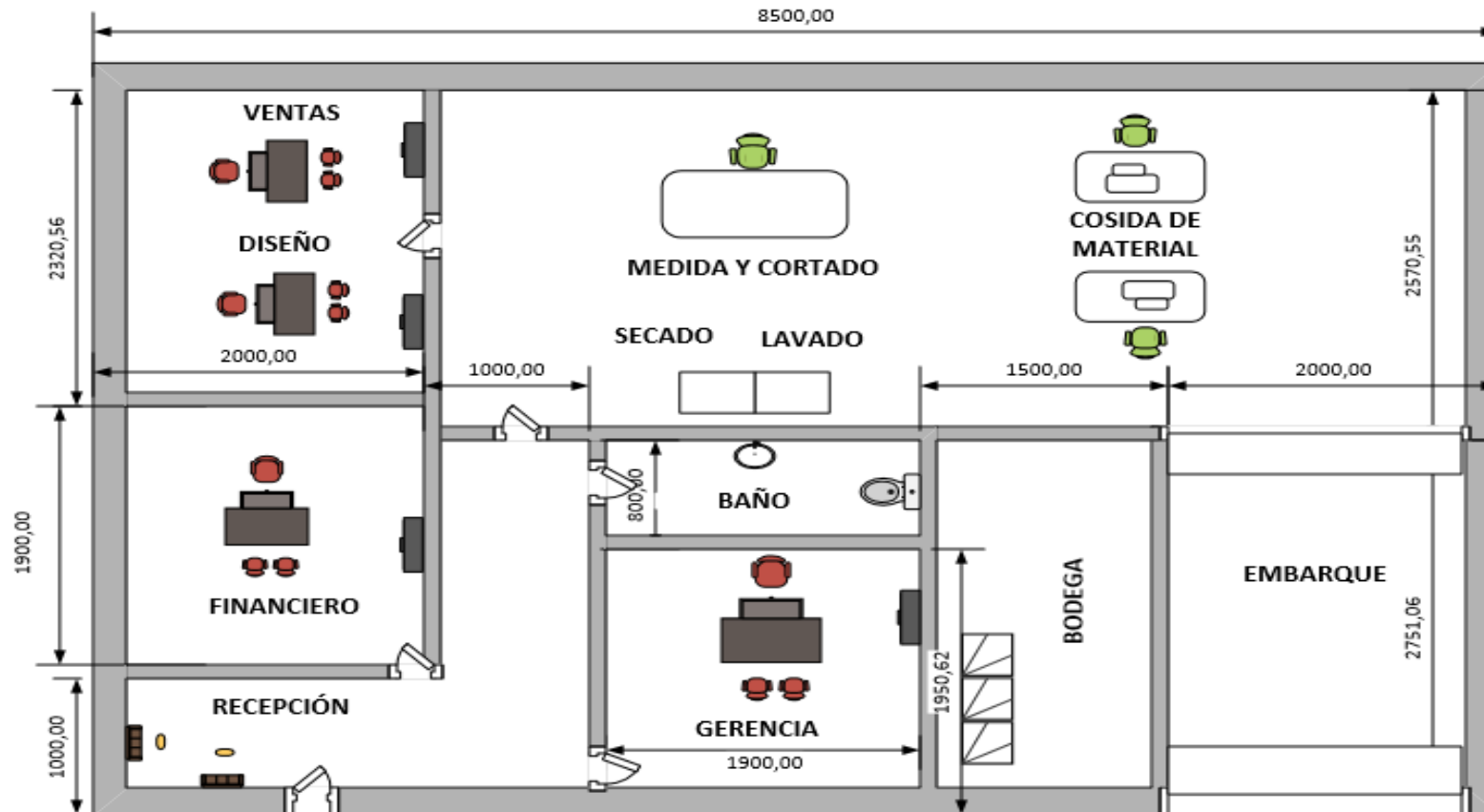
El periodo operacional de la planta tiene relación directa con la maquinaria adecuada que utiliza para cortar la tela y coserla. Tomando a consideración la vida útil que generalmente es de 5 años. Permittedose realizar los cálculos pertinentes de la producción realizada.

#### **4.3.4. Capacidad de producción**

La capacidad de producción de las unidades se rige en base al mercado potencial insatisfecho y por ende se toma en consideración apenas el 20% del mercado. Para el año 2017, se prevé la elaboración de 41760 unidades anuales, considerando que se laboraran 5 días a la semana, con el personal que se detalla a continuación.

#### 4.3.5. Distribución de maquinaria y equipo (Lay out)

Gráfico 42. Distribución de maquinaria y equipo



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

## **CAPITULO V**

### **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

Para (Zamudio, 2014) “La visión de las meta para las organizaciones ofrece una explicación teórica alternativa de la manera en que las organizaciones adquieren autonomía y la usan” (p. 2).

#### **5.1. Aspectos generales**

El desarrollo del proyecto denominado “Creación de una empresa productora y comercializadora de cartucheras de tela de ropa usada-desechada, en la ciudad de Ambato”, nace con la finalidad de aprovecha al máximo la tela que por cultura los ciudadanos desechan cuando observan una pequeña imperfección. Material que se aprovecha y transforma en un producto que beneficia a la sociedad en conjunto.

##### **5.1.1. Aspectos legales**

En el presente proyecto se toma en consideración la Calificación Artesanal que se efectúa en la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

En base al área de calificación Artesanal (Junta Nacional de Defensa del Artesano, 2014), se considera al artesano, trabajador manual, maestro de talles o artesano autónomo que: será calificado por la JDNA, desarrolle su actividad artesanal, con o sin operarios y aprendices, y que hubiera invertido en su taller diversos implementos como maquinaria y materia prima, una cantidad que no supere el 25% del capital fijado para la pequeña industria, es decir el \$87.500 dólares. La JNDA por medio de la Unidad de Calificaciones otorga el certificado correspondiente de la calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo, divididas en ramas de producción y servicio.

Información otorgada por parte del (Servicio de Rentas Internas , 2015), manifiesta que para ser fundador de alguna empresa es necesario que se cumplan varios requerimientos los cuales se presentan a continuación:

Cuadro 47. Requisitos para formar una empresa

<b>Requisitos para formar una empresa</b>	
Cumplimiento con los requisitos de la JNDA	Obtención del RUC
Presentación de la copia de cédula y papel de votación	Inscripción en el Registro Único de Contribuyente (RUC)
Entrega de la foto de carnet actualizada que especifique que es miembro de la JNDA	Obtención de comprobantes de venta autorizados por el SRI, ejecutados en una imprenta de la localidad.
Entrega de exámenes con el tipo de sangre	Cumplimiento de las declaraciones de impuestos y pagos respectivos.
Entrega completa de la solicitud a la JNDA	Obtención de la Patente Municipal

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

El sitio donde funciona la empresa es en la ciudad de Ambato por ende según él (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Ambato , 2016), el registro patente para las personas naturales y obligadas a llevar la respectiva contabilidad por primera vez, contiene lo siguiente:

1. Formulario de Declaración inicial de actividad económica
2. Copia del RUC actualizado y completo
3. Copia de cédula y certificado de votación

### **5.1.2. Nombre de la empresa**

Para (Gil M. , 2010) “El nombre que se elija para la empresa puede ser decisivo. Se dice que los nombres más apropiados prácticamente ya están elegidos, así como algunos inapropiados y que las personas las que ponen denominación a la empresa deciden el nombre a partir de su opinión” (p. 357).

El nombre de la Empresa debe reflejar la distribución del producto que se desea lanzar al mercado. Enfatizando en la calidad y durabilidad del mismo.

Se presentan las siguientes alternativas:

Cuadro 48. Nombre de la empresa

<p>a)</p>		<p>La primera opción que se realizó, tiene un nombre llamativo y apropiado para el producto, la palabra “eco” se relaciona a la ecología del producto, por ser un material usado y que va a reutilizarse esta palabra tiene un significado importante para el producto.</p>
<p>b)</p>		<p>La segunda opción se relaciona con un círculo, el mismo que contiene el nombre de “La cartuchera ecológica”, tiene un abanico de tres colores que impactan en la publicidad.</p>
<p>c)</p>		<p>La tercera opción se relaciona con un círculo y que contiene símbolos sobre la unión de los procesos productivos, la denominación de “Ecosolutions” tiene que ver con brindar un producto que se utilice para mejorar la manipulación de los útiles de escritorio para los estudiantes.</p>
<p>d)</p>		<p>La cuarta alternativa de “Ecoxtrem” tiene un simbolo muy conocido del reciclaje, que son las flechas y un circulo en la parte central referente al medio ambiente.</p>

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Israel Guamán

La alternativa que enfoca la elaboración del producto es la opción a y d, debido a que engloba la importancia del producto que se oferta, se elige la alternativa a.

### 5.1.3. Logotipo

Gráfico 43. Logo



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

El significado del logo “eco” cartuchera ecológica, está constituido por la palabra ECO, de color negro, simulando fortaleza, estilo y elegancia, con su imagen de color verde simulando ser cubierta por hojas de igual forma para dar énfasis en la naturaleza y preservación del medio ambiente.

Al lado izquierdo está dibujada una cartuchera para lograr que el producto sea recordado por el consumido y finalmente el slogan de “La cartuchera ecológica”

- Verde

(Núñez, 2013) “Expresa juventud, equilibrio. Aparece en productos ecológicos y naturales” (p.3).

Es un color sedante, sugiere reposo expresa la realidad, inteligencia creativa y vida, es importante que esta percepción del color verde sea recordada por el consumidor.

- Negro

(Núñez, 2013) “Expresa seriedad, lujo y elegancia” (p. 3).

Es un color que tiene valores positivos como: estilo y solemnidad, lo que se quiere lograr es que el producto sea considerado único, representa también autoridad, fortaleza, intransigencia. También se asocia al prestigio y la seriedad.

#### **5.1.4. Slogan**

Gráfico 44. Slogan

## **CARTUCHERA ECOLÓGICA**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

En el slogan se utiliza el color negro, considerando que tiene valores positivos como: estilo y solemnidad, lo que se quiere lograr es que el producto sea considerado único.

#### **5.1.5. Misión**

Para formular la misión se consideran 4 preguntas de forma que se construye con propósito definidos para la empresa.

¿Quiénes somos? Empresa productora y comercializadora de cartucheras

¿Qué se busca? Atender a a demanda de las librerías  
Utilizar tecnología adecuada  
Incrementar la producción de calidad

¿Por qué lo hacemos? Participación responsable y activa de sus integrantes

Empresa dedicada a la elaboración y distribución de cartucheras hechas con tela de ropa usada-desechada, para atender a la demanda de las librerías, utilizando tecnología adecuada para asegurar e incrementar la producción de calidad con la participación responsable y activa de sus integrantes.

#### **5.1.6. Visión**

Para formular la visión, se recurre a responder 4 preguntas que permiten la construcción de este importante aspecto para la empresa.



1. ¿Cuál es la imagen futura que se quiere proyectar?

Ser una empresa ecológica productora de cartucheras

2. ¿Cuáles son los deseos y aspiraciones de la empresa?

Reconocida por la excelente calidad de sus productos

3. ¿Hacia dónde nos dirigimos como empresa?

Generar clientes satisfechos

4. ¿Hacia qué mercado nos dirigimos?

