



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Tesis de Grado, previa la  
obtención del Título de Ingeniera  
en Gestión Empresarial**

**TEMA DE TESIS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE TEJIDOS MANUFACTURADOS A CROCHET EN EL  
CANTÓN QUINSALOMA, AÑO 2015.**

**AUTOR:**

**MARITZA JIMENA ANGULO MUÑOZ.**

**DIRECTOR DE TESIS**

**ING. CARLOS VILLACÍS LAÍNEZ Msc.**

**QUEVEDO - LOS RÍOS - ECUADOR**

**2015**

## **DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo MARITZA JIMENA ANGULO MUÑOZ, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi auditoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

---

MARITZA JIMENA ANGULO MUÑOZ

## **CERTIFICACIÓN**

Suscrito, Ing. Carlos Villacís Laínez docente de la Universidad Técnica Estatal Quevedo, certifico que la egresada Angulo Muñoz Maritza Jimena, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniería en Gestión Empresarial, titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEJIDOS MANUFACTURADOS A CROCHET EN EL CANTÓN QUINSALOMA AÑO 2015”**.

Bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

---

**ING. CARLOS VILLACÍS LAÍNEZ**  
**DIRECTOR DE TESIS**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TEMA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE TEJIDOS MANUFACTURADOS A CROCHET EN EL CANTÓN  
QUINSALOMA, AÑO 2015**

Presentado a la comisión académica de la facultad Ciencias  
Empresariales, como requisito previo a la obtención del Título de:  
Ingeniería en Gestión Empresarial.

**Aprobado:**

---

**Carreño Rodríguez Washington Villamil, ING; M.S.c;**  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS**

---

**Pinto Cotto Bautista Rafael, LIC; M.S.c;**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS**

---

**Rendón Guerra Gina del Pilar, ING; M.S.c;**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS**

**QUEVEDO - LOS RÍOS – ECUADOR**

**2015**

## **AGRADECIMIENTO**

La autora deja constancia de su agradecimiento.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por abrirme sus puertas y permitirme crecer profesionalmente.

A las autoridades de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Al Lcdo. Edgar Pastrano Quintana. MSc. Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Al Ing. Carlos Villacís Laínez Director de tesis por el apoyo brindado en el desarrollo de la investigación.

A cada uno de los docentes que durante la carrera brindaron de forma desinteresada sus conocimientos para nuestra formación profesional.

A mi familia por sus sabios consejos y apoyo continuo que hicieron posible realizar uno de mis objetivos.

## **DEDICATORIA**

La elaboración del trabajo de investigación lo dedico a Dios, por darme la capacidad y sabiduría para lograr mis metas propuestas.

A mi madre Sra. Gladys Muñoz, a mi padre Segundo Angulo por siempre apoyarme, por sus consejos que me motivaron que con perseverancia y esfuerzo constante, han sido las bases para lograr los objetivos.

A mi esposo Vinicio Gordillo, a mi hijo Joandry Gordillo que me animaron y apoyaron en días difíciles, y me enseñaron a superar los obstáculos y seguir adelante para llegar a concluir una etapa más de mi vida.

A mis demás familiares y amigos que de una o de otra manera colaboraron para culminar el proyecto de investigación.

## INDICE GENERAL

<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
Portada .....	i
Declaración de auditoria .....	ii
Certificación .....	iii
Tribunal de tesis .....	iv
Agradecimiento .....	v
Dedicatoria.....	vi
Índice general .....	vii
Índice de cuadros .....	xiii
Índice de gráficos .....	xv
Resumen ejecutivo .....	xvi
Summary .....	xvii
Esquema de codificación .....	xviii
<b>CAPITULO I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Introducción .....	2
1.2. Problematización .....	3
1.2.1. Problematización .....	3
1.2.2. Diagnóstico .....	3
1.2.3 Formulación del problema .....	3
1.2.4 Sistematización del problema .....	3
1.3. Justificación .....	4
1.4. Objetivos .....	5
1.4.1 Objetivo general.....	5
1.4.2. Objetivos específicos .....	5
1.5. Hipótesis .....	6
1.5.1. Hipótesis general .....	6
1.5.2. Variables:.....	6
1.5.3 Hipótesis específicas .....	6
<b>CAPITULO II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>7</b>
2.1 Fundamentación teórica .....	8
2.1.1 Factibilidad.....	8

2.1.2	Objetivos de un estudio de factibilidad.....	8
2.1.3	Tipos de estudio de factibilidad.....	8
2.1.3.1	Factibilidad comercial .....	8
2.1.3.2	Factibilidad humana u operativa .....	9
2.1.3.3	Factibilidad técnica o tecnológica .....	9
2.1.3.4	Factibilidad Biológica O Ecológica .....	9
2.1.3.5	Factibilidad organizacional.....	9
2.1.3.6	Factibilidad legal .....	10
2.1.3.7	Factibilidad política .....	10
2.1.3.8	Factibilidad de tiempo .....	10
2.1.3	Historia del tejido .....	10
2.1.3.1	Hilo para tejer.....	11
2.1.3.2	Marcador de puntos .....	11
2.1.3.3	Crochet .....	12
2.1.3.4	Tejido .....	12
2.1.4	Microempresa .....	12
2.1.4.1	Características de microempresa .....	12
2.1.4.2	Clasificación de la microempresa .....	12
2.1.4.2.1	Industriales o de transformación .....	12
2.1.4.2.2	Comerciales.....	13
2.1.4.2.3	Servicios .....	13
2.1.4.3	Fuentes de financiamiento de la microempresa.....	13
2.1.5	Estudio de mercado .....	13
2.1.5.1	Producto .....	14
2.1.5.2	Oferta.....	14
2.1.5.3	Demanda .....	15
2.1.5.4	Demanda potencial insatisfecha .....	16
2.1.6	Métodos de proyección .....	17
2.1.7	Técnicas e instrumentos de recolección de la información .....	17
2.1. 7.1	Muestreo.....	18
2. 1.7.2	Precio .....	18
2.1.7.3	Promoción.....	19
2.1.7.4	Comercialización del producto.....	19

2.1.8	Estudio técnico.....	20
2.1.8.1	Objetivo del estudio técnico .....	20
2.1.8.2	Tamaño óptimo del proyecto .....	21
2.1.8.3	Localización óptima del proyecto .....	21
2.1.8.4	Ingeniería del proyecto .....	21
2.1.8.5	Proceso de producción .....	22
2.1.9	Factores relevantes que determinan de equipo y maquinaria .....	23
2.1.9.1	Distribución de la planta .....	23
2.1.10	Organización del recurso humano y organigrama general de la empresa.....	24
2.1.10.1	Marco legal de la empresa .....	24
2.1.11	Estudio económico.....	25
2.1.11.1	Inversión .....	25
2.1.11.2	Objetivos del estudio económico .....	25
2.1.11.3	Costo .....	26
2.1.11.3.1	Costo de producción .....	26
2.1.11.3.2	Costos de administración.....	27
2.1.11.3.3	Costos de venta .....	27
2.1.11.3.4	Costos financieros .....	27
2.1.11.4	Inversión total inicial: fija y diferida.....	28
2.1.12	Estudio financiero .....	28
2.1.12.1	Depreciación .....	28
2.1.12.2	Presupuesto.....	29
2.1.12.3	Capital de trabajo .....	29
2.1.12.4	Estado de pérdidas y ganancias.....	29
2.1.12.5	Costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento.....	29
2.1.12.6	Balance general .....	30
2.1.12.7	Evaluación económica .....	30
2.1.12.8	Valor presente neto (VPN).....	31
2.1.12.9	Tasa interna de retorno (TIR).....	31
2.1.12.10	Para hallar el van y tir .....	31
2.1.12.11	Para hallar el TIR .....	31
2.1.13	Fundamentación conceptual .....	32

2.2	Fundamentación conceptual.....	32
2.2.1	Tejidos a crochet.....	32
2.2.2	Procedimientos.....	32
2.2.3	Propósito.....	32
2.2.4	Las agujas crochet.....	33
2.2.5	El hilo o lana.....	33
2.2.6	Marcadores de puntos.....	33
2.3	Fundamentación legal.....	34
2.3.1	Pasos para crear una microempresa en el Ecuador.....	34
2.3.2	Reserva un nombre.....	34
2.3.3	Apertura de cuenta de una institución financiera .....	34
2.3.4	Escritura pública de constitución .....	34
2.3.5	Aprueba los estatutos .....	34
2.3.6	Publica en un diario .....	35
2.3.7	Aplicación de las resoluciones emitidas por la superintendencia de compañías. ....	35
2.3.8	Inscripción en el registro mercantil.....	35
2.3.9	Legalización de la directiva .....	35
2.3.10	Informar a la superintendencia de compañías .....	35
2.3.11	Obtención de la patente municipal .....	35
2.3.12	Obtención del registro único de contribuyentes .....	36
2.3.13	Ubicación de la matriz y establecimiento, se presentara cualquiera de los siguientes requisitos .....	36
<b>CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>		<b>37</b>
3.1.	Materiales y métodos .....	38
3.1.1	Localización de la investigación.....	38
3.1.2	Materiales.....	38
3.1.3	Métodos de investigación.....	38
3.1.3.1	Método Inductivo-Deductivo.....	38
3.1.3.2	Analítico-Sintético.....	39
3.1.3.3	Lógico-Histórico.....	39
3.2.	Tipos de investigación.....	39

3.2.1	Investigación de Campo.....	39
3.3	Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	39
3.3.1	Fuentes de información.....	39
3.3.2	Observación.....	39
3.3.3	Entrevista.....	40
3.3.4	Encuesta.....	40
3.3.5	Internet.....	40
3.3.6	Revista.....	40
3.3.7	Libros... ..	40
3.4	Población y muestra.....	41
3.4.1	Tamaño de la muestra.....	41
3.4.2	Cálculo del tamaño de la muestra.....	41
	<b>CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>43</b>
4.1	Resultados discusión.....	44
4.1.1	Resultados.....	44
4.1.1.2	Investigación de campo.....	44
4.1.2	Estudio de la oferta y demanda.....	57
4.1.2.1	Demanda proyectada.....	58
4.1.2.2	Análisis de la oferta.....	58
4.1.3	Identificación del producto.....	60
4.1.3.1	Materiales para la elaboración de productos tejidos a crochet.....	60
4.1.4	Análisis de la macro segmentación.....	63
4.1.4.1	Análisis del micro segmentación.....	63
4.1.4.2	Nombre de la empresa .....	64
4.1.4.3	Diseño de logotipo.....	64
4.1.4.4	Eslogan.....	64
4.1.4.5	Diseño de empaque.....	64
4.1.5.	Diseños de las cuatro p.....	64
4.1.5.1	Productos.....	64
4.1.5.2	Precio.....	65
4.1.5.3	Distribución.....	65
4.1.5.4	Promoción.....	66
4.1.5.5	Publicidad.....	66

4.1.6	Estudio técnico.....	67
4.1.6.1	Localización.....	67
4.1.6.2	Macro localización.....	67
4.1.6.3	Micro localización.....	68
4.1.6.4	Tamaño del proyecto .....	68
4.1.6.5.	Flujo grama de elaboración y comercialización de los productos tejidos a crochet. ....	69
4.1.6.6.	Requerimiento del proyecto .....	70
5.1.4.	Presupuesto del proyecto .....	73
4.1.6.7	Inversión inicial .....	75
4.1.6.8	Organigrama estructural de la microempresa .....	75
4.1.6.9	Visión .....	76
4.1.6.10	Misión .....	77
4.1.7	Estudio económico financiero .....	77
4.1.7.1	Presupuesto.....	77
4.1.7.2	Activos fijos.....	77
4.1.7.3	Activos intangibles .....	79
4.1.7.4	Capital de trabajo.....	80
4.1.7.5	Estado de pérdidas y ganancias proyectado .....	82
4.1. 7.6	Flujo de caja proyectado .....	83
4.1.8	Van y tir.....	84
<b>4.1.9</b>	<b>Indicadores de evaluación económica.....</b>	<b>85</b>
<b>CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>		<b>86</b>
5.1	Conclusiones .....	87
5.2	Recomendaciones .....	88
<b>CAPITULO VI. BIBLIOGRAFÍA .....</b>		<b>89</b>
6.1	Bibliografía .....	91
6.1.2	Linkografía .....	92
<b>CAPITULO VII. ANEXOS .....</b>		<b>93</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro</b>		<b>Pág.</b>
1.	Edad de los encuestados.....	44
2.	Sexo del encuestado .....	45
3.	Ocupación del encuestado .....	46
4.	Ingreso aproximado .....	47
5.	Usted compra productos tejidos a crochet.....	48
6.	Frecuencia de compra .....	49
7.	Forma que adquiere el producto .....	50
8.	Compra del producto .....	51
9.	Frecuencias de compra .....	52
10.	Productos que compraría en la nueva microempresa.....	53
11.	Pago del producto.....	54
12.	Medios de comunicación usted prefiere para que el producto se dé a conocer .....	55
13.	Que es lo primero que toma en cuenta al comprar el producto .....	56
14.	Demanda actual en el Cantón Quinsaloma .....	57
15.	Demanda del producto.....	57
16.	Demanda proyectada .....	58
17.	Número de productos ofertados .....	59
18.	Oferta proyectada por productos .....	59
19.	Demanda insatisfecha .....	60
20.	Cartera 1.....	60
21.	Cartera 2.....	61
22.	Cartera 3.....	61
23.	Billetera 4.....	61
24.	Billetera 5.....	61
25.	Billetera 6.....	61
26.	Gorra 7.....	62
27.	Gorra 8.....	62
28.	Tapete 9.....	62
29.	Blusa 10.....	62

30.	Blusa 11 .....	62
31.	Tapete 12.....	63
32.	Segmentación de mercado .....	63
33.	Indicando el precio de cada producto .....	65
34.	Capacidad a instalarse en la elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet .....	68
35.	Mano de obra .....	70
36.	Máquina .....	70
37.	Muebles y enseres.....	70
38.	Equipo de oficina .....	71
39.	Suministro de oficina.....	71
40.	Insumos de limpieza .....	72
41.	Requerimiento de servicios básicos.....	72
42.	Adecuación del local .....	72
43.	Gastos de venta.....	73
44.	Activos fijos.....	73
45.	Activos intangibles .....	73
46.	Capital de trabajo .....	74
47.	Presupuesto inversión inicial.....	74
48.	Financiamiento.....	75
49.	Inversión activos fijos.....	75
50.	Depreciación activos fijos .....	78
51.	Activos intangibles .....	79
52.	Capital de trabajo.....	80
53.	De presupuesto total .....	80
54.	Costo de producción .....	81
55.	Proyección anual de los costos de producción de los tejidos a crochet.....	81
56.	Ingresos de ventas proyectadas .....	82
57.	Estado de pérdidas y ganancias proyectado .....	82
58.	Flujo de caja proyectado.....	83
59.	Evaluación financiera del proyecto .....	84
60.	Costo de producción .....	100

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico</b>		<b>Pág.</b>
1.	Edad de los encuestados.....	44
2.	Sexo del encuestado .....	45
3.	Ocupación del encuestado .....	46
4.	Ingreso aproximado .....	47
5.	Usted compra productos tejidos a crochet.....	48
6.	Frecuencia de compra .....	49
7.	Forma que adquiere el producto .....	50
8.	Compra del producto .....	51
9.	Frecuencias de compra .....	52
10.	Productos que compraría en la nueva microempresa.....	53
11.	Pago del producto.....	54
12.	Medios de comunicación usted prefiere para que el producto se dé a conocer .....	55
13.	Que es lo primero que toma en cuenta al comprar el producto .....	56
14.	Demanda actual del producto.....	57
15.	Demanda proyectada.....	58
16.	Oferta proyectada.....	59
17.	Mapa de la Provincia de Los Ríos .....	67
15.	Mapa del cantón Quinsaloma .....	68

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación busca evaluar la factibilidad para creación de una microempresa de elaboración y comercialización de tejidos manufacturadas a crochet, cuyo producto está dirigido para hombres y mujeres de 15 años en adelante del Cantón Quinsaloma, lo cual se obtuvo información importante para conocer las preferencias de los consumidores sobre los productos tejidos a crochet, y de esta forma poder satisfacer las necesidades del cliente, además generar fuentes de empleo logrando así el desarrollo socio económico del cantón.

Según los cálculos la microempresa venderá en el año un valor 119.760,00 y según las proyecciones para el cuarto año venderá 138.637,00 en el quinto año venderán 145.569,00 además se estima un costo de 69.465,00 para el primer año, y quinto año con un valor 84.435,14.

La inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto es necesario contar con una inversión de 17.254,28.

Lo cual el 59% será capital propio el 41% será financiado a través del banco de fomento.

La investigación refleja resultados positivos en los estudios de mercado técnico económico y financiero además en la tasa interna de retorno TIR es positivo con un porcentaje del 51%, el valor actual neto genera un valor de 20.637,32 y un beneficio costo que indica un valor \$ 2,20, lo cual significa que por cada \$ dólar invertido obtendrá \$ 1,20.

## SUMMARY

This research project aims to assess the feasibility of creating a micro processing and marketing of manufactured crocheted fabrics whose product was intended for men and women 15 and older Canton Quinsaloma which important information was obtained to know the preferences of consumers on tissues crochet products and thus to meet customer needs in terms of product quality also generate jobs and achieving socio-economic development of the canton.

According to calculations microenterprise sold in the year 119760,00 and value projected for the fourth year sold 138.637,00 in the fifth year it sold 145.569,00 plus a cost of 69.465,00 for the first year is estimated, and fifth year with a value 84.435,14.

The initial investment required for the implementation of the project needed an investment of 17.254,28

Which will own 51% equity 49% will be financed through Banks building?

Research shows positive results in studies of economic technical financial market and also in the internal rate of return IRR is positive with a percentage of 43%, the net present value generates a value of 20.637,32 and a benefit cost indicating a value \$ 2,20, which means that for every dollar invested will get \$ 1,20 cents during the recovery period.

## ESQUEMA DE CODIFICACIÓN

<b>1</b>	<b>Título/ Title</b>	<b>M</b>	Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet 2015
<b>2</b>	<b>Creador/ Author</b>	<b>M</b>	Maritza Jimena Angulo Muñoz Universidad Técnica Estatal de Quevedo
<b>3</b>	<b>Materia/Subjet</b>	<b>M</b>	Ciencias Empresariales, Ingeniería en Gestión Empresarial
<b>4</b>	<b>Descripción/ Description</b>	<b>M</b>	El trabajo de investigación se realizó en el Cantón Quinsaloma Provincia de los Ríos, Con el objetivo de Realizar un Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet
<b>5</b>	<b>Editor/ Publisher</b>	<b>M</b>	Facultad Ciencias Empresariales Carrera Gestión Empresarial
<b>6</b>	<b>Colaborador/ Contributor</b>	<b>O</b>	Ing. Carlos Villacís Laínez
<b>7</b>	<b>Fecha/ Date</b>	<b>M</b>	
<b>8</b>	<b>Tipo/ Tipe</b>	<b>M</b>	Tesis de Grado; Artículo
<b>9</b>	<b>Formato/ Format</b>	<b>R</b>	Documento de Word; pdf; Excel
<b>10</b>	<b>Identificador/ Identifier</b>	<b>M</b>	<a href="http://biblioteca.UTEQ">http //biblioteca. UTEQ.</a>
<b>11</b>	<b>Fuente/ Sourse</b>	<b>O</b>	
<b>12</b>	<b>Lenguaje/ Languaje</b>	<b>M</b>	Español
<b>13</b>	<b>Relación/ Relación</b>	<b>O</b>	Ninguno
<b>14</b>	<b>Cobertura/ Coverage</b>	<b>O</b>	Cantón Quinsaloma
<b>15</b>	<b>Derechos/ Rights</b>	<b>M</b>	Ninguno
<b>16</b>	<b>Audiencia/ Audience</b>	<b>O</b>	Trabajo de investigación/ Gestión Empresarial

**CAPITULO I**  
**MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## 1.1 INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación es Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet, que no solo se lo hace para proveer los productos tejidos a crochet sino también a que muchas personas aprendan a elaborarlo y conozcan la diversidad de productos que se puede realizar en tejidos y de esta forma satisfacer las necesidades de la demanda ofreciendo productos de calidad a precios accesibles.

Muchos productos tejidos son incluso para usarlo como prenda de vestir otros como adornos para el hogar y accesorios que complementa la vestimenta.

A continuación los siguientes capítulos de la investigación:

El capítulo I muestra el Marco contextual de la investigación que consta el diagnóstico, formulación del problema, además también la justificación, los objetivos general y específicos e hipótesis con sus variables.

El capítulo II indica el Marco teórico de la presente investigación, donde recopilan conceptos sobre la factibilidad, y concepto de cada estudio como son estudio de mercado técnico económico y financiero.

El capítulo III expone la Metodología de la investigación, que comprende el método deductivo, inductivo, analítico y sintético; las técnicas e instrumentos de investigación como la encuesta, observación y entrevista.

El capítulo IV muestra los resultados de la investigación y la elaboración del estudio de mercado como oferta y demanda y sus proyecciones estudio técnico, organigrama de la microempresa, presupuesto del proyecto, estado de pérdidas y ganancias, flujo de caja, el VAN, TIR, B/C.