Local y nacional

Para el 2020 ser una empresa ecológica productora de cartucheras reconocida por la excelente calidad de sus productos, generando en los clientes un grado máximo de satisfacción a nivel local y nacional,

### 5.1.7. Valores

Cuadro 49. Valores de la empresa

<b>Trabajo en equipo</b>	<b>Orientación al cliente</b>	<b>Respeto a los demás</b>	<b>Responsabilidad</b>
El desarrollo del trabajo en equipo hace referencia a crecer como persona y como empresa.	El trabajo se orienta a la buena atención procurando que el cliente quede satisfecho con el producto y la atención.	Induce a la armonía, aceptación a un ambiente de trabajo desde optimismo y lo positivo, dando paso a una comunicación abierta.	Brindar un servicio eficiente, entregando los pedidos a tiempo.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

### 5.2. Diseño Organizacional

Para (Galán, 2014) “El Diseño Organizativo proporciona herramientas para actuar directamente sobre la estructura organizativa formal, pero también permite,

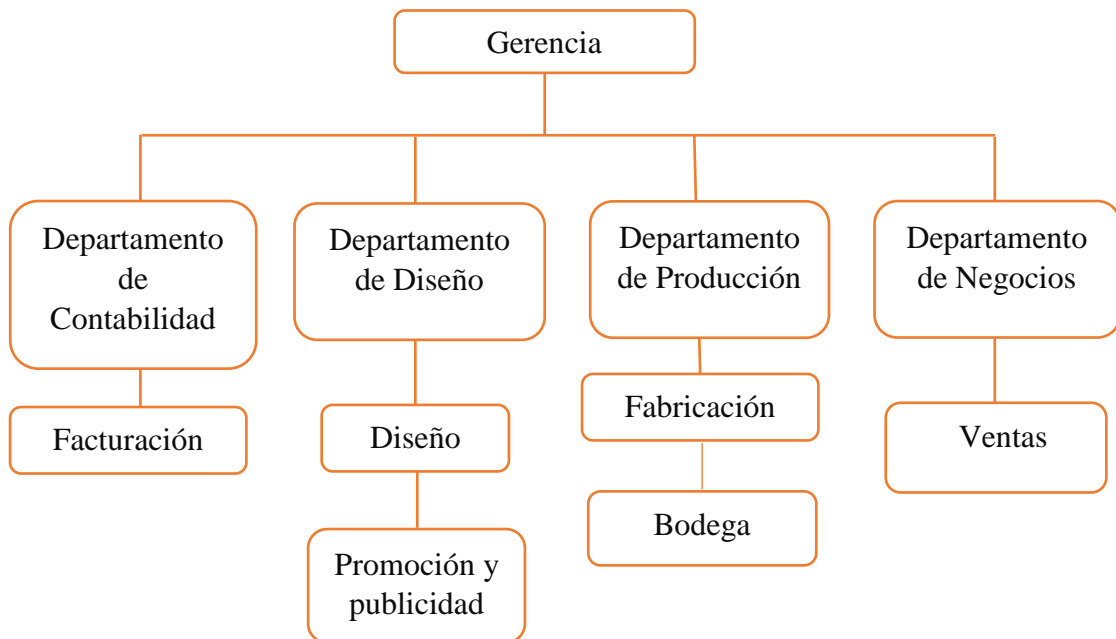
progresivamente, ir modificando la estructura organizativa informal a medio y largo plazo por medio de actividades de adoctrinamiento, de gestión del comportamiento de las personas, así como a través de la cultura de la empresa” (p. 12).

### 5.3. Estructura Organizativa

Para (Galán, 2014) “La estructura organizativa podrá ser simple o muy compleja, en función de un conjunto de variables contingentes que afectan a la organización” (p. 12).

#### 5.3.1. Organigrama estructural

Gráfico 45. Organigrama estructural



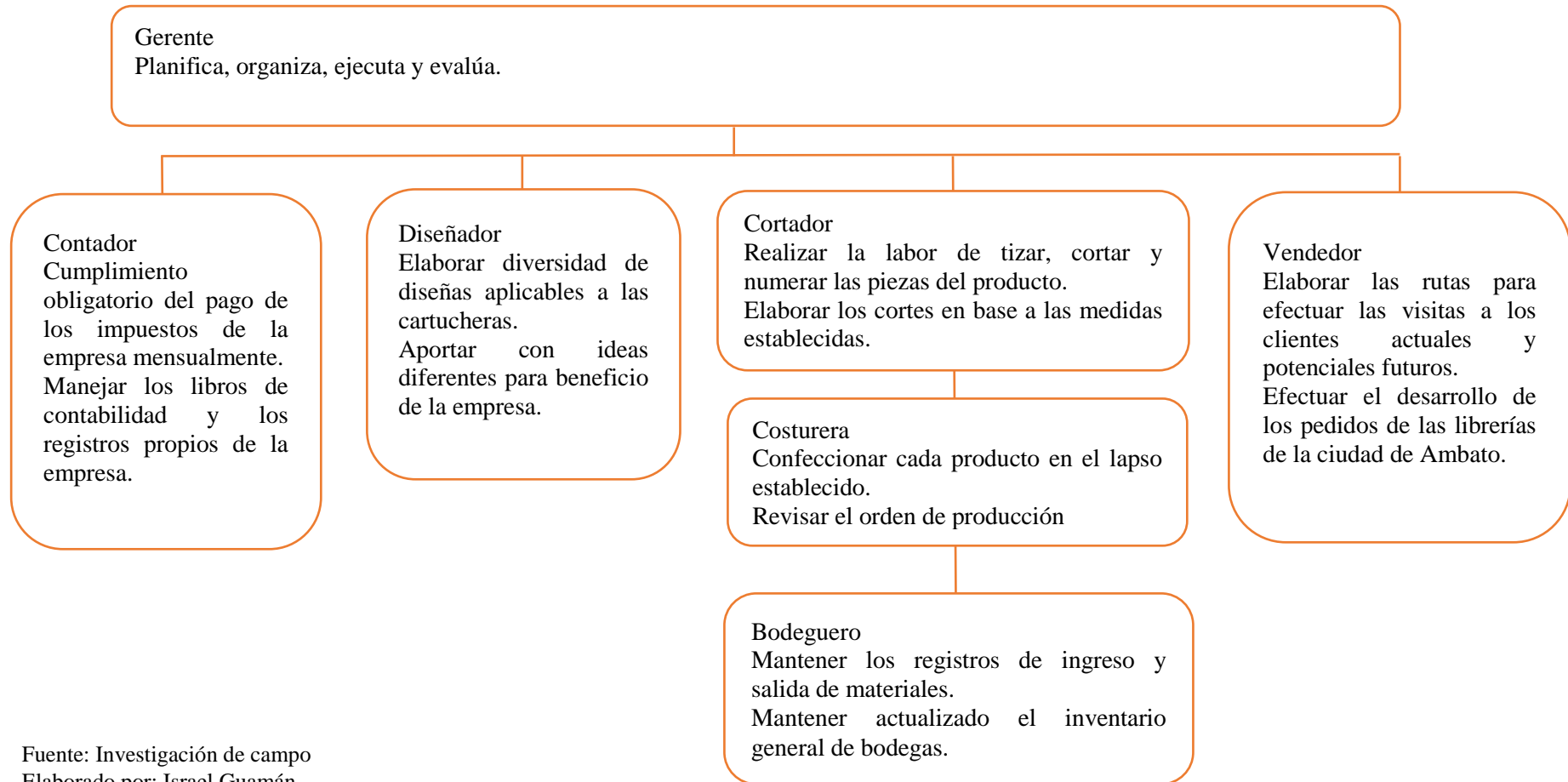
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

### 5.4. Estructura Funcional

Para (Sendra, 2010) “La estructura funcional dependerá de diversos factores. Inicialmente, se debe considerar la titularidad y modalidad de gestión del servicio” (p. 388).

### 5.4.1. Organigrama Funcional

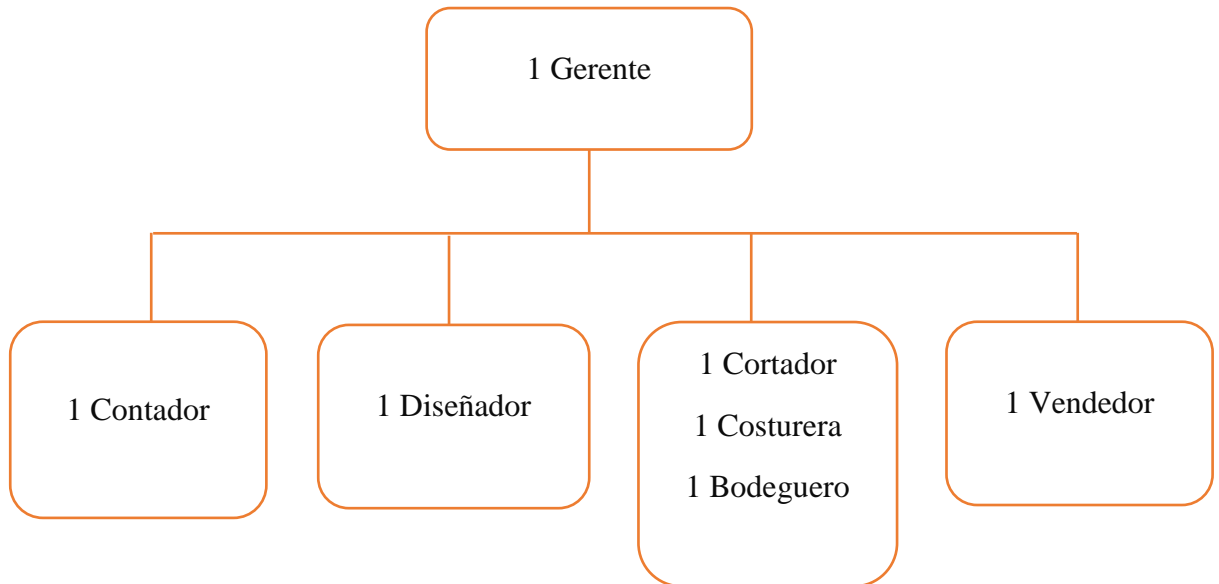
Gráfico 46. Organigrama Funcional



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

## 5.4.2. Organigrama de Posición

Gráfico 47. Organigrama de Posición



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

## 5.5. Manual de Funciones

Cuadro 50. Funciones del Gerente

<b>Nivel:</b> Directivo
<b>Unidad:</b> Gerente
<b>Objetivo:</b> Establecer la planeación, organización, dirección y control de las diversas actividades referentes a la Institución.
<b>Funciones:</b> Elaborar planificaciones a un plazo corto, para la entrega de los productos. Realizar las evaluaciones continuamente, para verificar que las metas establecidas se cumplan. Coordinar las diversas acciones referentes en la empresa. Planificar y coordinar las capacitaciones del personal de la empresa. Desarrollar las políticas de comercialización con los proveedores y clientes

potenciales.

Coordinar las reuniones permanentes para verificar los logros obtenidos.

Encargado de atender los asuntos legales de

la empresa

Fomenta la participación adecuada de todos los miembros de la empresa

Desembolsa el dinero necesario para la compra de la materia prima

Atiende las quejas de todos los trabajadores de la empresa

Fomenta el buen ambiente para laborar en la empresa.

**Características:**

Habilidades

Realizar un diagnóstico de la empresa y fijar una visión clara de las soluciones.

Establecer un ambiente respeto entre todos los colaboradores

Promulgar confianza y seguridad a todos los empleados

Esfuerzo físico

Su esfuerzo físico es mínimo debido a que pasa gran parte del tiempo sentado, es decir esfuerzo físico mínimo.

Condiciones del cargo

El trabajo se desarrolla en un ambiente agradable, el sitio debe ser cerrado con las condiciones climáticas adecuadas y exposición a la luz de manera adecuada.

**Predisposiciones del puesto:**

Ingeniero en Administración de empresas

C.P.A

Dos años de experiencia en cargos similares

Ser líder y emprendedor

<b>Realizado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Aprobado por:</b>
Israel Guamán	Gerencia	Gerencia

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

Cuadro 51. Funciones del Contador

<b>Nivel:</b> Administrativo		
<b>Unidad:</b> Contador		
<b>Objetivo:</b> Desarrollar las actividades contables con el fin de tener en orden los resultados económicos de la empresa		
<b>Funciones:</b> Cumplimiento obligatorio del pago del impuesto de la empresa mensualmente. Manejar los libros de contabilidad y los registros propios de la empresa. Comunicar constantemente los resultados contables al gerente. Desembolsar el dinero necesario para la compra de la materia prima. Llevar un registro de los materiales necesarios para el desarrollo de los productos.		
<b>Características:</b> <b>Habilidades</b> Creatividad en el área laboral, de manera que aporte con su pro actividad. Adaptación a los diversos cambios de las políticas de la empresa. Realizar las actividades diarias con eficiencia y responsabilidad. <b>Esfuerzo físico</b> Esfuerzo físico moderado, debido a que la mayoría del tiempo realiza sus laboras senado, manejando archivos prestos en su oficina. <b>Condiciones del cargo</b> El ambiente de mayor precisión debe ser cerrado con las condiciones físicas adecuadas, manejo de equipos tecnológicos constante en su área de trabajo.		
<b>Predisposiciones del puesto:</b> Ingeniero en Administración de empresas. CPA. 2 años en cargos similares Manejo general y efectivo de toda la contabilidad de la empresa.		
<b>Realizado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Aprobado por:</b>
Israel Guamán	Gerencia	Gerencia

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

Cuadro 52. Funciones del Diseñador

<b>Nivel:</b> Operativo		
<b>Unidad:</b> Diseñador		
<b>Objetivo del cargo</b> Realizar, estructurar e implementar la creatividad e innovación en los diversos diseños e imagen requerida por la empresa.		
<b>Funciones:</b> Elaborar diversidad de diseños aplicables a las cartucheras. Aportar con ideas diferentes para beneficio de la empresa. Trabajar en equipo. Aceptar nuevas sugerencias por parte de otras personas. Organizar las actividades con respecto a los diseños. Planificar de manera minuciosa todas las ideas proyectadas en computación. Adquirir nuevas habilidades. Mantenerse en constante preparación. Manejar de manera apropiada los aparatos tecnológicos. Investigar las necesidades del mercado conforme al diseño. Elaborar propuestas publicitarias para mejorar el posicionamiento de la empresa.		
<b>Características:</b> Elaborar diseños llamativos para el cliente Promulgar el respeto de la creación de sus diseños Evaluar los diseños con mayor enfoque en el mercado Esfuerzo físico El esfuerzo físico es mínimo debido a que pasa gran parte de su tiempo sentado en su área de trabajo. Condiciones del cargo Ambiente con suficiente ventilación y naturalidad, debido a que debe crear diseños innovadores.		
<b>Predisposiciones del puesto:</b> Diseñador gráfico 2 años en cargos similares		
<b>Realizado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Aprobado por:</b>
Israel Guamán	Gerencia	Gerencia

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

Cuadro 53. Funciones de la Cortadora

<b>Nivel:</b> Operativo		
<b>Unidad:</b> Cortadora		
<b>Objetivo:</b> Elaborar el tizado, tendido, corte, numeración y despacho de las piezas, según la producción establecida, considerando la optimización del material.		
<b>Funciones:</b> Realizar la labor de tizar, cortar y numerar las piezas del producto. Elaborar los cortes en base a las medidas establecidas. Coordinar la cantidad de material requerido para la elaboración de cada producto con el contador. Clasificación de la materia prima recibida. Elaborar los moldes. Interpretar las órdenes de producción.		
<b>Características:</b> Habilidades Elaborar las piezas necesarias para el desarrollo del producto. Realizar los cortes en base al patrón establecido. Dinamismo en el área laboral. Esfuerzo físico Esfuerzo físico medio, debido a que tiene que utilizar con gran perfección las manos, ya que tiene que elaborar los cortes con rapidez. Condiciones del cargo Ambiente iluminado con luz suficiente, además de una buena ventilación, que incluya los materiales necesarios para elaborar su trabajo.		
<b>Predisposiciones del puesto:</b> Bachiller en cualquier especialización 3 meses en cargos similares Elaborar todas las actividades de corte de patrón, con las medidas establecidas.		
<b>Realizado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Aprobado por:</b>
Israel Guamán	Gerencia	Gerencia

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

Cuadro 54. Funciones de la Costurera



<b>Nivel:</b> Operativo		
<b>Unidad:</b> Costurera		
<b>Objetivo:</b> Destreza manual para pegar las piezas del producto, en base al corte establecido. Además detalle y coordinación de la vista con las manos.		
<b>Funciones:</b> Confeccionar cada producto en el lapso establecido. Revisar el orden de producción. Preparar las piezas para cada unidad. Unir las prendas con la ayuda d la máquina para confección. Brindar el acabado necesario a cada pieza. Desarrollar un inventario del material y equipo necesario para realizar sus labores. Maniobrar loa máquina de confección con exactitud y rapidez. Mantener limpio el módulo e trabajo después de finalizar su jornada.		
<b>Características:</b> Habilidades Rapidez en el manejo de la maquinaria. Perfección cuando se une cada pieza del producto. Elaborar las piezas en el tiempo establecido. Esfuerzo físico Medio debido a que debe tener agilidad al momento de pegar las partes del producto. Y por ende las manos y la vista son su principal fuente de trabajo. Condiciones del cargo Sitio con buena ventilación y luminosidad, debido a que tienen el trabajo de cocer las piezas.		
<b>Predisposiciones del puesto:</b> Bachiller en cualquier especialidad. Dos años en cargos similares. Manejo de materiales de costura.		
<b>Realizado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Aprobado por:</b>
Israel Guamán	Gerencia	Gerencia

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

Cuadro 55. Funciones del Vendedor

<b>Nivel:</b> Operativo		
<b>Unidad:</b> Ventas		
<b>Objetivo:</b> Manejo del estado actual de los clientes de la empresa, y elaboración de la lista de los clientes potenciales futuros.		
<b>Funciones:</b> Elaborar las rutas para efectuar las visitas a los clientes actuales y potenciales futuros. Efectuar el desarrollo de los pedidos de las librerías de la ciudad de Ambato.. Manejar directamente el cambio de los pedidos por parte de las librerías. Comunicar al área gerencial las quejas y sugerencias efectuadas por parte de los clientes. Manejar el pago de los productos por parte de las librerías. Elaborar un registro de la cantidad de producto que necesita cada librería. Atender directamente al cliente.		
<b>Características:</b> Tratar con amabilidad y cortesía a los clientes. Comunicación constante de manera fluida con cada persona. Trato de calidad a los clientes. El esfuerzo físico es medio, debido a que tiene que organizarse y trasladarse a los sitios en donde se encuentran los clientes, es decir tiene un constante movimiento corporal. Condiciones del cargo Exponerse a diversas condiciones ambientales como frío o sol. Para el desarrollo de estas actividades la empresa tiene la obligación de brindarle el equipo de protección adecuada. Sin embargo, parte del tiempo pasa en la oficina desarrollando actividades consintientes a las ventas.		
<b>Predisposiciones del puesto:</b> Bachiller en cualquier especialización 1 años en cargos similares Desarrollar todas las actividades con respecto a las ventas.		
<b>Realizado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Aprobado por:</b>
Israel Guamán	Gerencia	Gerencia

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

## CAPITULO VI

### ESTUDIO FINANCIERO

Para (Baca, 2014) designa que “Es el ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (p. 6).

#### 6.1. Inversiones en Activos Fijos Tangibles

Cuadro 56. Inversiones en Activos Fijos Tangibles

CANTIDAD	ITEM	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>Muebles y enseres</b>			
2	Mesa para corte	\$ 50.00	\$ 100.00
2	Sillas	\$ 30.00	\$ 60.00
1	Escritorio	\$ 135.00	\$ 135.00
2	Archivadores	\$ 175.00	\$ 350.00
<b>Total muebles y enseres</b>			<b>\$ 645.00</b>
<b>Muebles de oficina</b>			
3	Escritorio	\$ 135.00	\$ 405.00
5	Sillas	\$ 30.00	\$ 150.00
4	Archivadores	\$ 175.00	\$ 700.00
<b>Total muebles de oficina</b>			<b>\$ 1,255.00</b>
<b>Equipo de computo</b>			
3	Computadora	\$ 650.00	\$ 1,950.00
1	Impresora-copiadora	\$ 278.00	\$ 278.00
<b>Total equipo de computo</b>			<b>\$ 2,228.00</b>
<b>Equipo de oficina</b>			
1	Teléfono	\$ 60.00	\$ 60.00
<b>Total equipo de oficina</b>			<b>\$ 60.00</b>
<b>Herramientas</b>			
4	Tijera de 5'5 y 6 pulgadas	\$ 22.00	\$ 88.00
<b>Total herramientas</b>			<b>\$ 88.00</b>
<b>Maquinaria y equipo</b>			
2	Máquina de costura industrial	550.00	\$ 1,100.00
1	Cortadora de tela	250.00	\$ 250.00
<b>Total maquinaria y equipo</b>			<b>\$ 1,350.00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 5,626.00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

Cuadro 57. Activos Menores

<b>Activos menores</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>ITEM</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
10	Agujas de cocer gruesas	\$ 0.30	\$ 3.00
10	Alfileres	\$ 0.03	\$ 0.30
4	Deshilacheras	\$ 1.50	\$ 6.00
3	Cinta métrica	\$ 1.50	\$ 4.50
3	Regla	\$ 5.00	\$ 15.00
4	Tiza sastre	\$ 1.70	\$ 6.80
1	Extintor	\$ 65.00	\$ 65.00
2	Marcadores de tela	\$ 1.50	\$ 3.00
<b>Total activos menores</b>			<b>\$ 103.60</b>

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Israel Guamán

### 6.1.1. Depreciación de Activos Fijos Tangibles

Cuadro 58. Depreciación de Activos Fijos Tangibles

ACTIVO	VALOR TOTAL (\$)	AÑOS DE VIDA ÚTIL	% DE DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN POR AÑOS EXPRESADA EN DÓLARES (\$)					Valor Residual
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 645.00	10	0.10	\$ 64.50	\$ 64.50	\$ 64.50	\$ 64.50	\$ 64.50	\$ 322.50
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1,255.00	10	0.10	\$ 125.50	\$ 125.50	\$ 125.50	\$ 125.50	\$ 125.50	\$ 627.50
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 2,228.00	3	0.33	\$ 742.67	\$ 742.67	\$ 742.67			\$ 0.00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 60.00	10	0.10	\$ 6.00	\$ 6.00	\$ 6.00	\$ 6.00	\$ 6.00	\$ 30.00
HERRAMIENTAS	\$ 88.00	10	0.10	\$ 8.80	\$ 8.80	\$ 8.80	\$ 8.80	\$ 8.80	\$ 44.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 1,350.00	10	0.10	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 675.00
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>				\$ 1,082.47	\$ 1,082.47	\$ 1,082.47	\$ 339.80	\$ 339.80	\$ 1,699.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

Según lo verificado por él (Servicio de Rentas Internas, 2016), la depreciación de los activos fijos se realiza de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

- (I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
- (II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- (III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- (IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.

## 6.2. Inversiones en Activos Intangibles

Cuadro 59. Total activo diferido

RUBRO	COSTO TOTAL (\$)
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 200.00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 538.00
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	\$ 1,200.00
GASTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	\$ 100.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2,038.00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

### 6.2.1. Amortización activos intangibles

Cuadro 60. Amortización activos intangibles

DESCRIPCIÓN	VALOR (\$)	PORCENTAJE DE AMORTIZACIÓN	AÑOS DE AMORTIZACIÓN	AMORTIZACIÓN POR AÑO EXPRESADA EN DÓLARES				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 200.00	20%	5	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 538.00	20%	5	\$ 107.60	\$ 107.60	\$ 107.60	\$ 107.60	\$ 107.60
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	\$ 1,200.00	20%	5	\$ 240.00	\$ 240.00	\$ 240.00	\$ 240.00	\$ 240.00
GASTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	\$ 100.00	20%	5	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2,038.00</b>	<b>20%</b>	<b>5</b>	<b>\$ 407.60</b>	<b>\$ 407.60</b>	<b>\$ 407.60</b>	<b>\$ 407.60</b>	<b>\$ 407.60</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

### 6.3. Inversiones en Activos Circulantes o Capital de Trabajo

#### 6.3.1. Determinación de costos de producción

- Lista de materiales para la producción de cartucheras \* medida de ventas (docenas)

Cuadro 61. Lista de Materiales

LISTA DE MATERIALES (MEDIDA SKU=DOCENA)			
COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Tela reciclada	Metros	8.88	\$ 3.02
Nylon	Metros	9.6	\$ 2.40
Cierre	Unidad	12	\$ 0.24
Llave	Unidad	12	\$ 0.12
Etiqueta	Unidad	12	\$ 0.48
Funda	Unidad	12	\$ 0.60
<b>COSTO TOTAL DE COMPONENTES X DOCENA DE CARTUCHERAS</b>			<b>\$ 6.86</b>
<b>PRODUCCIÓN DE SKU SEGÚN DEMANDA</b>			
3480	DOCENAS ANUALES		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