En el capítulo V las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizadas. El capítulo VI comprende de la bibliografía; y finalmente el capítulo VII con los anexos necesarios para la presente investigación.

## **1.2. PROBLEMATIZACIÓN**

### **1.2.1. Problematización:**

### **1.2.2. Diagnóstico**

En el cantón Quinsaloma hay escasez de microempresas de elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet, por lo tanto no existe una gran variedad de diseños que llame la atención para adquirir el producto, y sobre todo un lugar donde las personas aprendan a elaborar por medio de un crochet una obra maravillosa que pueda ser adorno para el hogar, o incluso para usar como prenda de vestir.

En un mercado es importante dar a conocer las diversas variedades que se puede hacer ya que la demanda es insatisfecha porque la oferta es limitada para muchas personas que les atrae los tejidos.

Después de conocer la situación actual en el cantón es pertinente realizar un estudio de factibilidad ofertando varias opciones y de esta forma se pueda determinar la viabilidad de dicho negocio.

### **1.2.3 Formulación del problema**

¿Cómo se determinaría la factibilidad para la creación una microempresa de elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet en el centro del cantón Quinsaloma?

### **1.2.4 Sistematización del problema**

¿Cómo realizar un estudio de mercado que indique si existe demanda para la realización del proyecto?

¿Cómo influye el estudio técnico en la aplicación del tamaño del proyecto, localización y administrativos?

¿Cómo un estudio económico y financiero influye en la rentabilidad del negocio y crecimiento del mismo?

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

Una vez analizado el problema se justifica crear una microempresa de elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet, en productos de distintos colores y variadas tendencias, y que se diferencie de las demás por no contar con características como la diversidad de diseños, para que incursione en el mercado, ofreciendo un producto de calidad elaborado con hilo para tejido a crochet acorde a las necesidades del cliente para todos los gustos y preferencias.

El presente proyecto es importante para el desarrollo del cantón contribuyendo mediante la generación de empleo, ya que se pretende ofrecer cursos para que todos quienes deseen aprender y emprender su negocio, empiecen a elaborar muchas cosas no solo para el hogar si no para usarlo como prenda de vestir, la idea es de crear una obra maravillosa y sobre todo novedosa que llame la atención.

Para implementar la microempresa se debe analizar la oferta y la demanda que se puede conocer a través de un estudio de mercado, y de esta manera se pueda establecer un estudio técnico, económico y financiero para así determinar si es factible o no llevar el proyecto en marcha, para que incursione en el mercado de manera exitosa.

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar la factibilidad de un proyecto para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet en el cantón Quinsaloma.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado de los tejidos manufacturados a crochet a fin de saber las preferencias del consumidor.
- Establecer el tamaño del proyecto, localización y aspectos administrativos a través del estudio técnico.
- Evaluar un estudio económico y financiero para la rentabilidad de la microempresa de elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet.

## **1.5. HIPÓTESIS**

### **1.5.1. Hipótesis general**

Un estudio de factibilidad demostrará que el proyecto de creación de una microempresa de elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet en el Cantón Quinsaloma es viable.

### **1.5.2. Variables:**

#### **Independiente**

Un estudio de factibilidad

#### **Dependiente**

Creación de una microempresa de elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet en el Cantón Quinsaloma es viable.

### **1.5.3 Hipótesis específicas**

- Un estudio de mercado determina las preferencias de los consumidores sobre los tejidos manufacturados a crochet.
- Un estudio técnico determina el tamaño del proyecto, localización, y aspectos administrativos.
- El estudio económico financiero permite la rentabilidad de la microempresa de elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet.

**CAPITULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

## **2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.1.1. Factibilidad**

**(Blanco M, 2012)** El estudio de factibilidad es un trabajo inteligente en el que concurren talentos diferentes especializados en las más diversas áreas según su magnitud y complejidad, lo que supone altos costos y tiempo suficiente para su realización.

Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

### **2.1.2. Objetivos de un estudio de factibilidad.**

**(Oroszo Jonny de Jesús, 2010)** La investigación de factibilidad en un proyecto que consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos.

### **2.1.3. Tipos de estudio de factibilidad**

#### **2.1.3.1. Factibilidad comercial**

**(Blanco M, 2012)** Proporciona un mercado de clientes dispuestos a adquirir y utilizar los productos y servicios obtenidos del proyecto desarrollado. Así mismo, indica si existen las líneas de obtención, distribución y comercialización del producto del sistema y de no ser así indica que es posible crear o abrir esas líneas para hacer llegar las mercancías o los servicios a los clientes que así lo desean.

### **2.1.3.2. Factibilidad humana u operativa**

**(Blanco M, 2012)** Se refiere a que debe existir el personal capacitado requerido para llevar a cabo el proyecto y así mismo, deben existir usuarios finales dispuestos a emplear los productos o servicios generados por el proyecto o sistema desarrollado.

### **2.1.3.3. Factibilidad técnica o tecnológica**

**(Blanco M, 2012)** Indica si se dispone de los conocimientos y habilidades en el manejo métodos, procedimientos y funciones requeridas para el desarrollo e implantación del proyecto. Además indica si se dispone del equipo y herramientas para llevarlo a cabo, de no ser así, si existe la posibilidad de generarlos o crearlos en el tiempo requerido por el proyecto.

### **2.1.3.4. Factibilidad Biológica O Ecológica**

**(Blanco M, 2012)** En ella se pide que se respete la vida de los seres vivos, evitando sobreexplotación o mal uso de los recursos para mantener un equilibrio entre los ecosistemas y su medio ambiente. Esta factibilidad ha sido la más ignorada por los seres humanos desde la antigüedad.

### **2.1.3.5. Factibilidad organizacional**

**(Blanco M, 2012)** Determina si existe una estructura funcional y/o divisional de tipo formal o informal que apoyen y faciliten las relaciones entre personal, sean empleados o gerentes, de tal manera que provoquen un mejor aprovechamiento de los recursos especializados y una mayor eficiencia y coordinación entre los que diseñan, procesan, producen y comercializan los productos o servicios. Esta factibilidad puede ser difícil de determinar en proyectos innovadores o novedosos, dado que no hay una estructura previa conocida.

#### **2.1.3.6. Factibilidad legal**

**(Blanco M, 2012)** Se refiere a que el desarrollo del proyecto o sistema no debe infringir alguna norma o ley establecida a nivel local, municipal, estatal o federal.

#### **2.1.3.7. Factibilidad política**

**(Blanco M, 2012)** Se refiere a que el sistema o proyecto propuesto debe respetar los acuerdos, convenios y reglamentos internos de tipo empresarial, industrial, sindical, religioso, partidista, cultural, deportivo u algún otro relacionado con el ámbito del proyecto.

#### **2.1.3.8. Factibilidad de tiempo**

**(Blanco M, 2012)** En ella se verifica que se cumplan los plazos entre lo planeado y lo real, para poder llevar a cabo el proyecto cuando se necesite.

Todo proyecto que se pretenda realizar debe ser sustentable en el tiempo, por lo que dicha sustentabilidad no solamente es económico sino también social y ambiental.

#### **2.1.3.9 Historia del tejido**

El tejido cuyo orígenes se remota al anulado de redes en los pueblos antiguos consiste en formar una rejilla entrelazando hilo mediante agujas manuales o automáticas en una serie de lazadas unidas entre sí.

Según **(Cuba Santiago, [www.crochet.com.ar](http://www.crochet.com.ar), 2014)** americano, experto en el mundo del crochet el arte Moderno del crochet verdadero como lo conocemos hoy fue desarrollado. Durante el siglo XVI se conoció como cordón del crochet, en Francia y cordón De cadena en Inglaterra y Walter Edmund Roth encontró verdaderos eje Del arte del crochet en descendientes de los indios de Guayana

en 1916 Otro escritor e investigador lis Paluda de Dinamarca que limita su búsqueda de los orígenes del crochet a Europa propone tres teorías Interesantes.

- 1) El crochet se originó en arabia extendiéndose hacia el este al tibet y hacia el Oeste a España, de donde siguió las rutas comerciales árabes a otros países Mediterráneos
- 2) La evidencia más temprana del crochet vino América del Sur, en donde una Tribu primitiva fue vista utilizando adornos del crochet desde su pubertad.
- 3) En china ejemplo tempranos eran conocidos de muñecas tridimensionales Trabajados en crochet. Pero dice Paludon que en el fondo no hay evidencia convincente en cuanto cuan viejo es el arte del crochet o de donde vino

#### **2.1.3.10. Hilo para tejer**

Para el tejido al crochet se utilizan preferentemente los hilos de macramé, colita de rata y algodón, pero es posible emplear otros como seda, boucle, viscosa, fanci y rafia, etc. también las lanas mohair rustica merino, lana con fibra etc.

#### **2.1.3.11. Marcador de puntos**

Son de plástico y pequeños 1,5 cm de tamaño son livianos son ideales para sujetar el tejido

Se usan mucho en diseño de amigurimes ya que las hileras son en general en forma de espiral y ellos nos ayudan a no perdernos en la cuenta cuando llegamos al final de cada vuelta para saber dónde termina una hilera y empieza la próxima en un tejido en espiral.

También se usa en aumento y disminución los marcadores de puntos son muy prácticos ya que nos hacen más fácil los trabajos los trabajos tejidos a crochet.

#### **2.1.3.12. Crochet**

Existen en el comercio agujas para crochet de distintos materiales como son metálicos, plásticos de madera y hueso.

#### **2.1.3.13. Tejido**

Los tejidos son entrelazamiento de hilos mediante la aplicación de puntada utilización de herramientas como crochet

#### **2.1.4. Microempresa**

Según **(MICROEMPRESA, 2014)** Es una pequeña unidad económica producto que tiene posibilidades de auto desarrollarse, crecer y auto sostenerse.

##### **2.1.4.1. Características de microempresa**

- Generalmente son propiedades de pocas personas, no más de 10.
- No tiene más de dos niveles jerárquicos en su estructura organizacionales.
- No posee más de 10 empleados

##### **2.1.4.2. Clasificación de la microempresa**

###### **2.1.4.2.1. Industriales o de transformación**

Son aquellos que compran bienes o materias primas, lo someten a su proceso de transformación total o parcial y los venden

#### **2.1.4.2.2. Comerciales**

Son las que buscan utilidades a través de la compra y venta de productos, sin ejercer en ellos sin ninguna modificación o transformación sustancial.

#### **2.1.4.2.3. Servicios**

Son aquellas que se dedican a realizar ayudar a brindar asistencia para tener remuneración o cambio.