Cuadro 62. Costos de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN		
CONCEPTO	PARCIAL	PRESUPUESTO ANUAL
<b>COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
Tela reciclada		\$ 10,509.60
Nylon		\$ 8,352.00
Cierre		\$ 835.20
Llave		\$ 417.60
Etiqueta		\$ 1,670.40
Funda		\$ 2,088.00
<b>Sueldos y salarios personal de producción (MOD)</b>		<b>\$ 9,000.00</b>
Cortadora	4500	
Costurera	4500	
<b>Beneficios de ley</b>		<b>\$ 1,003.50</b>
Aporte patronal	1003.50	
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>		<b>\$ 33,876.30</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>		
	PARCIAL	PRESUPUESTO ANUAL
<b>Servicios Básicos</b>		<b>\$ 4,824.00</b>
Energía eléctrica	576	
Alquiler	3840	
Agua	288	
Teléfono	120	
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>		<b>\$ 4,824.00</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>		<b>\$ 38,700.30</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

### 6.3.2. Determinación de gastos operacionales

Cuadro 63. Gastos administrativos

<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>PRESUPUESTO ANUAL</b>
<b>Arriendo oficina administrativa</b>		<b>\$ 960.00</b>
<b>Servicios básicos administración</b>		<b>\$ 696.00</b>
<b>Sueldos y salarios personal administrativo</b>		<b>\$ 15,000.00</b>
Gerente	\$ 5,400.00	
Contador	\$ 4,800.00	
Diseñador	\$ 4,800.00	
<b>Beneficios de ley</b>		<b>\$ 1,672.50</b>
Aporte patronal	\$ 1,672.50	
<b>Suministros de oficina</b>		<b>\$ 130.20</b>
Hojas de papale bond	\$ 50.00	
Esferos	\$ 12.00	
Lapices	\$ 9.00	
Perforadora	\$ 10.00	
Grapadora	\$ 8.00	
Regla	\$ 1.20	
Sellos con el logo de la empresa	\$ 40.00	
<b>Activos menores</b>		<b>\$ 103.60</b>
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>		<b>\$ 18,562.30</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

### 6.3.3. Gastos de Ventas

Cuadro 64. Gastos de Ventas

<b>GASTOS DE VENTA</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>PRESUPUESTO ANUAL</b>
<b>Publicidad y promociones</b>		<b>\$ 500.00</b>
<b>Sueldos y salarios personal de ventas</b>		<b>\$ 9,000.00</b>
Pago sueldo vendedor	\$ 4,500.00	
Bodeguero (PT)	\$ 4,500.00	
<b>Beneficios de ley</b>		<b>\$ 1,003.50</b>
Aporte patronal	\$ 1,003.50	
<b>Viáticos</b>		<b>\$ 960.00</b>
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>		<b>\$ 11,463.50</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán



Cuadro 65. Total Gastos Operacionales

<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES AL AÑO</b>	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 18,562.30
GASTOS DE VENTA	\$ 11,463.50
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 30,025.80</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

### 6.3.4. Determinación de Gastos No Operacionales

Cuadro 66. Gastos No Operacionales

<b>GASTOS NO OPERACIONALES</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>PRESUPUESTO ANUAL</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		<b>\$ 180.00</b>
Servicios y comisiones bancarios	\$ 180.00	
<b>OTROS GASTOS NO OPERACIONALES</b>		<b>\$ -</b>
Imprevistos		<b>\$ 1,501.29</b>
<b>TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES</b>		<b>\$ 1,681.29</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

### 6.3.5. Determinación del capital de trabajo

Cuadro 67. Capital de Trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>RUBRO</b>	<b>EGRESO</b>	
	<b>ANUAL</b>	<b>MENSUAL</b>
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 38,700.30	\$ 3,225.03
GASTOS OPERACIONALES	\$ 30,025.80	\$ 2,502.15
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 1,681.29	\$ 140.11
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>\$ 5,867.28</b>
<b>CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO PARA DOS MESES</b>		<b>\$ 11,734.57</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

## 6.4. Resumen de Inversiones

Cuadro 68. Resumen de Inversiones

RESUMEN DE INVERSIONES	
CONCEPTO	RUBRO
Inversión de activos fijos	\$ 5,626.00
Inversión de activos diferidos e intangibles	\$ 2,038.00
Inversión en capital de trabajo	\$ 11,734.57
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$ 19,398.57</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

La empresa “Eco Cartucheras” requiere una inversión total de \$19,398.57 que se distribuyen de la siguiente manera:

El 60.49% es de capital de trabajo, el 29.00% es de activo fijo y el 10.51% es de activo intangible, la mayor cantidad de recursos económicos se concentran para el capital de trabajo.

## 6.5. Financiamiento

El financiamiento para la empresa “Eco Cartucheras”, se determinó con el aporte de un crédito al Banco Guayaquil con una tasa de interés del 11.83% y con el aporte propio correspondiente a \$8.000,00.

Para el financiamiento se utiliza el cálculo del monto anual con la siguiente fórmula:

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

$$A = 12.000,00 \left\{ \frac{0.1183(1 + 0.1183)^3}{(1 + 0.1183)^3 - 1} \right\}$$

$$A = 12.000,00 \left\{ \frac{0.1183(1.1183)^3}{(1.1183)^3 - 1} \right\}$$

$$A = 12.000,00 \left\{ \frac{0.1183(1.398540)}{(1.398540) - 1} \right\}$$

$$A = 12.000,00 \left\{ \frac{0.16544731}{0.398540} \right\}$$

$$A = 12.000,00 \{ 0.41513324 \}$$

$$A = 4981.60$$

Cuadro 69. Financiamiento

<b>FINANCIAMIENTO</b>			
<b>INVERSIONES</b>	<b>ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS</b>		
	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>RECURSOS PROPIOS</b>	<b>RECURSOS FINANCIADOS</b>
ACTIVOS FIJOS	\$ 5,626.00		\$ 5,626.00
ACTIVOS DIFERIDOS E INTANGIBLES	\$ 2,038.00	\$ 2,038.00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 11,734.57	\$ 5,397.90	\$ 6,336.67
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$ 19,398.57</b>	<b>\$ 7,435.90</b>	<b>\$ 11,962.67</b>
<b>PORCENTAJES</b>	<b>100.00%</b>	<b>38.33%</b>	<b>61.67%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

Amortización de los recursos financiados por la institución financiera al 11.83% de interés anual.

Cuadro 70. Calculo de la Cuota Fija

<b>CÁLCULO DE LA CUOTA FIJA</b>
$(\text{CAPITAL} \times \text{TASA DE INTERÉS}) \times (1 + \text{TASA DE INTERÉS})^n$
$(1 + \text{TASA DE INTERÉS})^n - 1$
$(11,962.67 \times 0.1183\%) \times (1 + 0.1183\%)^5$
$(1 + 0.1183\%)^5 - 1$

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

Cuadro 71. Tabla de Amortización

CAPITAL	INTERÉS	CUOTA FIJA	AMORTIZACIÓN	MONTO ACUMULADO	OBSERVACIONES
11,962.67	1,415.18	3,304.60	1,889.41	10,073.25	Cálculo anual
10,073.25	1,191.67	3,304.60	2,112.93	7,960.32	Cálculo anual
7,960.32	941.71	3,304.60	2,362.89	5,597.44	Cálculo anual
5,597.44	662.18	3,304.60	2,642.42	2,955.02	Cálculo anual
2,955.02	349.58	3,304.60	2,955.02	0.00	Cálculo anual
<b>TOTAL</b>	<b>4,560.31</b>	<b>16,522.98</b>	<b>11,962.67</b>		

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

## 6.6. Plan de inversiones

Cuadro 72. Plan de inversiones

ACTIVOS	VIDA ÚTIL EN AÑOS	AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
Muebles y enceres	10	\$ 645	-	-	-	-	-
Muebles de oficina	10	\$ 1,255	-	-	-	-	-
Equipo de computo	3	\$ 2,228	-	-	-	-	-
Equipo de oficina	10	\$ 60	-	-	-	-	-
Herramientas	10	\$ 88					
Maquinaria y equipo	10	\$ 1,350					
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 5,626</b>					

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

La empresa “Eco Cartucheras” tiene un total de \$5,626 en el Plan de inversión para el año que inicia el emprendimiento, y una vida útil de 10 y 3 años para los Activos según corresponden.

## 6.7. Presupuesto de gastos e ingresos

### 6.7.1. Índice para la proyección

Cuadro 73. Índice para la proyección

Datos para Proyección de GASTOS	
<b>PROMEDIO INFLACIÓN</b>	1.12%

### 6.7.2. Gastos Administrativos

Cuadro 74. Proyección de Gastos Administrativos

PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo oficina	\$ 960.00	\$ 970.75	\$ 981.62	\$ 992.62	\$ 1,003.74
Servicios básicos administración	\$ 696.00	\$ 703.80	\$ 711.68	\$ 719.65	\$ 727.71
Sueldos y salarios personal administrativo	\$ 15,000.00	\$ 15,168.00	\$ 15,337.88	\$ 15,509.67	\$ 15,683.37
Beneficios de ley	\$ 1,672.50	\$ 1,691.23	\$ 1,710.17	\$ 1,729.33	\$ 1,748.70
Suministros de oficina	\$ 130.20	\$ 131.66	\$ 133.13	\$ 134.62	\$ 136.13
Activos menores	\$ 103.60	\$ 104.76	\$ 105.93	\$ 107.12	\$ 108.32
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 18,562.30</b>	<b>\$ 18,770.20</b>	<b>\$ 18,980.42</b>	<b>\$ 19,193.00</b>	<b>\$ 19,407.97</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

### 6.7.3. Gastos de Ventas

Cuadro 75. Gasto de Ventas

GASTOS DE VENTA					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad y promociones	\$ 500.00	\$ 505.60	\$ 511.26	\$ 516.99	\$ 522.78
Sueldos y salarios personal de ventas	\$ 9,000.00	\$ 9,100.80	\$ 9,202.73	\$ 9,305.80	\$ 9,410.02
Beneficios de ley	\$ 1,003.50	\$ 1,014.74	\$ 1,026.10	\$ 1,037.60	\$ 1,049.22
Viáticos	\$ 960.00	\$ 970.75	\$ 981.62	\$ 992.62	\$ 1,003.74
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>\$ 11,463.50</b>	<b>\$ 11,591.89</b>	<b>\$ 11,721.72</b>	<b>\$ 11,853.00</b>	<b>\$ 11,985.76</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

#### 6.7.4. Gastos No Operacionales

Cuadro 76. Gastos no Operacionales

GASTOS NO OPERACIONALES					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Servicios y comisiones bancarias	\$ 180.00	\$ 182.02	\$ 182.02	\$ 182.02	\$ 182.02
<b>OTROS GASTOS NO OPERACIONALES</b>					
Imprevistos	\$ 1,501.29	\$ 1,518.10	\$ 1,535.11	\$ 1,552.30	\$ 1,569.69
<b>TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ 1,681.29</b>	<b>\$ 1,700.12</b>	<b>\$ 1,717.12</b>	<b>\$ 1,734.32</b>	<b>\$ 1,751.70</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

#### 6.7.5. Costo de Producción

Cuadro 77. Costo de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tela reciclada	\$ 10,509.60	\$ 10,627.31	\$ 10,746.33	\$ 10,866.69	\$ 10,988.40
Nylon	\$ 8,352.00	\$ 8,445.54	\$ 8,540.13	\$ 8,635.78	\$ 8,732.50
Cierre	\$ 835.20	\$ 844.55	\$ 854.01	\$ 863.58	\$ 873.25
Llave	\$ 417.60	\$ 422.28	\$ 427.01	\$ 431.79	\$ 436.63
Etiqueta	\$ 1,670.40	\$ 1,689.11	\$ 1,708.03	\$ 1,727.16	\$ 1,746.50
Funda	\$ 2,088.00	\$ 2,111.39	\$ 2,135.03	\$ 2,158.95	\$ 2,183.13
Sueldos y salarios personal de producción	\$ 9,000.00	\$ 9,100.80	\$ 9,202.73	\$ 9,305.80	\$ 9,410.02
Beneficios de ley	\$ 1,003.50	\$ 1,014.74	\$ 1,026.10	\$ 1,037.60	\$ 1,049.22
Energía eléctrica	\$ 576.00	\$ 582.45	\$ 588.97	\$ 595.57	\$ 602.24
Alquiler	\$ 3,840.00	\$ 3,883.01	\$ 3,926.50	\$ 3,970.47	\$ 4,014.94
Agua	\$ 288.00	\$ 291.23	\$ 294.49	\$ 297.79	\$ 301.12
Teléfono	\$ 120.00	\$ 121.34	\$ 122.70	\$ 124.08	\$ 125.47
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 38,700.30</b>	<b>\$ 39,133.74</b>	<b>\$ 39,572.04</b>	<b>\$ 40,015.25</b>	<b>\$ 40,463.42</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

## 6.7.6. Total gastos, y costos de producción

Cuadro 78. Total gastos, y costos de producción

CONCEPTO	Años				
	1	2	3	4	5
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>					
Gastos Administrativos	\$ 18,562.30	\$ 18,770.20	\$ 18,980.42	\$ 19,193.00	\$ 19,407.97
Gastos de Venta	\$ 11,463.50	\$ 11,591.89	\$ 11,721.72	\$ 11,853.00	\$ 11,985.76
Costos de Producción	\$ 38,700.30	\$ 39,133.74	\$ 39,572.04	\$ 40,015.25	\$ 40,463.42
Depreciaciones	\$ 1,082.47	\$ 1,082.47	\$ 1,082.47	\$ 339.80	\$ 339.80
Amortizaciones	\$ 407.60	\$ 407.60	\$ 407.60	\$ 407.60	\$ 407.60
<b>GASTOS NO OPERACIONALES</b>					
Gastos financieros	\$ 180.00	\$ 182.02	\$ 182.02	\$ 182.02	\$ 182.02
Otros Gastos no Operacionales	\$ 1,501.29	\$ 1,518.10	\$ 1,535.11	\$ 1,552.30	\$ 1,569.69
<b>EGRESO FIJO TOTAL</b>	<b>\$ 71,897.46</b>	<b>\$ 72,686.02</b>	<b>\$ 73,481.38</b>	<b>\$ 73,542.97</b>	<b>\$ 74,356.24</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

## 6.7.7. Cálculo de precio de venta

Cuadro 79. Cálculo de precio de venta

Producto	Unidades diarias	Unidades Semanal (unidades x 5 días)	SKU (docenas) mensual ((unidades semanales x 4)/12)
Cartuchera	174	870	290
<b>Producción Anual</b>		<b>SKU anual</b>	
Cartuchera			3,480
<b>Producción Anual Total SKU</b>			<b>3,480</b>
<b>DETERMINACIÓN COSTO UNITARIO x SKU</b>			
Costo Directos de Producción	\$	9.7346	
Costos Indirectos de Fabricación	\$	1.3862	
<b>TOTAL COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN x SKU</b>	\$	<b>11.1208</b>	
<b>PRODUCTO</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD POR PRODUCTO</b>	<b>UTILIDAD</b>	<b>PRECIO DE VENTA SKU</b>
Cartuchera	100%	\$ 11.12	\$ 22.24

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

### 6.7.8. Proyección de ingresos

### 6.7.9. Índices para la proyección de ingresos

Cuadro 80. Índices para la proyección de ingresos

Datos para Proyección de Ingresos	
Tasa de Crecimiento de la Industria	2.43%
inflación	1.12%

Cuadro 81. Proyección de Ingresos

#### AÑO 1

INGRESOS DE VENTAS				
PRODUCTOS	SKU	P-V.P	SKU A COMERCIALIZAR POR AÑO	INGRESOS
Cartuchera	DOCENA	\$ 22.24	3,480	\$ 77,400.60
			<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 77,400.60</b>

#### AÑO 2

INGRESOS DE VENTAS				
PRODUCTOS	CONTENIDO	P-V.P	SKU A COMERCIALIZAR POR AÑO	INGRESOS
Cartuchera	DOCENA	\$ 22.49	3,565	\$ 80,169.39
			<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 80,169.39</b>

#### AÑO 3

INGRESOS DE VENTAS				
PRODUCTOS	CONTENIDO	P-V.P	SKU A COMERCIALIZAR POR AÑO	INGRESOS
Cartuchera	DOCENA	\$ 22.74	3,651	\$ 83,037.22
			<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 83,037.22</b>

#### AÑO 4

INGRESOS DE VENTAS				
PRODUCTOS	CONTENIDO	P-V.P	SKU A COMERCIALIZAR POR AÑO	INGRESOS
Cartuchera	DOCENA	\$ 23.00	3,740	\$ 86,007.64
			<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 86,007.64</b>

#### AÑO 5

INGRESOS DE VENTAS				
PRODUCTOS	CONTENIDO	P-V.P	SKU A COMERCIALIZAR POR AÑO	INGRESOS
Cartuchera	DOCENA	\$ 23.25	3,831	\$ 89,084.32
			<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 89,084.32</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

### Resumen de ingresos proyectados

Cuadro 82. Resumen de ingresos proyectados

AÑO	INGRESOS
1	\$ 77,400.60
2	\$ 80,169.39
3	\$ 83,037.22
4	\$ 86,007.64
5	\$ 89,084.32

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán



El presupuesto de ingresos para la empresa “Eco Cartucheras” durante el año 2017 es de \$77.400,60 que se obtuvieron de multiplicar el precio del mercado por las unidades de la demanda.

### 6.7.10 Situación financiera actual

Cuadro 83. Situación financiera actual

<b>ACTIVOS</b>			
<b>CORRIENTE</b>			<b>\$ 11,734.57</b>
CAPITAL DE TRABAJO		<b>\$ 11,734.57</b>	
<b>NO CORRIENTE</b>			<b>\$ 7,664.00</b>
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>			<b>\$ 5,626.00</b>
MUEBLES Y ENSERES	\$ 645.00		
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1,255.00		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 2,228.00		
TOTAL EQUIPO DE OFICINA	\$ 60.00		
HERRAMIENTAS	\$ 88.00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 1,350.00		
<b>DIFERIDOS E INTANGIBLES</b>			<b>\$ 2,038.00</b>
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 200.00		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 538.00		
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	\$ 1,200.00		
GASTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	\$ 100.00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 19,398.57</b>
<b>PASIVO</b>			
<b>CORRIENTE</b>			<b>\$ -</b>
-	\$ -		
<b>NO CORRIENTE</b>			<b>\$ 11,962.67</b>
Préstamo bancario a largo plazo	\$ 11,962.67		
<b>PATRIMONIO</b>			<b>\$ 7,435.90</b>
Capital Social		<b>\$ 7,435.90</b>	
Fondos de Operación	<b>\$ 7,435.90</b>		
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>			<b>\$ 19,398.57</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

## 6.7.11. Situación financiera proyectada

Cuadro 84. Situación financiera proyectada Año 1

<b>ACTIVOS</b>	Año 1		
<b>CORRIENTE</b>			<b>\$ 15,423.18</b>
BANCOS		<b>\$ 15,423.18</b>	
<b>NO CORRIENTE</b>			<b>\$ 6,173.93</b>
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		<b>\$ 4,543.53</b>	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 645.00		
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1,255.00		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 2,228.00		
TOTAL EQUIPO DE OFICINA	\$ 60.00		
HERRAMIENTAS	\$ 88.00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 1,350.00		
(DEPRECIACIÓN ACUMULADA)	\$ (1,082.47)		
<b>DIFERIDOS E INTANGIBLES</b>		<b>\$ 1,630.40</b>	
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 200.00		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 538.00		
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	\$ 1,200.00		
GASTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	\$ 100.00		
(AMORTIZACIÓN ACUMULADA)	\$ (407.60)		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 21,597.11</b>
<b>PASIVO</b>			<b>\$ 10,073.25</b>
<b>CORRIENTE</b>		<b>\$ -</b>	
-	\$ -		
<b>NO CORRIENTE</b>		<b>\$ 10,073.25</b>	
Préstamo bancario Largo plazo	\$ 10,073.25		
<b>PATRIMONIO</b>			<b>\$ 11,523.86</b>
Capital Social		<b>\$ 7,435.90</b>	
Fondos de Operación	<b>\$ 7,435.90</b>		
Utilidad	<b>\$ 4,087.96</b>		
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>			<b>\$ 21,597.11</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

Cuadro 85. Situación financiera proyectada Año 2

<b>ACTIVOS</b>		Año 2	
<b>CORRIENTE</b>			\$ 21,092.02
BANCOS			\$ 21,092.02
<b>NO CORRIENTE</b>			\$ 4,683.86
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		\$ 3,461.06	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 645.00		
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1,255.00		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 2,228.00		
TOTAL EQUIPO DE OFICINA	\$ 60.00		
HERRAMIENTAS	\$ 88.00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 1,350.00		
(DEPRECIACIÓN ACUMULADA)	\$ (2,164.94)		
<b>DIFERIDOS E INTANGIBLES</b>		\$ 1,222.80	
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 200.00		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 538.00		
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	\$ 1,200.00		
GASTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	\$ 100.00		
(AMORTIZACIÓN ACUMULADA)	\$ (815.20)		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			\$ 25,775.88
<b>PASIVO</b>			\$ 7,960.32
<b>CORRIENTE</b>		\$ -	
-	\$ -		
<b>NO CORRIENTE</b>		\$ 7,960.32	
Préstamo bancario Largo plazo	\$ 7,960.32		
<b>PATRIMONIO</b>			\$ 17,815.56
<b>Capital Social</b>		\$ 7,435.90	
<b>Fondos de Operación</b>		\$ 7,435.90	
<b>Utilidad</b>		\$ 10,379.66	
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>			\$ 25,775.88

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

Cuadro 86. Situación financiera proyectada Año 3

<b>ACTIVOS</b>		Año 3	
<b>CORRIENTE</b>			\$ 24,940.20
BANCOS			\$ 24,940.20
<b>NO CORRIENTE</b>			\$ 3,193.79
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		\$ 2,378.59	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 645.00		
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1,255.00		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 2,228.00		
TOTAL EQUIPO DE OFICINA	\$ 60.00		
HERRAMIENTAS	\$ 88.00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 1,350.00		
(DEPRECIACIÓN ACUMULADA)	\$ (3,247.41)		
<b>DIFERIDOS E INTANGIBLES</b>		\$ 815.20	
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 200.00		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 538.00		
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	\$ 1,200.00		
GASTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	\$ 100.00		
(AMORTIZACIÓN ACUMULADA)	\$ (1,222.80)		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			\$ 28,133.99
<b>PASIVO</b>			\$ 5,597.43
<b>CORRIENTE</b>		\$ -	
-	\$ -		
<b>NO CORRIENTE</b>		\$ 0.00	
Préstamo bancario Largo plazo	\$ 5,597.43		
<b>PATRIMONIO</b>			\$ 22,536.56
<b>Capital Social</b>		\$ 7,435.90	
Fondos de Operación	\$ 7,435.90		
Utilidad	15100.66		
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>			\$ 28,133.99

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

Cuadro 87. Situación financiera proyectada Año 4

<b>ACTIVOS</b>		Año 4	
<b>CORRIENTE</b>			\$ 34,847.67
BANCOS		34,847.67	\$
<b>NO CORRIENTE</b>			\$ 2,446.39
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		\$ 2,038.79	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 645.00		
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1,255.00		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 2,228.00		
TOTAL EQUIPO DE OFICINA	\$ 60.00		
HERRAMIENTAS	\$ 88.00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 1,350.00		
(DEPRECIACIÓN ACUMULADA)	\$ (3,587.21)		
<b>DIFERIDOS E INTANGIBLES</b>		\$ 407.60	
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 200.00		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 538.00		
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	\$ 1,200.00		
GASTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	\$ 100.00		
(AMORTIZACIÓN ACUMULADA)	\$ (1,630.40)		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			\$ 37,294.06
<b>PASIVO</b>			\$ 2,955.01
<b>CORRIENTE</b>		\$ -	
-	\$ -		
<b>NO CORRIENTE</b>		\$ 0.00	
Préstamo bancario Largo plazo	\$ 2,955.01		
<b>PATRIMONIO</b>			\$ 34,339.05
<b>Capital Social</b>		\$ 7,435.90	
<b>Fondos de Operación</b>		\$ 7,435.90	
<b>Utilidad</b>		26903.15	
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>			\$ 37,294.06

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

Cuadro 88. Situación financiera proyectada Año 5

<b>ACTIVOS</b>		Año 5	
<b>CORRIENTE</b>			<b>\$ 47,018.55</b>
BANCOS		\$ 47,018.55	
<b>NO CORRIENTE</b>			<b>\$ 1,698.99</b>
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		\$ 1,698.99	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 645.00		
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1,255.00		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 2,228.00		
TOTAL EQUIPO DE OFICINA	\$ 60.00		
HERRAMIENTAS	\$ 88.00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 1,350.00		
(DEPRECIACIÓN ACUMULDA)	\$ (3,927.01)		
<b>DIFERIDOS E INTANGIBLES</b>			<b>\$ 0.00</b>
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 200.00		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 538.00		
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	\$ 1,200.00		
GASTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	\$ 100.00		
(AMORTIZACIÓN ACUMULADA)	\$ (2,038.00)		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 48,717.54</b>
<b>PASIVO</b>			<b>\$ 0.00</b>
<b>CORRIENTE</b>			<b>\$ -</b>
-	\$ -		
<b>NO CORRIENTE</b>			<b>\$ 0.00</b>
Préstamo bancario Largo plazo	\$ 0.00		
<b>PATRIMONIO</b>			<b>\$ 48,717.54</b>
<b>Capital Social</b>		\$ 7,435.90	
<b>Fondos de Operación</b>		\$ 7,435.90	
<b>Utilidad</b>		41281.64	
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>			<b>\$ 48,717.54</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

La empresa “Eco Cartucheras” para el año 2017 tiene un total de activos de \$ 21.597,11, el total de pasivos lo conforman los circulantes que son deudas a largo plazo. El total del pasivo es de \$ 10.073,25, el patrimonio está conformado por el capital y accede el valor de \$ 7.435,90.