#### **2.1.4.3. Fuentes de financiamiento de la microempresa**

Los recursos financieros de créditos, actualmente son concedidos a microempresarios por las siguientes instituciones.

- Corporación financiera nacional
- Banco nacional de fomento
- Cooperativa de ahorro y crédito
- Organismo no gubernamental y funcional
- Y en menor escala por bancos privados.

#### **2.1.5. Estudio de mercado**

**(Prieto Jorge, 2010)** Manifiesta que se entiende por mercado; el área en la cual convergen las fuerzas de la demanda y la oferta para establecer un precio único. La esencia del estudio de mercado es saber que vamos a producir, como lo vamos a producir y cuanto vamos a producir, es decir de que diferentes formas vamos a satisfacer la demanda del proyecto.

Indica que el mercado de un proyecto está constituido por el mercado proveedor y el mercado competidor, el mercado distribuidor y el mercado consumidor.

El presente proyecto está orientado a la elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet, el propósito de este estudio es investigar el mercado para poder identificar los productos más comercializados además conociendo gustos y preferencias del cliente, mediante la oferta y la demanda, estimar los precios de los cuales los consumidores estarían dispuesto a adquirir los productos, identificar la clase de cliente que compra la mercadería, los canales de distribución, promoción, publicidad y comercialización del producto, ofrecerlos en lugares indicados, donde el cliente pueda adquirirlos fácilmente.

Según **(Eras R, 2013)** Por otro lado, el estudio de mercado también es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma comercializar el servicio.

#### **2.1.5.1. Producto**

**(Baca U, 2010)** Manifiesta que en esta parte sobre la definición del producto debe darse una descripción exacta del producto o los productos que se pretendan elaborar. Este debe ir acompañado por la normas de calidad que editora los ministerios correspondientes.

#### **2.1.5.2. Oferta**

**(Baca U, 2010)** Indica que el propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio a la oferta, igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción etc. Para analizar la oferta también es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. Entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada

- Calidad y precio de los productores
- Planos de expansión
- Inversión fija y números de trabajadores.

**(Frاندul Rosa, 2010)** El termino oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.

### **2.1.5.3. Demanda**

**(Baca U, 2010)** indica que el principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o un servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta la información proveniente de fuentes primarias y secundaras de indicadores económicos etc.

En relación con su temporalidad, se reconocen dos tipos:

Demanda continua es la que permanece durante largos periodos normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos cuyo consumo ira en aumento mientras crezca la población

Demanda cíclica o estacional es la que de alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales como regalos

en la época navideña, paraguas en la época de lluvia, enfriadores en la época de calor etc.

De acuerdo a su destino se reconocen dos tipos:

- a) Demanda de bienes finales, que son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.
- b) Demanda de bienes intermedios, que son los que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final.

**(Sapag & Sapag, 2013)** Manifiesta que el objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto o servicio resultante del proyecto pueda participar efectivamente en ese mercado.

Según **(Frاندul Rosa, 2010)** El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto o servicio resultante del proyecto pueda participar efectivamente en ese mercado.

#### **2.1.5.4. Demanda potencial insatisfecha**

**(Baca U, 2010)** Manifiesta que la demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o 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. La demanda potencial se obtiene con una simple diferencia, año con año, del balance oferta demanda, y con los datos proyectados se puede calcular la probable demanda potencial o insatisfecha en el futuro.

**(Omar Yaye, 2014)** Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes y servicios que 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.

### **2.1.6. Métodos de proyección**

**(Baca U, 2010)** Indica que los cambios futuros, no solo de la demanda, sino también de la oferta y de los precios se conocen con cierta exactitud, si se usan técnicas estadísticas adecuadas para analizar el presente. Para ello se usan las series de tiempo, pues lo que se desea absorber es el comportamiento de un fenómeno respecto al tiempo. Existen cuatro patrones básicos de tendencia del tiempo; la tendencia surge cuando el fenómeno tiene poca variación en largos periodos y su representación gráfica de una línea recta o curva suave; la variación estacional, que surge por los hábitos o tradiciones de la gente o por condiciones climatológicas; las fluctuaciones cíclicas, que surgen principalmente por razones de tipo económico, y los movimientos irregulares, que surgen por cualquier causa aleatoria que afecta el fenómeno.

### **2.1.7. Técnicas e instrumentos de recolección de la información**

**(Baca U, 2010)** Indica que las fuentes primarias de información están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo.

**(Calvache Jose, 2010)** La información primaria y secundaria son las siguientes:

#### **Información primaria**

- Observación
- Entrevista
- Encuesta
- Experimento

#### **Información secundaria**

- Análisis de documentos
- Elaboración de fichas y ficheros
-

## **Información cuantitativa**

- Observación estructurada
- Entrevista
- Cuestionario ,encuesta

## **Información cualitativa**

- Observación no sistémica
- Observación etnográfica
- Observación no participante
- Entrevista no estructurada etc.

### **2.1. 7.1. Muestreo**

**(Baca U, 2010)** La teoría del muestreo es compleja. Se trata de la selección de una pequeña parte estadísticamente determinada para inferir el valor de una o varias características del conjunto. Muestreo es la selección de una pequeña parte estadísticamente determinada para inferir el valor de una o varias características del conjunto.

### **2. 1.7.2. Precio**

**(Morales Arturo, 2009)** Indica que el precio es el valor de los productos expresado en términos monetarios. El comprador normalmente quiere que los precios de los productos sean bajos, aunque en algunos casos prefiere que sean muy similares, debido a que si son más bajos que los otros productos similares se puede poner en duda la calidad del producto, o tener la percepción de que las materias de que lo conforman son de menos calidad, o que no cumplen con los mínimos requisitos legales.

**(Baca U, 2010)** Manifiesta que precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

**(Cordova Marcial, 2010)** Indica que el precio de venta depende de:

- Elasticidad precio de la demanda
- Concepto de mercadotecnia de la empresa
- Estructura de mercado en cuanto oferta y número de consumidores
- Fijación de precios oficiales
- Tipo y naturaleza del mercado
- Estructura de costos de operación
- Margen de rentabilidad esperado

#### **2.1.7.3. Promoción**

**(Peñafiel Manuel, 2013)** La promoción en ventas incluye una amplia colección de herramientas, cupones, consumo, descuentos, bonificaciones y otras, todas las cuales tienen características especiales. Peñafiel,

#### **2.1.7.4. Comercialización del producto**

**(Baca U, 2010)** Define que es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

La comercialización no es la transformación de productos hasta las manos del consumidor esta actividad, debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir una buena comercialización de la que coloca el producto de un sitio y momento adecuado, para dar el consumidor la satisfacción que la espera con la compra.

### **2.1.8. Estudio técnico**

(Baca U, 2010) Indica que en esta parte del estudio puede subdividirse a su vez en cuatro partes que son determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto, y análisis administrativo.

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida a realizar la producción.

#### **2.1.8.1. Objetivo del estudio técnico**

Según (Baca U, 2010) los objetivos del análisis técnico – operativo de un proyecto son los siguientes: verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende.

Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la operación óptima requerida para realizar la producción, en resumen se pretende realizar las propuestas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con que producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico – operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto.

(proyecto, 2014) Diseñar una función de producción que optimice el uso de recursos para obtener el producto deseado, demostrar técnicamente el producto o servicio si es factible, justificar la alternativa técnica.

### **2.1.8.2. Tamaño óptimo del proyecto**

**(Baca U, 2010)** Define el tamaño del proyecto con su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

Además de seleccionar el tamaño de un proyecto de la manera descrita en otro tipo de aplicaciones existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra, o algún otro de sus efectos sobre la economía.

Para determinar el tamaño de la planta se requiere conocer con mayor precisión tiempos predeterminados o tiempos y movimientos del proceso, o en su defecto, diseñar y calcular esos datos con una buena dosis de ingenio y ciertas técnicas. Si no se conocen estos elementos el diseño de la planta viene a ser más un arte que un acto de ingeniería.

### **2.1.8.3. Localización óptima del proyecto**

**(Baca U, 2010)** Determina que la localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio social). El objetivo final de este punto, es por supuesto llegar a determinar el sitio donde se instalara la planta.

### **2.1.8.4. Ingeniería del proyecto**

Según **(Cordova Marcial, 2010)** la Ingeniería del proyecto es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

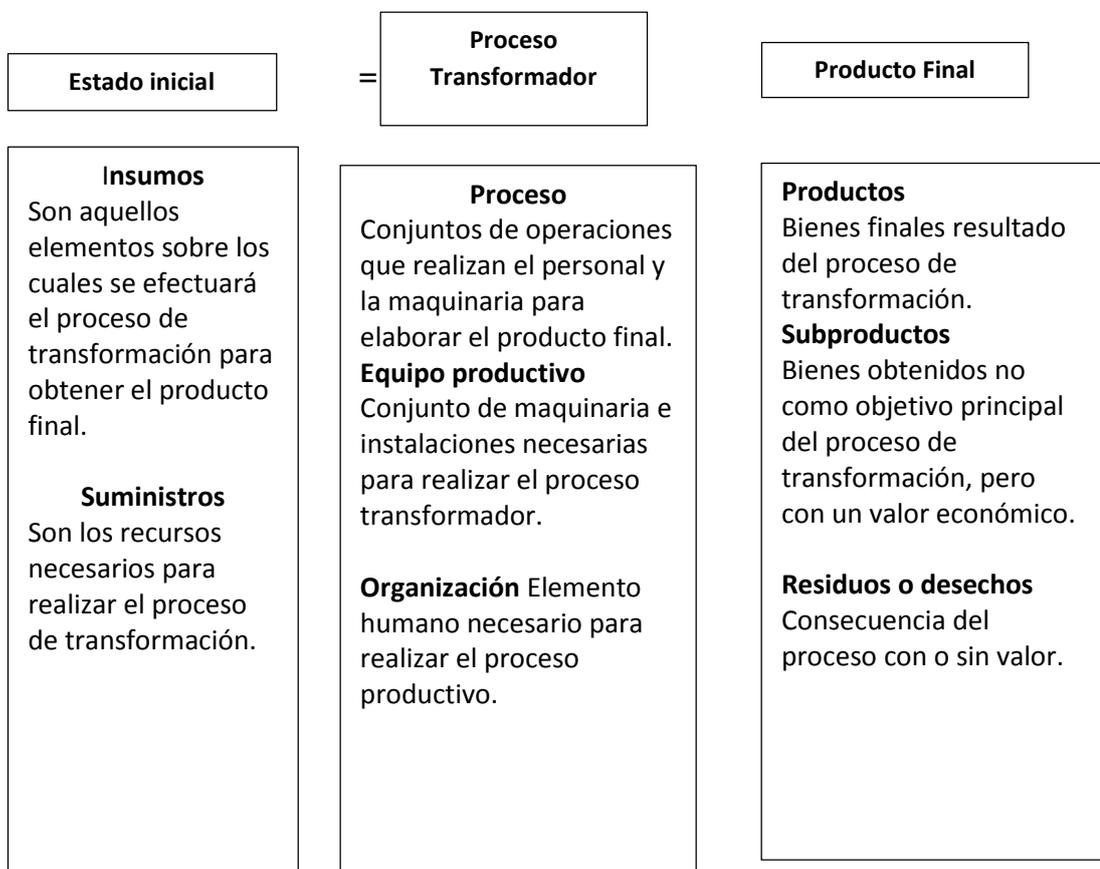
Según **(Baca U, 2010)** la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta desde la descripción del proceso, adquisición del equipo se determina la distribución

óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

### 2.1.8.5. Proceso de producción

(Baca U, 2010) Manifiesta que el proceso de producción es el procedimiento 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; en otras palabras indica que es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir del insumo.