## 6.7.12. Estado de Resultados proyectados

### Determinación del incremento del gasto financiero

Cuadro 89. Gastos Financieros

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Gasto Interés	\$ 1,415.18	\$ 1,191.67	\$ 941.71	\$ 662.18	\$ 349.58
Servicios y comisiones bancarias	\$ 180.00	\$ 182.02	\$ 182.02	\$ 182.02	\$ 182.02
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 1,595.18</b>	<b>\$ 1,373.68</b>	<b>\$ 1,123.72</b>	<b>\$ 844.19</b>	<b>\$ 531.59</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

Cuadro 90. Estado de Resultados proyectados

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	\$ 77,400.60	\$ 80,169.39	\$ 83,037.22	\$ 86,007.64	\$ 89,084.32
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 38,700.30	\$ 39,133.74	\$ 39,572.04	\$ 40,015.25	\$ 40,463.42
<b>(=) RESULTADO BRUTO EN VENTAS</b>	\$ 38,700.30	\$ 41,035.64	\$ 39,572.04	\$ 45,992.39	\$ 48,620.90
<b>(-) GASTOS OPERACIONALES</b>					
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 18,562.30	\$ 18,770.20	\$ 18,980.42	\$ 19,193.00	\$ 19,407.97
(-) GASTOS DE VENTA	\$ 11,463.50	\$ 11,591.89	\$ 11,721.72	\$ 11,853.00	\$ 11,985.76
(-) DEPRECIACIONES	\$ 1,082.47	\$ 1,082.47	\$ 1,082.47	\$ 339.80	\$ 339.80
(-) AMORTIZACIONES	\$ 407.60	\$ 407.60	\$ 407.60	\$ 407.60	\$ 407.60
<b>(=) RESULTADO OPERACIONAL</b>	\$ 7,184.43	\$ 9,183.49	\$ 7,379.83	\$ 14,198.98	\$ 16,479.78
<b>(-) GASTOS NO OPERACIONALES</b>					
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 1,595.18	\$ 1,373.68	\$ 1,123.72	\$ 844.19	\$ 531.59
(-) OTROS GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 1,501.29	\$ 1,518.10	\$ 1,535.11	\$ 1,552.30	\$ 1,569.69
<b>(=) RESULTADO ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES</b>	\$ 4,087.96	\$ 6,291.70	\$ 4,721.00	\$ 11,802.49	\$ 14,378.50
(-) 15% PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 4,087.96	\$ 6,291.70	\$ 4,721.00	\$ 11,802.49	\$ 14,378.50
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) RESULTADO ANTES DE RESERVAS</b>	\$ 4,087.96	\$ 6,291.70	\$ 4,721.00	\$ 11,802.49	\$ 14,378.50
(-) 5% RESERVA LEGAL					
<b>(=) RESULTADO NETO EN EL EJERCICIO</b>	\$ 4,087.96	\$ 6,291.70	\$ 4,721.00	\$ 11,802.49	\$ 14,378.50

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Israel Guamán



La empresa “Eco Cartucheras” tiene para el 2017 un flujo neto de efectivos de \$4.087,96 que se sigue incrementando de forma regular para los años siguientes.

### 6.7.13. Flujo de caja

Cuadro 91. Flujo de caja

FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA (CON CRÉDITO)						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>(=) RESULTADO NETO DEL EJERCICIO</b>		\$ 4,087.96	\$ 6,291.70	\$ 4,721.00	\$ 11,802.49	\$ 14,378.50
(+) DEPRECIACIÓN		\$ 1,082.47	\$ 1,082.47	\$ 1,082.47	\$ 339.80	\$ 339.80
(+) AMORTIZACIÓN		\$ 407.60	\$ 407.60	\$ 407.60	\$ 407.60	\$ 407.60
(+) RESERVAS						
(-) Inversión en Propiedad Planta y Equipo (activos fijos)	\$ 5,626.00					
(-) Inversión diferidos e intangibles	\$ 2,038.00					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	\$ 11,734.57					
(+) RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO						\$ 11,734.57
(+) VALOR RESIDUAL						\$ 1,699.00
(+) CRÉDITO RECIBIDO	\$ 11,962.67					
(-) PAGO DEL CAPITAL		\$ 1,889.41	\$ 2,112.93	\$ 2,362.89	\$ 2,642.42	\$ 2,955.02
<b>( = ) FLUJO DE FONDOS NETOS</b>	<b>\$ (7,435.90)</b>	<b>\$ 3,688.61</b>	<b>\$ 5,668.84</b>	<b>\$ 3,848.18</b>	<b>\$ 9,907.47</b>	<b>\$ 25,604.44</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

El flujo de caja para el año 2017 es de \$(7.435,90) cuyo resultado se deriva del total de ingresos menos los egresos operacionales, se determina que para los años siguientes el flujo de caja es creciente.

## 6.8. Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio monetario y en unidades se determina a través de la fórmula descrita en el libro de Baca Urbina (2014).

### En unidades (SKU=Docenas)

Cuadro 92. Punto de equilibrio en unidades (SKU=Docenas)

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO			
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES			
		COSTO FIJO	
PE	=	PRECIO PONDERADO	- COSTO VARIABLE UNITARIO PONDERADO
		33,197.16	
PE	=	22.24	11.12
		33197.16	
PE	=		11.12
PE	=	2,985	
PE	=		2,985 SKU (DOCENAS)

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

Se determina que el punto de equilibrio en unidades de comercialización siendo el SKU por docenas es 2985 (docenas de cartucheras)

**En dólares**

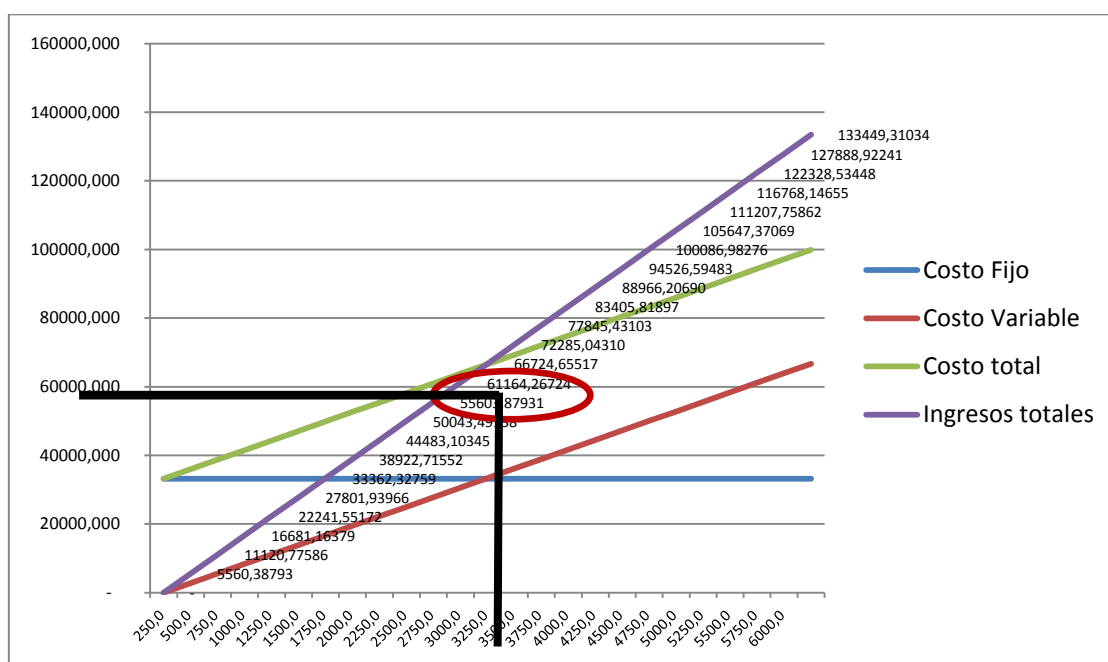
Cuadro 93. Punto de equilibrio en dólares

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES				
				COSTO FIJO
PE	=			COSTO VARIABLE UNITARIO PONDERADO
		1	-	PRECIO PONDERADO
		33197.16		
PE	=			11.12
		1	-	22.24
		33197.16		
PE	=			0.5
		1	-	
		66394.31		
PE	=			
				<b>\$ 66,394.31</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

Se determina que el punto de equilibrio en unidades monetarias es de \$ 66394.31

Gráfico 48. Punto de equilibrio



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

## 6.9. Tasa de descuento y criterio alternativo para la evaluación de proyectos

La tasa de descuento es el factor financiero que se utiliza, en general para determinar el valor monetario en el tiempo, y particularmente para calcular el valor actual de un capítulo futuro o para evaluar proyectos de inversión, según lo designado por Baca (2014).

A continuación se exponen los factores para el cálculo de la TMAR.

Cuadro 94. Factores para el calculo

pasiva	Tasa
31/01/2017	5.08
28/02/2017	5.07
31/03/2017	4.89
30/04/2017	4.81
31/05/2017	4.82
30/06/2017	4.8
<b>Promedio</b>	<b>4.91%</b>
<b>Inflación sector</b>	<b>0.61%</b>
<b>Premio al riesgo y/o riesgo país</b>	<b>700</b>
	<b>7%</b>

Fuente: Investigación de campo



### 6.9.1. TMAR

Cuadro 95. Calculo de la TMAR para el capital propio

TMAR Capital Propio=Tasa pasiva + Inflación del Sector + Premio al Riesgo	<b>Resultado</b>
TMAR Capital Propio	<b>12.52%</b>

### 6.9.2. TMAR Global

Para el cálculo de la TMAR global mixta, se consideró el préstamo a la Instrucción financiera (Banco de Guayaquil) con un monto de \$11.962,67, que equivale a un 61,67% del dinero necesario para el inicio del proyecto, mientras que el valor restante es aportación propia con \$7.435,90 equivalente al 38,33%.

Cuadro 96. Calculo de la TMAR Global

FINANCIADO POR	APORTACIÓN	TMAR	PONDERACIÓN
CAPITAL PROPIO	38.33%	12.52%	4.80%
CRÉDITO BANCARIO	61.67%	11.83%	7.30%
<b>TMAR GLOBAL</b>			<b>12.09%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

Según los cálculos realizados la TMAR con la que se trabajará la evaluación del proyecto = 12.09%

### 6.10. Valor Presente Neto o Valor Actual Neto

Según Baca (2014), el Valor Actual Neto representa la suma de los flujos descontados en el presente, en donde se resta la inversión inicial, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero.