En esta parte del estudio el investigador procederá a seleccionar una determinada tecnología de fabricación, se entenderá por tal el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para desarrollar una determinada función



### **2.1.9. Factores relevantes que determinan de equipo y maquinaria**

Según **(Baca U, 2010)** Cuando llega el momento de decidir la compra de equipo y maquinaria se debe tomar en cuenta una serie de factores que determinan la elección. La mayoría de información que será útil en la comparación de varios equipos y también es la base para realizar una serie de cálculos y determinaciones posteriores.

- a) Proveedor es útil para la presentación formal de las cotizaciones
- b) Precio se utiliza en el cálculo de la inversión inicial
- c) Dimensiones dato que se usa al determinar la distribución de la planta
- d) Capacidad. Este es un aspecto muy importante ya que en parte de él depende el número de maquinaria que se adquiera cuando ya se conocen las capacidades.

#### **2.1.9.1. Distribución de la planta**

**(Baca U, 2010)** Indica que una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores; además dice que los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

- Integración total
- Mínima distancia de recorrido
- Utilización del espacio público
- Seguridad y bienestar para el trabajador
- Flexibilidad

**(Cordova Marcial, 2010)** Indica que una vez conocidos los equipos principales y las instalaciones de servicios necesarias (por ejemplo, si deben llegar camiones de despacho de productos, se deberá considerar el área necesaria para su entrada, salida y maniobra de carga o descarga), se desarrolla un diagrama que especifique donde esta cada equipo y donde esta cada instalación.

## **2. 1.10. Organización del recurso humano y organigrama general de la empresa**

Según **(Baca U, 2010)** El estudio de organización no es suficientemente analítico en la mayoría de los casos lo cual impide una cuantificación correcta, tanto de la inversión inicial como los costos de administrativos.

Organigrama general de la empresa. Una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente de la estructura de la organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple para mostrar como quedaran a su juicio, los puestos y jerarquía dentro de la empresa. Debe insistirse en que si la empresa es demasiado grande lo mejor es contratar servicios externos para hacer un estudio completo de este aspecto tan importante para cualquier unidad productiva.

### **2.1.10.1. Marco legal de la empresa**

Según **(Baca U, 2010)** En toda nación existe una constitución o su equivalente que rige los actos tanto del gobierno en el poder como de las instituciones y los individuos

Un proyecto por muy rentable que sea antes de ponerse en marcha debe incorporarse y acatar las disposiciones jurídicas vigentes. Desde la primera actividad al poner en marcha un proyecto, que es la constitución legal de la empresa, la ley dicta dos tipos de sociedad permitidos su funcionamiento, sus

restricciones dentro de las cuales la más importante es la forma y el monto de participación extranjera en la empresa.

#### **2.1.11. Estudio económico**

**(Baca U, 2010)** Señala que el estudio económico o análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyecto, consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico en términos de cantidades de materia prima necesarias y cantidades de desechos del proceso, cantidades de mano de obra directa e indirecta , cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso, etc. La esencia del estudio económico es el análisis de cientos de cifras monetarias que a su vez son la base para el cálculo de la rentabilidad de la inversión.

Según **(Vera Manuel, 2011)** En esta etapa del proyecto se tiene por objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcione las etapas anteriores como es los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto.

##### **2.1.11.1 Inversión**

Según **(Peñafiel Manuel, 2013)** La inversión es el flujo del producto destinado al aumento del stock de capital, aumentando así la capacidad productiva de un país. Las fluctuaciones en la inversión juegan un papel determinante en los vaivenes del producto y del empleo, pero sobre todo en el crecimiento de largo plazo de la economía.

##### **2.1.11.2. Objetivos del estudio económico**

**(Baca U, 2010)** Manifiesta que una vez que el investigador concluye el estudio de la parte técnica, se habrá dado cuenta de que existe un mercado potencial por cubrir y que no existe impedimento tecnológico para llevar a cabo el proyecto. La parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto

de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total para la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto que es la evaluación económica.

### **2.1.11.3. Costo**

**(Baca U, 2010)** señala : costo es una palabra muy utilizada pero nadie ha logrado definirla con exactitud debido a su amplia utilización, pero se la puede definir como un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro, o en forma virtual.

#### **2.1.11.3.1. Costo de producción**

**(Baca U, 2010)** Señala que los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. Un error en el costo de producción generalmente es atribuible a errores de cálculo en el estudio técnico; los costos de producción se anotan y determinan con las siguientes bases:

- Costo de materia prima
- Costos d emano de obra
- Envases
- Costos de energía eléctrica
- Costos de agua
- Combustibles
- Control de calidad
- Mantenimiento
- Cargos de depreciación y amortización
- Costos para combatir la contaminación
-

#### **2.1.11.3.2. Costos de administración**

(Baca U, 2010) Señala: son, como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar la administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no solo significa los sueldos de gerente y de los contadores, auxiliares, secretarías, así como los gastos generales de oficina. Una empresa de cierta envergadura puede contar con direcciones o gerencias de planeación, investigación y desarrollo, recursos humanos y selección de personal. Esto implica que fuera de las otras dos grandes áreas de una empresa, que son producción y ventas, los gastos de todos los demás departamentos o áreas que pudieran existir en una empresa se cargarán a administración y costos generales.

#### **2.1.11.3.3. Costos de venta**

Según (Baca U, 2010) en ocasiones el departamento o gerencia de ventas también llamado de mercadotecnia. En este sentido no significa solo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, si no implica una actividad más amplia.

#### **2.1.11.3.4. Costos financieros**

Según (Baca U, 2010) los intereses que se deben pagar en relación con capital son obtenidos en préstamos. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es administrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay porque cargarlos en un área específica.

(financiero, 2013) Los costos financieros son las retribuciones que se debe pagar como consecuencia de la necesidad de contar con fondos para mantener en el tiempo activo que permitan el funcionamiento operativo de la compañía.

#### **2.1.11.4. Inversión total inicial: fija y diferida**

**(Baca U, 2010)** Señala que la inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles, o diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital del trabajo.

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes o propiedades de la empresa, como terrenos, edificios, maquinarias, equipo, mobiliario, vehículo de transporte, herramientas, y otros. Se les llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes y propiedades de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales, nombres comerciales, asistencia técnica, gastos pre operativo, contrato de servicios (luz, teléfono, internet).

En caso del costo del terreno, este debe incluir en el costo de compra de lote, las comisiones a agentes, honorarios y gastos notariales y aun el gasto de demolición de estructuras existente que no se necesitan para los fines que se pretendan dar al terreno.

#### **2.1.12. Estudio financiero**

Según **(Vera Manuel, 2011)** Es el proceso de medición de su valor, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere, desde un punto de vista determinado.

##### **2.1.12.1. Depreciación**

**(Arevalo, 2013)** Es una manera de asignar el costo de las inversiones a los diferentes ejercicios en los que se produce su uso o disfrute en la actividad empresarial. Los activos se deprecian basándose en criterios económicos, considerando el plazo de tiempo en que se hacen uso los movimientos de producción, y su utilización efectiva en dicha labor.

### **2.1.12.2. Presupuesto**

El presupuesto es una herramienta de planificación, que de una forma determinada, integral y coordinada las áreas, actividades, departamentos y responsables de una organización, y que expresa en términos monetarios los ingresos, gastos y recursos que se generan en un periodo determinado para cumplir los objetivos fijados en la estrategia.

### **2.1.12.3. Capital de trabajo**

Según **(Baca U, 2010)** señala Desde el punto de vista contable este se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico esta, representado por el capital adicional, distinto de la inversión en activo fijo y diferido con que hay para que una empresa empiece a funcionar.

### **2.1.12.4. Estado de pérdidas y ganancias**

**(Baca U, 2010)** Manifiesta que la finalidad del análisis del estado de resultado o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtiene restando los ingresos todos los costos en que incurre la planta y los impuestos que deba pagar. Esta definición no es muy completa, puesto que habrá que aclarar que los ingresos pueden provenir de fuentes externas e internas y no solo de la venta de los productos.

### **2.1.12.5. Costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento**

Según **(Baca U, 2010)** Para formarse, toda empresa debe realizar una inversión inicial. El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: solo de personas físicas inversionistas e instituciones de crédito o una mezcla de inversionista personas morales y bancos. Como haya sido el aporte

de capital cada uno de ellos tendrá un costo asociado al capital que aporte y la nueva empresa así formada tendrá un costo de capital propio.

#### **2.1.12.6. Balance general**

**(Baca U, 2010)** Indica que Activo, para una empresa, significa cualquier pertenencia material o inmaterial; pasivo significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros.

Capital significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedades de los accionistas o propietarios directos de la empresa.

Como se observa, un balance general en la práctica es un aspecto contable muy dinámico y, por ende, muy difícil de realizar adecuadamente.

#### **2.1.12.7. Evaluación económica**

**(Baca U, 2010)** La define como la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y denominará el proceso de producción, así como todo los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.

#### **2.1.12.8. Valor presente neto (VPN)**

**(Baca U, 2010)** Indica que es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

#### **2.1.12.9. Tasa interna de retorno (TIR)**

**(Baca U, 2010)** Señala que la tasa interna de rendimiento es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

#### **2.1.12.10. Para hallar el van y tir**

En el caso de VAN se necesitan

Tamaño de la inversión

Flujo de caja neto proyectado

Tasa de descuento

#### **2.1.12.11. Para hallar el TIR**

Se necesita

Tamaño de la inversión

Flujo de caja neto proyectado

(TIR, 2013)

## 2.2 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

### 2.2.1. Tejidos a crochet

Según **(Cuba Santiago, [www.crochet.com.ar](http://www.crochet.com.ar), 2014)** Se realiza utilizando como material básico cualquier tipo de hilo y como herramienta fundamental las agujas de crochet.