### 6.10.1. Cálculo del VAN

Para el cálculo del VAN, se considera la tasa que se obtuvo en la TMAR global que es 12.52%

Se determina que la ecuación siguiente es la que permite el cálculo de la suma de flujos descontados a la inversión inicial P.

$$VAN = -A + \frac{Q1}{(1+k)^1} + \frac{Q2}{(1+k)^2} + \frac{Q3}{(1+k)^3} + \frac{Q4}{(1+k)^4} + \frac{Q5}{(1+k)^5}$$

$$VAN = -7435.9 + \frac{3688.61}{(1+.1209)^1} + \frac{5668.84}{(1+0.1209)^2} + \frac{3848.18}{(1+0.1209)^3} + \frac{9907.47}{(1+0.1209)^4} + \frac{25604.44}{(1+0.1209)^5}$$

$$VAN = 23841.10$$

Cuadro 97. Calculo del VAN

TMAR	12.09%					
AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETOS DE FONDOS EN DÓLARES	-7,435.90	3,688.61	5,668.84	3,848.18	9,907.47	25,604.44
VALOR ACTUAL NETO	=VNA(B1;(C3:G3))+B3					
VALOR ACTUAL NETO	\$ 23,841.10					

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

## 6.11. Indicadores Financieros

### 6.11.1. Índice de capital propio:

Mide el porcentaje del total de activos que corresponde al capital propio de la empresa

$$\text{Indice de Capital propio} = \frac{\text{patrimonio}}{\text{activo contable}}$$

$$\text{Indice de Capital propio} = \frac{7435.9}{19398.57}$$

$$\text{Indice de capital propio} = 0.3833 \quad \text{es decir } 38.33\%$$

Se concluye que el 38.33% de los activos de la empresa pertenecen al capital propio.

### 6.11.2. Índice de pasivo y capital:

Es el porcentaje de las deudas con respecto al patrimonio de la empresa

$$\text{Pasivo a capital} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Capital contable}}$$

$$\text{Pasivo a capital} = \frac{11\,962.67}{19\,398.57}$$

$$\text{Pasivo a capital} = 0.6166 \quad \text{es decir } 61.66\%$$

Se determina que el 61.66% de las deudas es con respecto al patrimonio

### 6.11.3. Índice de activo fijo y patrimonio:

Calcula el porcentaje de las inversiones en bienes de capital con relación al patrimonio.

$$\text{Activo fijo a Patrimonio} = \frac{\text{Activo fijo neto}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Activo fijo a patrimonio} = \frac{7664.00}{19\,398.57}$$

$$\text{Activo fijo a patrimonio} = 0.3950 \text{ es decir } 39.5\%$$

El cálculo realizado nos permite identificar que 39.50% del patrimonio se encuentra en activos fijos.

#### **6.11.4. Rotación de la inversión:**

Determina el número de veces que la inversión ha girado en las ventas durante el año.

$$\text{Rotacion de la inversión} = \frac{\text{Ventas anuales}}{\text{Activos totales}}$$

$$\text{Rotacion de la inversión} = \frac{77400.6}{19398.57}$$

$$\text{Rotacion de la inversion} = 3.99$$

Se identifica que 3.99; es decir que la inversión ha girado ese número de veces

#### **6.11.5. Rendimiento de la inversión:**

Identifica la capacidad de la empresa para producir con los activos disponibles.

$$\text{Rendimiento de la inversion} = \frac{\text{Utilidad despues de impuestos}}{\text{activos totales}}$$

$$\text{Rendimiento de la inversion} = \frac{4087.96}{19398.57}$$

$$\text{Rendimeinto de la inversion} = 0.2107$$

Se determina que las utilidades del emprendimiento equivalen al 21.07% del valor de los activos totales de la misma.

#### **6.12. Tasa beneficio – costo**

El beneficio/costo propone la alternativa de evaluar económicamente al proyecto, en donde se relaciona el costo versus los beneficios, si la relación beneficio/costo es mayor o igual a 1, implica que los beneficios siempre serán mayor que los costos (Baca, 2014, p.2012).



Cuadro 98. Tasa beneficio – costo

AÑOS	INGRESOS	COSTOS	Coeficiente de actualización $(1 + i)^n$	Beneficio Actualizado (ingresos / coeficiente)	Costo Actualizado (egresos / coeficiente)
			i = TMAR = 12.09%		
0		7,435.90	1.0000000000000000	0.00	7,435.90
1	77,400.60	\$ 71,897.46	1.1209000000000000	69,052.19	64,142.61
2	80,169.39	\$ 72,686.02	1.2564168100000000	63,807.95	57,851.84
3	83,037.22	\$ 73,481.38	1.4083176023290000	58,962.00	52,176.71
4	86,007.64	\$ 73,542.97	1.578583200450580	54,484.07	46,587.96
5	89,084.32	\$ 74,356.24	1.769433909385050	50,346.23	42,022.62
				<b>296,652.44</b>	<b>270,217.64</b>
$RB/C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{Ingresos\ Totales}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{Egresos\ Totales}{(1+i)^t}}$					
R C/B=	\$ 1.10				
<b>Relación Costo Beneficio</b>				\$	1.10

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Israel Guamán

**Análisis:** Para el presente emprendimiento \$ 1.10 determina, que por cada dólar que invertido en el proyecto el mismo generará \$ 1.13 , siendo que por cada dólar recuperado de la inversión nos da \$ 0.10 de beneficio.

### 6.13. Periodo de recuperación de la inversión

Cuadro 99. Periodo de recuperación de la inversión

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$</b>	<b>7,435.90</b>
<b>Año</b>	<b>Flujo de Fondos</b>	<b>Flujo de Fondos Acumulado</b>
1	\$ 3,688.61	\$ 3,688.61
2	\$ 5,668.84	\$ 9,357.45
3	\$ 3,848.18	\$ 13,205.63
4	\$ 9,907.47	\$ 23,113.10
5	\$ 14,966.97	\$ 38,080.07
<b>CÁLCULO DEL PRI</b>		
<b>APLICACIÓN DE LA FÓRMULA</b>		
<b>PRI =</b>	$\frac{II - FAMI}{FAS} + AT$	
<b>PRI =</b>	$\frac{\$ 3,747.29}{\$ 5,668.84} + 1$	
<b>PRI =</b>	<b>1.661032213</b>	
<b>DETERMINEMOS CUÁNTO REPRESENTA ESTO EN AÑOS, MESES Y DÍAS</b>		
<b>Años transcurridos: un año</b>		
<i>año</i> 1 <b>Año = 1</b>		
<b>Meses transcurridos: siete</b>		
<b>Meses = 7.92</b> <b>Meses = 7.92</b>		
<b>DÍAS TRANSCURRIDOS: 28 DÍAS</b>		
<b>Días = 28</b> <b>Días = 28</b>		
<b>PRI = 1 año 7 meses 28 días</b>		

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Israel Guamán

El periodo de recuperación de la empresa “Eco Cartucheras”, es de 1 años, 7 meses y 28 días.

## 6.14. Tasa interna de negocio

La tasa interna de retorno constituye la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Cuadro 100. Tasa interna de negocio

TMAR	12.09%					
AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETOS DE FONDOS EN DÓLARES	-7,435.90	3,688.61	5,668.84	3,848.18	9,907.47	25,604.44
VALOR ACTUAL NETO	= TIR(B3:G3)					
VALOR ACTUAL NETO	73.77%					

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

**Análisis:** Al obtener una TIR del 73.7%, y en comparación con la TMAR del 12.09% es superior la TIR, lo que nos permite concluir que el proyecto es aceptable porque va a rendir un 61.68% más de lo mínimo de lo que se esperaba el mismo.

## 6.15. Análisis de sensibilidad

Cuadro 101. Análisis de sensibilidad

Detalle	SENSIBILIZACIÓN					
Escenarios	CONCEPTO	VARIACIÓN PORCENTUAL	VAN	TIR	PRI	RB/C
Escenario actual			\$ 23,841.10	73.77%	1.66	1.1
A: Optimista	Incremento de ingresos	Se simula un crecimiento de ingresos operacionales en un 10%, dadas las condiciones de reactivación económica	\$ 47,607.48	157.87%	0.7	1.21
B: Pesimista	Disminución de los ingresos operacionales	Se realiza una simulación en la que se pone como escenario de una disminución del 5% en los ingresos operacionales	\$ 11,957.92	40.34%	5.58	1.04

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Israel Guamán

Se determinó tres escenarios: El real cuyos datos se relacionan con la factibilidad del proyecto ya que se demuestra su rentabilidad, el escenario optimista en donde se obtiene una TIR de 157,87% y continua la factibilidad, en el escenario pesimista se obtuvo una TIR de 40,34%, sin embargo de tener una relación Beneficio/Costo baja de 1.04 el proyecto es atractivo

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1. Conclusiones

Las conclusiones se relacionan con el cumplimiento de los objetivos de la investigación, siendo los siguientes:

1. Para investigar la demanda se identificó el segmento de mercado al cual se va a distribuir el producto de forma directa, es decir a las librerías de la ciudad de Ambato, para lo cual se calculó la muestra, fueron 151 negocios a los que se visitó dando como resultado que la mayoría de los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato (72%) manifestaron que si estarían dispuestos a adquirir cartucheras elaboradas con tela de ropa usada-desechada, estos datos originaron que se obtenga la demanda futura, para el año 2017 corresponde 35800 SKU (docena de cartucheras), para los años siguientes se tomó en cuenta el crecimiento de la manufactura del 2,4%.
2. En relación a la oferta se obtuvo que son 18400 SKU (docena de cartucheras), este dato se utilizó para obtener la demanda insatisfecha, correspondiendo a 18400 SKU (docena de cartucheras), que se pueden colocar en el mercado de forma total, sin embargo la decisión del inversionista es realizar la producción del 20% de esta demanda, para el año 2017 es de 3.480 SKU (docenas de cartucheras).
3. Las necesidades de la población en el área educativa con el fin de colocar el producto, se determinó que manejaremos un precio de venta de \$22,24 el SKU (docena) cartucheras.
4. Respecto a los resultados del estudio económico se obtuvo que de las inversiones en activos fijos son en total \$5626.26, de este valor corresponde a la compra de maquinaria de \$1350, herramientas \$88.00, muebles y enseres \$ 645,00; equipos de cómputo \$2228.00 y equipo de oficina \$60.
5. Las inversiones totales del proyecto es de \$ 19398.57, de esta cantidad, el financiamiento corresponde a \$ 11.734,57 siendo el capital propio \$ 7.435,90, es decir el 38,33%.

6. El estudio financiero determinó que la TMAR es de 12,09% y la TIR es del 73,7% siendo superior por lo que el proyecto es rentable.

## **7.2. Recomendaciones**

Después del estudio realizado en el desarrollo del proyecto se puede recomendar los siguientes aspectos:

1. En el estudio de mercado se debe analizar de forma total los negocios que distribuyen al por menor útiles escolares, porque en aquellos negocios se puede ampliar la venta de las cartucheras.
2. En lo referente al estudio técnico se propone considerar ubicaciones de locales comerciales de distribución directa del producto, ya que servirá para exhibir los diferentes modelos a los clientes mayoristas.
3. En el proceso de producción de las cartucheras se recomienda paulatinamente incrementar la maquinaria, de forma que el producto tenga cada vez más opciones de innovar tanto los diseños como también los tamaños de las cartucheras.
4. Incrementar el capital social, este debe ser revisado de forma permanente para que la empresa pueda crecer económicamente.
5. Crear políticas de crédito a los clientes mayoristas y realizar segmentos de clientes para de acuerdo a esta clasificación brindar nuevos plazos de créditos.
6. Utilizar los resultados de este proyecto de emprendimiento para tomar decisiones en cuanto a utilizar mayor capacidad de producción.

## CAPITULO VIII

### REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Anton , S., & González , F. (2011). *Planificación territorial del turismo*. Barcelona : Eureka .
- Araujo, D. (2012). *Proyectos de Inversión. Análisis, formulación y evaluación práctica*. México: Trillas.
- Arbós, L. C. (2012). *Los Servicios. Gestión de los procesos de servicios*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=wZQf6ank7XwC&pg=PA489&dq=que+es+servicios&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjdI\\_f0tN\\_NAhUElh4KHSg7CLY4FBD0AQg2MAQ#v=onepage&q=que%20es%20servicios&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=wZQf6ank7XwC&pg=PA489&dq=que+es+servicios&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjdI_f0tN_NAhUElh4KHSg7CLY4FBD0AQg2MAQ#v=onepage&q=que%20es%20servicios&f=false)
- Baca, G. (2014). *Evaluación de proyectos*. México : Mc Graw.
- Banco Central del Ecuador . (2017). Obtenido de [https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo\\_pais](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais)
- Bernal, C. A. (2008). *Proceso Administrativo para las Organizaciones del siglo XXI*. México: Pearson Educación.
- Blas, M. P. (2014). *Diccionario de Administración y Finanzas*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=1463354940>
- Brunet et al. (2011). *Creación de Empresas. Emprendimiento e Innovación*. Bogotá: De la U.
- Bucheli, R. (1978). *Curso Básico de Mercadeo Agrícola*. México: Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=O84OAQAIAAJ&pg=PA11&dq=que+es+mercadeo&hl=es-419&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwiw-a7LmJnOAhXGbSYKHZOyBaUQ6AEIKDAA#v=onepage&q=que%20es%20mercadeo&f=false>
- Campuzano, S. (2016). *La Fórmula del Lujo*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=8416624690>
- Contreras, G. (2011). *Fundamentos, Paradigmas y Principios de Mercadeo*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=9587105966>
- Córdoba, M. (2013). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Ecoe.