### 2.2.2. Procedimientos

Indica **(Cuba Santiago, [www.crochet.com.ar](http://www.crochet.com.ar), 2014)** Para comenzar a tejer debemos hacer una gaza que se acomoda en el dedo índice de la mano izquierda, con la mano derecha se toma el ganchillo se introduce en la gaza, se engancha el hilo y se atrae hacia nosotros pasándolo por dentro de la gaza, se repite esta acción y van aumentándose los eslabones.

Todas las aplicaciones se confeccionan por la combinación de puntos básicos; cadenetas, barretas simples, dobles, triples y los puntos combinados: cables conchitas, punto loco, barretas unidas y cerradas en un punto, medio punto.

Si se desea confeccionar una aplicación de forma circular hacemos una cadeneta de 10 a 12 eslabones, la cerramos para formar un anillo, luego según el diseño podemos utilizar barras (12 o 15) o cadenetas, que conformarían la segunda vuelta, las unimos y comenzamos una tercera vuelta (una barreta separada por un punto de cadeneta), se cierra y se pasa a una cuarta vuelta que pudiera ser de cadenetas, según lo que se observe en el dibujo, se va interpretando y elaborando hasta confeccionar la aplicación.

### 2.2.3. Propósitos

Según **(Cuba Santiago, [www.crochet.com.ar](http://www.crochet.com.ar), 2014)** Su objetivo fundamental es propiciar la formación de valores a través de la confección de artículos tejidos a crochet, con un uso racional de recursos y desarrollar habilidades manuales ampliando así el pensamiento técnico, estimulando la aplicación de

la creatividad, manteniendo una actitud de respeto al trabajo y a la clase trabajadora, formando cualidades y sentimientos de productores al realizar una labor creadora.

#### **2.2.4. Las Agujas de crochet**

Según **(Cuba Santiago, [www.crochet.com.ar](http://www.crochet.com.ar), 2014)** Existen en el comercio agujas para crochet de distintos materiales como ser metálicas, plásticas de madera y hueso. La elección de la aguja a utilizar depende del tipo de hilo a usar, y del número de las hebras es aconsejable utilizar una aguja que sea más gruesa que el hilo.

Es de observar que la aguja debe tener un gancho perfectamente pulido de forma que los puntos puedan pasar sin esfuerzo.

#### **2.2.5. El Hilo o Lana**

Según **(Cuba Santiago, [www.crochet.com.ar](http://www.crochet.com.ar), 2014)** Para el tejido al crochet se utilizan preferentemente los hilos de macramé y algodón, pero es posible emplear otros como ser seda, boucle, viscosa, fancy, rafia, peruano, etc. También las lanas: mohair, rústica, merino, lana con fibra etc.

Los hilos vienen en madejas de aprox. 150 Gs y en ovillos de 25 Gs, 50 Gs y 100 Gs, listos para usar. En el caso de las madejas es necesario proceder a ovillarlas para lo cual es conveniente poseer una devanadora manual o eléctrica.

#### **2.2.6. Marcadores de puntos**

Según **(Cuba Santiago, [www.crochet.com.ar](http://www.crochet.com.ar), 2014)** Son de plásticos y pequeños de 1,5 cm de tamaño, son livianos, son ideales para sujetar el tejido. Se usan mucho en diseños de amigurumis ya que las hileras son en general en forma de espiral, y ellos nos ayudan a no perdernos en la cuenta cuando llegamos al final de cada vuelta. También se usan en aumentos y disminuciones. Los marcadores de puntos son muy prácticos ya que nos hace más fácil los trabajos tejidos a crochet (ganchillo).

## **2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

### **2.3.1. Pasos para crear una microempresa en el Ecuador**

Para constituir una microempresa o una gran industria, los procesos pueden ser largos y complejos. Sin embargo la gratificación vendrá cuando tengas el respaldo legal y esta pueda funcionar **(Superintendencia de compañía, 2013)**

### **2.3.2. Reserva un nombre**

Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la superintendencia de compañías y dura aproximadamente 30 minutos. Y este lugar revisa que no exista ninguna compañía con el mismo nombre que has pensado para la tuya. Para ello se presentara:

- ✓ Solicitud para la aprobación del nombre
- ✓ Copia de la cedula de una persona que se responsabilice del trámite.

### **2.3.3. Apertura de cuenta de una institución financiera**

Para poder iniciar los trámites de constitución internamente de la ley de compañías indica que se debe apertura una cuenta en cualquier institución. En donde se depositaran los valores correspondientes al capital inicial. **(Superintendencia de compañía, 2013)**

### **2.3.4. Escritura pública de constitución**

Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

#### **Aprueba los estatutos**

Lleva la escritura pública a la superintendencia de compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días. **(Superintendencia de compañía, 2013)**

### **2.3.5. Publica en un diario**

La superintendencia de compañía te entregara 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.  
**(Superintendencia de compañía, 2013)**

### **2.3.6. Aplicación de las resoluciones emitidas por la superintendencia de compañías.**

Una vez aprobada las escrituras de constitución se deberá dar cumplimiento a las disposiciones emitidas por este organismo para el seguir con el siguiente paso. **(Superintendencia de compañía, 2013)**

### **2.3.7. Inscripción en el registro mercantil**

Asistir al registro mercantil para que la escritura de constitución quede inscrita en el Registro Mercantil de la ciudad del domicilio de la empresa.  
**(Superintendencia de compañía, 2013)**

### **2.3.8. Legalización de la directiva**

Considerando los trámites exigidos por la superintendencia de compañías se procederá la designación de la directiva de la empresa así como su representante legal, mismo que de igual forma serán inscritos en el Registro Mercantil. **(Superintendencia de compañía, 2013)**

### **2.3.9. Informar a la superintendencia de compañías**

Comunicar a la superintendencia sobre la conformación de la directiva y su representante legal para que este organismo emita su pronunciamiento.

**(Superintendencia de compañía, 2013)**

### **2.3.10. Obtención de la patente municipal**

Otro requisito que se debe cumplirla obtención la Patente Municipal, la cual se obtiene presentando los siguientes requisitos.

- Copia de escritura de constitución debidamente legalizada e inscrita. Formulario para pago de valores al municipio.
  
- Copia de cedula y papeleta de votación del presentante legal y su nombramiento. **(Superintendencia de compañía, 2013)**

### **2.3.11. Obtención del registro único de contribuyentes**

#### **Requisitos**

- Original de la cedula de identidad o ciudadanía
- Original del certificado de votación

**(Superintendencia de compañía, 2013)**

### **2.3.12. Ubicación de la matriz y establecimiento, se presentara cualquiera de los siguientes requisitos**

- ✓ Original y copia de la plantilla de servicios básicos agua, luz o teléfono, el documento de ubicación debe corresponder a los tres últimos meses
- ✓ Original y copia del estado de cuenta bancario o de tarjeta de crédito, pueden constar a nombre del contribuyente
- ✓ Original y copia de la factura por el servicio de televisión pagada o por internet.
- ✓ Contrato de arriendo

**(Superintendencia de compañía, 2013)**

## **CAPITULO III**

# **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

## **3.1. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **3.1.1. Localización de la investigación**

La presente investigación se desarrolló en el Cantón Quinsaloma - Provincia los Ríos.

### **3.1.2. Materiales**

- ❖ Computadora portátil
- ❖ Impresora
- ❖ Cámara fotográfica
- ❖ Libros
- ❖ Pen drive
- ❖ Plan de internet
- ❖ Resma de papel A4
- ❖ CD
- ❖ Carpetas
- ❖ Esferos

### **3.1.3. Métodos de investigación**

#### **3.1.3.1. Método Inductivo-Deductivo**

En la investigación se realiza este método porque permite que se ejecuta un análisis desde una situación particular a una situación general, se utilizó la observación en la problemática al tema Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet, en el Cantón Quinsaloma y de tal forma permita obtener información veraz que aporte para el desarrollo de la investigación

### **3.1.3.2. Analítico-Sintético.**

Se realiza este método para analizar si es conveniente crear la microempresa de tejidos, a través de encuestas y posteriormente obtener las conclusiones y recomendaciones.

**3.1.3.3. Lógico-Histórico.-** Este método se utiliza en la fundamentación conceptual, teórica y legal sobre el tejido manufacturado a crochet.

## **3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1. Investigación de Campo**

Se desarrolló esta investigación en centro del cantón Quinsaloma en el lugar donde se pretende ofrecer los tejidos a crochet, a través de encuestas, observación, que permitirá tener información precisa, para de esta manera lanzar el producto al mercado y este acorde a las necesidades del consumidor.

Además se visitó locales con el fin de evidenciar si existe tanto variedad de oferta y gran demanda de los tejidos manufacturados a crochet.

## **3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de información**

### **3.3.1. Fuentes de información**

- **Primaria**

### **3.3.2. Observación**

Se visitaron locales tanto del centro como hacia las afueras con el fin de constatar si existe tanta variedad de tejidos a crochet, comportamiento del consumidor, proveedores, calidad, diseño, comercialización, y el precio.

### **3.3.3. Entrevista**

Se realizó entrevista a los dueños de los locales que comercializan tanto tejidos manufacturados a crochet como la materia prima.

### **3.3.4. Encuesta**

Se efectuó a través de un cuestionario elaborado con el propósito de tener datos acerca de los gustos y preferencias de las personas que más constante asisten a los locales que comercializan tejidos manufacturados a crochet.

#### **➤ Secundaria**

### **3.3.5. Internet**

Es útil para la elaboración del tema a investigar pues ciertas páginas proporcionan información importante.

### **3.3.6. Revistas**

Son necesarias las revistas y de gran apoyo para realizar varios diseños sobres los tejidos manufacturados a crochet.

### **3.3.7. Libros**

Permite realizar el marco teórico obteniendo información de cada estudio que permitirán del desarrollo del mismo basando además en la fuente de cada para la bibliografía del proyecto.

### 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población para este estudio son los habitantes del cantón Quinsaloma, con la cual cuenta con 16.476 habitantes.

#### 3.4.1. Tamaño de la muestra

Se ha tomado como referencia a 12.632 habitantes del cantón Quinsaloma datos de INEC tomados del último censo 2.010.

#### 3.4.2 Cálculo del tamaño de la muestra

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

n= tamaño de la muestra para la encuesta

N=universo objetivo o población 12.632 del cantón Quinsaloma

Z=Nivel de confianza 95 de que en tabla de un valor de Z= 1. 96

P= probabilidad de aceptación 0.50

Q= probabilidad de rechazo 0.50

e= margen de error 0.05

$$n = \frac{12632(1,96)^2(0,50)(0,50)}{0,05^2(12632 - 1) + (1,96)^2(0,50) (0,50)}$$

$$n = \frac{12632(38416)(0,50)(0,50)}{0,0025(12632 - 1) + (38416)(0,50) (0,50)}$$

$$n = \frac{121317728}{325379}$$

$$n = 373$$

Población a encuestar 373 habitantes del Cantón Quinsaloma con el objetivo de identificar que porcentajes de personas van adquirir productos con variedad de diseños tejidos a crochet en una nueva microempresa.

**CAPITULO IV**  
**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## 4.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1.1. Resultados

#### 4.1.1.2. Investigación de campo

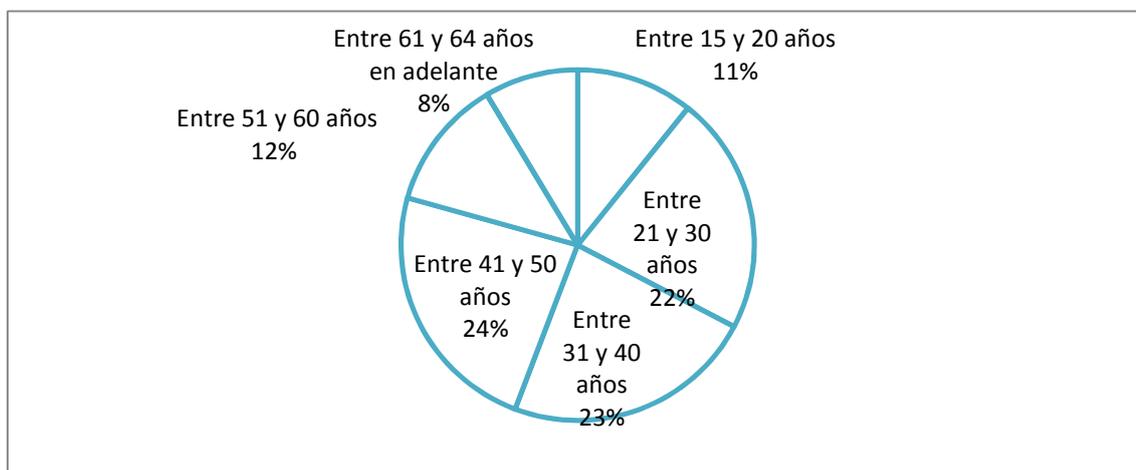
##### Pregunta 1. ¿Cuál es su rango de edad?

**Cuadro 1. Edad de los encuestados**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 15 y 20 años	40	11%
Entre 21 y 30 años	82	22%
Entre 31 y 40 años	86	23%
Entre 41 y 50 años	88	24%
Entre 51 y 60 años	45	12%
Entre 61 y 64 años en adelante	32	8%
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Maritza Angulo



**Gráfico 1. Edad de los encuestados**

##### **Análisis:**

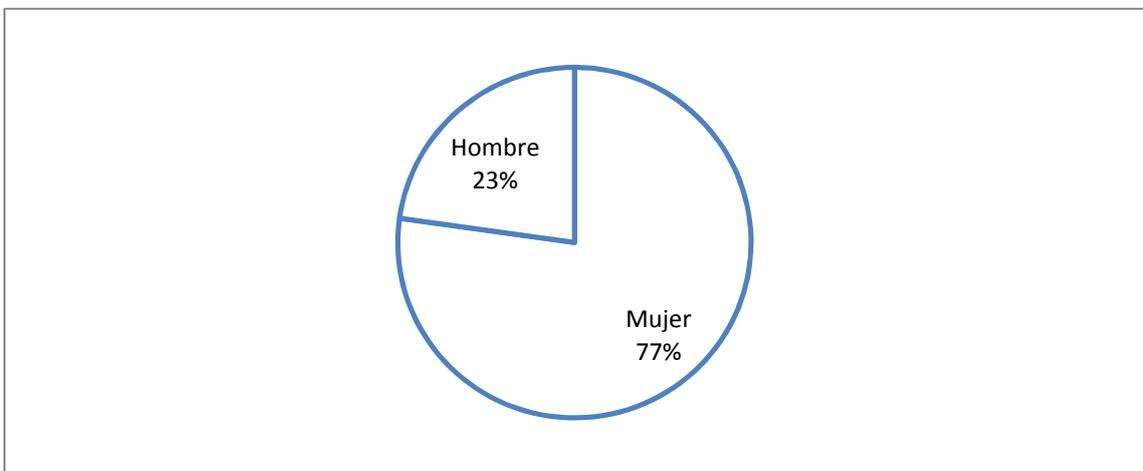
La encuesta se realizó a 373 personas de las cuales respondieron con un mayor porcentaje del 24% la edad comprendida entre 41 y 50 años, el 8%, el porcentaje más bajo se encuentra entre las edades de 61 y 64 años en adelante.

## Pregunta 2. ¿Sexo del encuestado?

**Cuadro 2. Sexo del encuestado**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mujer	288	77%
Hombre	85	23%
Total	373	100%

Fuente: investigación de campo  
Elaborado por: Maritza Angulo



**Gráfico 2. Sexo del encuestado**

### **Análisis:**

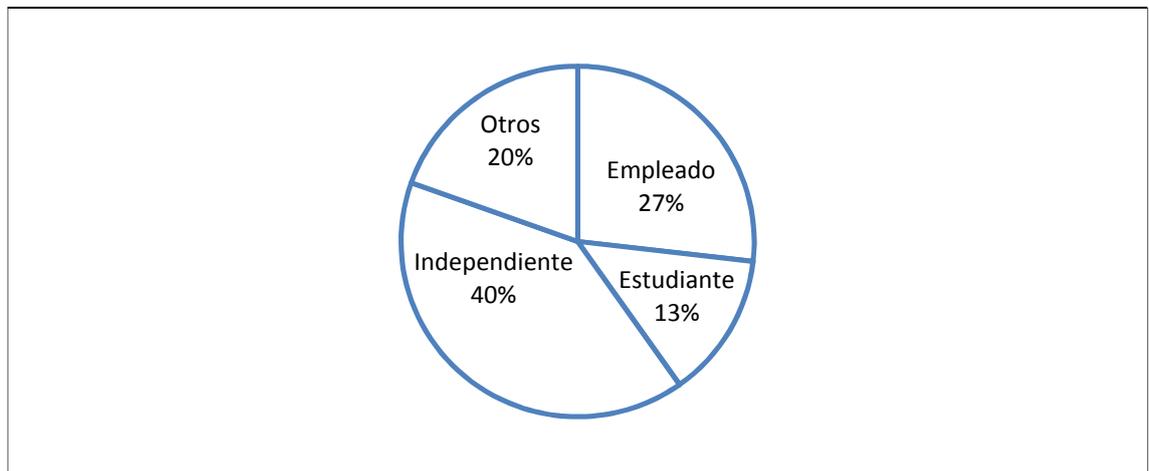
Se puede observar que el mayor porcentaje son mujeres que más se interesan por el producto con un porcentaje del 77% y solo un 23% son hombres que poco interés tienen por los tejidos.

### Pregunta 3. ¿Cuál es su ocupación?

**Cuadro 3. Ocupación del encuestado**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleado	100	13%
Estudiante	50	27%
Independiente	150	40%
Otros	73	20%
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

Fuente: investigación de campo  
Elaborado por: Maritza Angulo



**Gráfico 3. Ocupación del encuestado**

#### **Análisis:**

El siguiente cuadro indica que el 40% realiza trabajo independiente como actos de comercio, trabajan como empleado en un 27% y otros en un 20% realizan trabajos de campo y amas de casa.

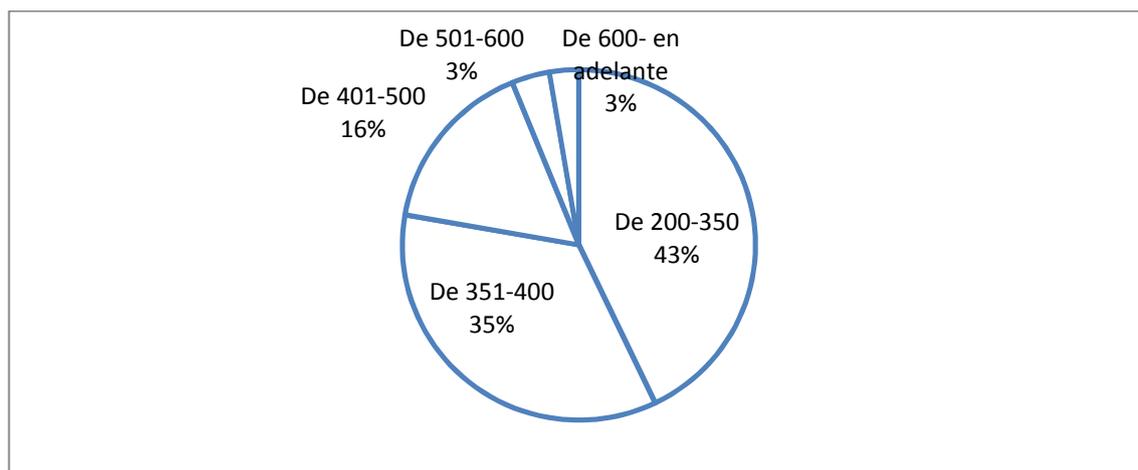
## Pregunta ¿Cuál es su ingreso aproximado?

**Cuadro 4. Ingreso aproximado**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 200-350	160	43%
De 351-400	130	35%
De 401-500	60	16%
De 501-600	13	3%
De 600- en adelante	10	3%
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Maritza Angulo



**Gráfico 4. Ingreso aproximado**

### Análisis:

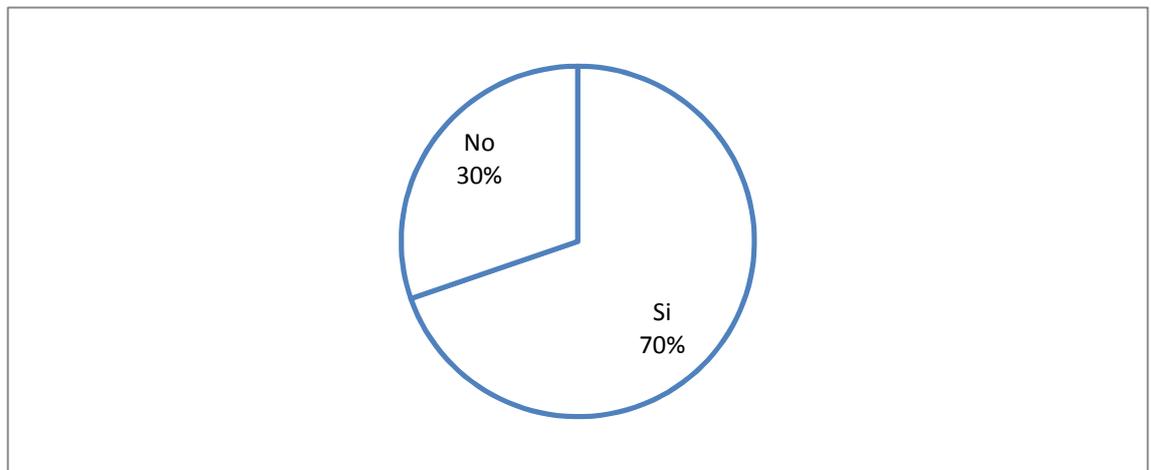
Entre los porcentajes más altos son el 43% y 35% su ingreso es de 200-350 de 351-400 y con un porcentaje del 16% el ingreso es de 401-500 y un 3% de 501 en adelante los datos demuestran que si tienen las posibilidades económicas para adquirir el producto.