- Corte, M. (2010). *Juegos para Adultos Mayores*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=607170362X>
- Del Campo, E. (2013). *Mercadotécnica*. Ambato : Editex.
- Farné et al. (2015). *Participación de los Adultos Mayores en las economías de mercado y del hogar*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=9587722639>
- Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=9977661855>
- Galán, J. (2014). *Diseño organizativo*. España : Paraninfo .
- García, A. (2011). *Productividad y Reducción de Costos*. México: Trillas.
- García, L. M. (2012). *Fundamentos de Administración*. México: Trillas.
- Gento, S. (2011). *Tratamiento Educativo de la Diversidad en Personas Mayores*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=8436262077>
- Giber, F. (2014). *Manual para prevención de caídas en personas mayores. Consejos para mejorar la calidad de vida*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=849427743X>
- Gil , M. (2010). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. España : Esic.
- Gil, A. (2010). *Tratado de Nutrición Composición y calidad nutritiva*. España: Médica Panamericana.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Ambato . (2016). *Trámites* . Obtenido de <http://www.ambato.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/Requisitos%20Tramites%20Balcon%2012%20feb%202016.pdf>
- González, F. (2013). *Creación de Empresas*. Madrid: Pirámide.
- Google Maps . (2017). *Ciudad de Ambato* . Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/Ambato/@-1.241011,-78.6437638,12z/data=!4m5!3m4!1s0x91d381a37fef551f:0x7a2dbc24d832161b!8m2!3d-1.2543408!4d-78.6228504>
- Google Maps . (2017). *Micro-localización* . Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/search/avenida+tres+juanese+/@-1.2442904,-78.6454955,14z>
- Hoyo, A. (2012). *El precio de mercado. Ejemplos de aplicación en el análisis histórico*. España : Universidad Cantabria .
- Instituto Nacional de Estadística y Censos . (2016). *Sistemas indicadores de la producción*. Obtenido de

file:///C:/Users/PC267/Downloads/PRESENTACION\_RESULTADOS\_IPI\_M\_OCTUBRE\_2016.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Ecuador en cifras* . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info6.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2012). *Encuesta de Información Ambiental Económica en Empresas* . Recuperado el 2016, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\\_Ambientales/Empresas\\_Privadas/Presentacion\\_Empresas.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Empresas_Privadas/Presentacion_Empresas.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/dos-de-cada-diez-hogares-clasifican-los-residuos-solidos/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2014). Recuperado el 2016, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\\_Ambientales/Hogares\\_2014/Documento\\_tecnico\\_Modulo\\_Ambiental\\_Hogares\\_2014.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Hogares_2014/Documento_tecnico_Modulo_Ambiental_Hogares_2014.pdf)

Instituto Tecnológico y Estudios Superiores de Monterrey. (2012). *Panorama del emprendimiento 2012*. París : OCDE.

Junta Nacional de Defensa del Artesano. (2014). *Calificación del Artesano*. Obtenido de <http://www.artesanos.gob.ec/?p=1676>

Labrada, A. (2012). *Modelo de Diseño Organizacional*. España: Export.

Lara, B. (2014). *Como elaborar proyectos de inversión paso a paso*. Quito: Oseas Espín.

Lesur, L. (2012). *Cuidado de los Adultos Mayores*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=607170961X>

Lledó, J. (2013). *Técnicas duras de management para tiempos de crisis*. Madrid: Ceu.

Marañón, F. (2013). *La Gestión de personas en los servicios no financieros*. Obtenido de

[https://books.google.com.ec/books?id=XJAoLg\\_vmgsC&pg=PA85&dq=que+es+servicios&hl=es-](https://books.google.com.ec/books?id=XJAoLg_vmgsC&pg=PA85&dq=que+es+servicios&hl=es-)

[419&sa=X&ved=0ahUKEwic0Z7ctt\\_NAhWEbB4KHUioBOc4MhDoAQhMMAg#v=onepage&q=que%20es%20servicios&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=XJAoLg_vmgsC&pg=PA85&dq=que+es+servicios&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwic0Z7ctt_NAhWEbB4KHUioBOc4MhDoAQhMMAg#v=onepage&q=que%20es%20servicios&f=false)



- Mestres, R. R. (2004). *Productos lácteos: Tecnología*.
- Meza, J. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=9586488543>
- Munch, L. (2007). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Muncharaz, M. (2013). *Proyecto y diseño de áreas verdes*. España: Mundi-prensa.
- Nassir, S. e. (2014). *Preparación y Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Núñez, S. (2013). *Gestión del color en el proceso fotográfico. ARGP0110*. Málaga: Ic .
- Pablos, C. d. (2012). *Organización y Transformación de los sistemas de información*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=8473568141>
- Pérez, J. (2013). *El análisis de inversiones en la empresa*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=8473569369>
- Preciado et al. (2011). *Modelo de Atención para el cuidado de Adultos Mayores institucionalizados desde Trabajo Social*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=1617641332>
- Py, P. (2003). *Métodos y Técnicas para gestionar clientes*. Barcelona: Gestión 2000.
- Saenz, J. (2011). *Educación y Aprendizaje en las personas mayores*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=849982966X>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1801\\_AMBATO\\_TUNGURAHUA.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1801_AMBATO_TUNGURAHUA.pdf)
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2016). *Plan Nacional del Buen Vivir*.
- Sendra, J. (2010). *Atención y apoyo psicosocial domiciliario*. España: Ideas propias.
- Serra, J. A. (2005). *Leche, lácteos y salud*. España: Médica Panamericana.
- Servicio de Rentas Internas . (2015). *SRI*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=los+artesanos+en+ecuador+necesita+tener+en+el+SRI+ecuador>
- Servicio de Rentas Internas. (2016). *Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/depreciacion-acelerada-de-activos-fijos>

- Sistema Nacional de Información, 2. (2014). Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1801\\_AMBATO\\_TUNGURAHUA.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1801_AMBATO_TUNGURAHUA.pdf)
- Stephen, R., & Mary, C. (2010). *Administración*. México: Prentice Hall.
- Tejada, B. (2007). *Administración de Servicios de Alimentación, Calidad, Nutrición, productividad y beneficios*. Colombia: Universitaria de Antiquia.
- Villaseca, D. (2014). *Innovación y Marketing de Servicios en la era digital*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=8415986505>
- Vogele, S. (2003). *Marketing directo*. España: Madrid.
- Zamudio, L. (2014). *Introducción al estudio de las organizaciones internacionales gubernamentales*. España : Cide .

## CAPITULO IX

### ANEXOS



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

Anexo 1. Demanda: dirigido a los propietarios de las librerías de la ciudad de Ambato

Marque con una X en el casillero correspondiente la respuesta que considere adecuada

### DATOS GENERALES:

Nombre del establecimiento \_\_\_\_\_

12. Tiempo de permanencia en este negocio:

1 año\_\_                      2 años\_\_                      3 o más años\_\_

13. ¿Cuál es el producto que usted vende con mayor frecuencia?

Útiles escolares

Útiles de oficina

Suministros de computación

Libros

14. ¿En qué producto invierte más?

Útiles escolares y Útiles de oficina

Útiles escolares y Libros

Suministros de computación y Libros

Útiles de oficina y suministros de computación

15. ¿Qué volumen de ventas es el que tiene en este periodo:? Indicar el volumen en unidades o valor monetario.

Volumen Monetario		
Útiles escolares	\$50.00 – \$80.00	
	\$81.00 - \$100.00	
	\$101.00 - \$200.00	
	De \$201.00 a \$500.00	
Útiles de oficina	\$50.00 – \$80.00	
	\$81.00 - \$100.00	
	\$101.00 - \$200.00	
	De \$201.00 a \$500.00	
Suministros de computación	\$50.00 – \$80.00	
	\$81.00 - \$100.00	
	\$101.00 - \$200.00	
	De \$201.00 a \$500.00	
Libros	\$50.00 – \$80.00	
	\$81.00 - \$100.00	
	\$101.00 - \$200.00	
	De \$201.00 a \$500.00	

16. ¿Qué tipo de cartuchera tiene de venta en su negocio?

- Plástico
- Tela
- Otras, especifique cuál?

17. ¿Cuántas unidades compra usted, de este producto al mes?

- 50 uni
- 100 uni
- 200 uni

18. ¿Cuánto le cuesta a usted por unidad este producto?

- \$1.00 dólar
- \$2.00 dólar
- \$3.00 dólar

19. ¿Con que frecuencia compra usted estas cartucheras?

- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

20. ¿Por favor indique cuáles son sus proveedores?

- Bic
- Mikather Marceci
- Imar Plastiuniversal
- Importadora Regalado
- Otros

21. ¿Estos proveedores son de que ciudad?

- Quito
- Guayaquil
- Ambato
- Otras, especifique cuál?

22. ¿Estaría dispuesto a adquirir un modelo de cartucheras de tela de ropa usada-desechada?

- Si
- No



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

Anexo 2. Demanda: dirigido a la población económicamente activa de la ciudad de Ambato

Marque con una X en el casillero correspondiente la respuesta que considere adecuada  
DATOS GENERALES:

Nombre del encuestado      Género: Masculino\_\_ Femenino\_\_      Edad\_\_

1. ¿Cuál es el tipo de cartuchera que generalmente adquiere?

Plástico     

Tela     

Otras, especifique cuál?     

2. ¿Cuánto paga por este producto?

\$2.00     

\$4.00     

\$6.00     

3. ¿Tiempo en el que adquiere la cartuchera?

Mensualmente     

Semestralmente     

Anual

4. ¿Le gustaría comprar una cartuchera elaborada con tela de ropa usada-desechada?

Si

No

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por esta cartuchera elaborada con tela de ropa usada-desechada?

\$3.00-\$3.50

\$4.00-\$4.50

\$5.00-\$5.50

6. ¿Cuál es la librería en donde regularmente realiza sus compras?

Librería ABC

Librería La Tranca

Librería Copi manías

Librería Mi Sabiduría

Librería Punto Clave

Distribuidora Víctor Hugo Caicedo

Otras, especifique cuál?

7. ¿Dónde observa la publicidad?

Televisión

Prensa escrita

Redes sociales



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

Anexo 3. Oferta: dirigido a los fabricantes de cartucheras de la ciudad de Ambato

Marque con una X en el casillero correspondiente la respuesta que considere adecuada

DATOS GENERALES:

Nombre del establecimiento \_\_\_\_\_

11. Tiempo de permanencia en este negocio:

1 año\_\_                      2 años\_\_                      3 o más años\_\_

12. ¿Qué tipo de cartucheras hace?

Plástico

Tela

Otras, especifique cuál?

13. ¿Qué medidas tienen sus cartucheras?

22 cm x 10 cm

22 cm x 12 cm

Otras, especifique cuál?

14. ¿Cuál es el precio de venta por unidad de estos productos?

Medidas	Precio
22 cm x 10 cm	
22 cm x 12 cm	
Otras, especifique cuál?	



15. ¿Para la elaboración de su producto donde compra la materia prima?

- Quito
- Guayaquil
- Cuenca
- Otras, especifique cuál?

16. ¿Usted realiza los diseños (dibujos) de la cartuchera:?

- Estampado
- Pinturas
- Diseño de tela
- Sublimado

17. ¿Sus ventas la realiza:?

- Al por mayor
- Al por menor

18. ¿Cuál es el volumen de venta mensual de las cartucheras?

- 50 a 100 unidades
- 101 a 200 unidades
- 201 a 400 unidades
- 401 a 600 unidades
- Otras, especifique cuál?

19. ¿Cuáles son sus principales clientes?

- Librerías de otras ciudades de la Provincia de Tungurahua
- Público en general del Cantón Ambato
- Librerías de la Ciudad de Ambato

20. ¿Cuál es el mes de mayor venta de su producto? Por favor subraye el mes

Enero Febrero Marzo Abril Mayo Junio Julio Agosto Septiembre  
Octubre Noviembre Diciembre