### Pregunta 5 ¿Usted compra productos tejidos a crochet?

**Cuadro 5. Usted compra productos tejidos a crochet**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	260	70%
No	113	30%
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

Fuente: investigación de campo  
Elaborado por: Maritza Angulo



**Gráfico 5. Usted compra productos tejidos a crochet**

### Análisis

Las encuestas realizadas en el Cantón Quinsaloma indican que el 70% compra productos tejidos a crochet, un alto porcentaje a favor de la empresa que debe aprovechar para ubicarse en el mercado.

## Pregunta 6 ¿Con que frecuencia compra tejidos a crochet?

### Cuadro 6. Frecuencia de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	30	12%
Cada quince días	50	19%
Cada mes	80	31%
Tres veces al año	100	38%
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Maritza Angulo

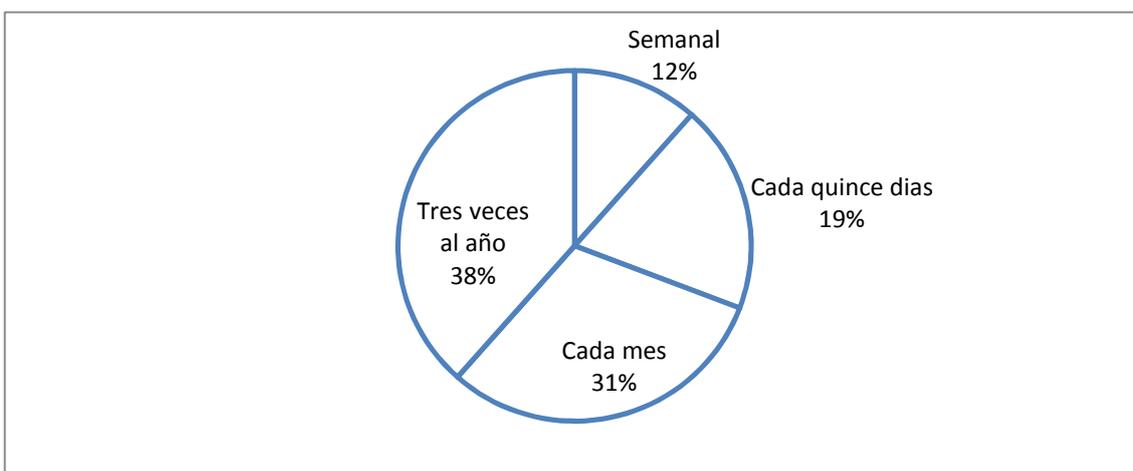


Gráfico 6. Frecuencia de compra

### Análisis

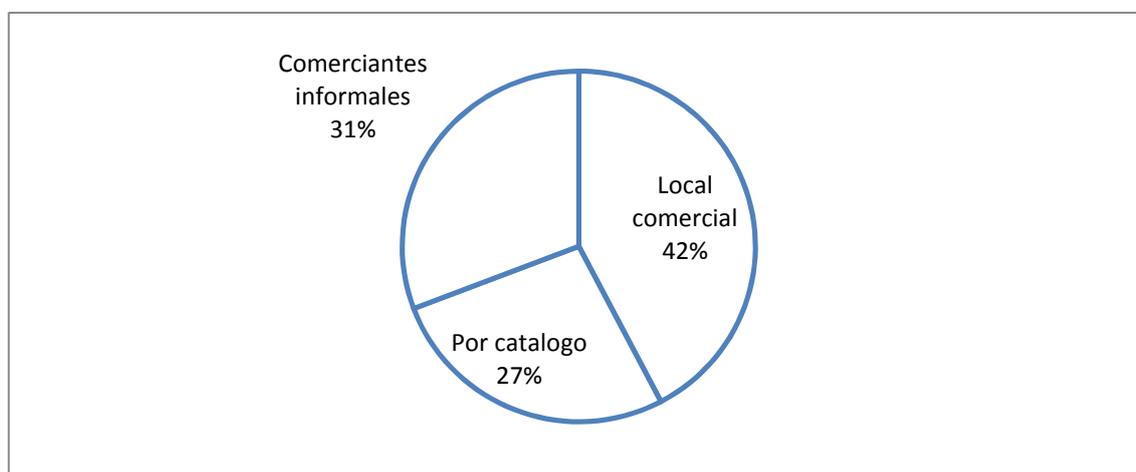
La pregunta 6 y gráfico 6 se demuestra que a las personas que contestaron afirmativamente la pregunta anterior, según los datos las personas encuestadas, respondieron el 12%,19% compran semanal y cada quince días y entre una vez al mes y tres veces al año con un porcentaje alto de 31% y 38%

**Pregunta 7. ¿Donde usted adquiere el producto tejido a crochet?**

**Cuadro 7. Forma que adquiere el producto**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Local comercial	110	42%
Por catalogo	70	27%
Comerciantes informales	80	31%
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Fuente: investigación de campo  
Elaborado por: Maritza Angulo



**Gráfico 7. Forma que adquiere el producto**

**Análisis**

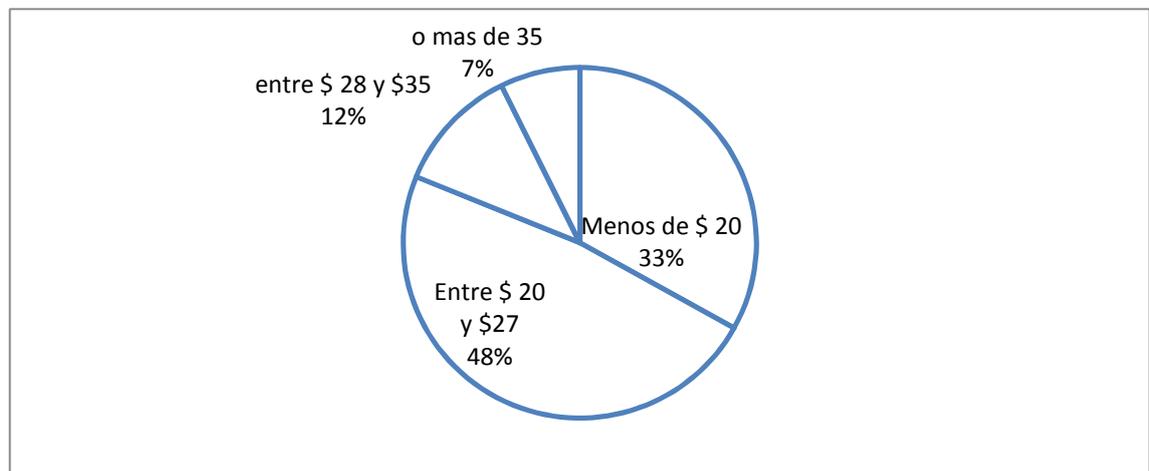
Los siguientes datos indican que el 42% de los encuestados adquieren el producto tejido a crochet en el local comercial mientras que el 27% y 31% compran por catálogo y comerciantes informales.

### Pregunta 8. ¿Cuánto suele gastar por comprar el producto?

**Cuadro 8. Compra del producto**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de \$ 20	86	33%
Entre \$ 20 y \$27	125	48%
Entre \$ 28 y \$35	30	12%
O más de 35	19	7%
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Fuente: investigación de campo  
Elaborado por: Maritza Angulo



**Gráfico 8. Compra del producto**

### Análisis

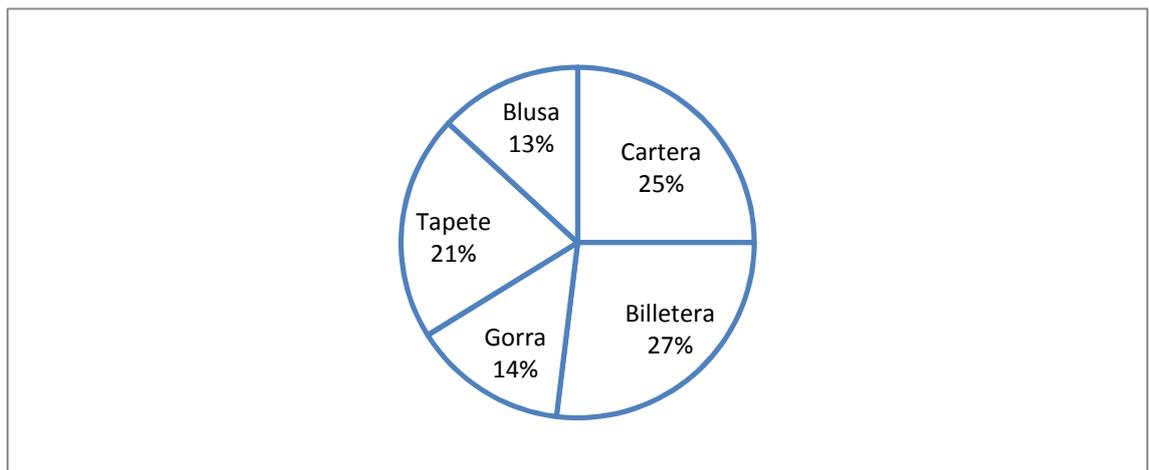
El cuadro 8 indica que el 48% adquieren productos tejidos entre 21-27 dólares, menos de 20 con un porcentaje del 33%, un 12% entre 28 y 35, y solo el 7% compran más de 35 dólares.

**Pregunta 9. ¿Cuál de estos productos usted adquiere con mayor frecuencia?**

**Cuadro 9. Frecuencias de compra**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cartera	65	25%
Billetera	70	27%
Gorra	37	14%
Tapete	54	21%
Blusa	34	13%
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Fuente: investigación de campo  
Elaborado por: Maritza Angulo



**Gráfico 9. Frecuencias de compra**

### **Análisis**

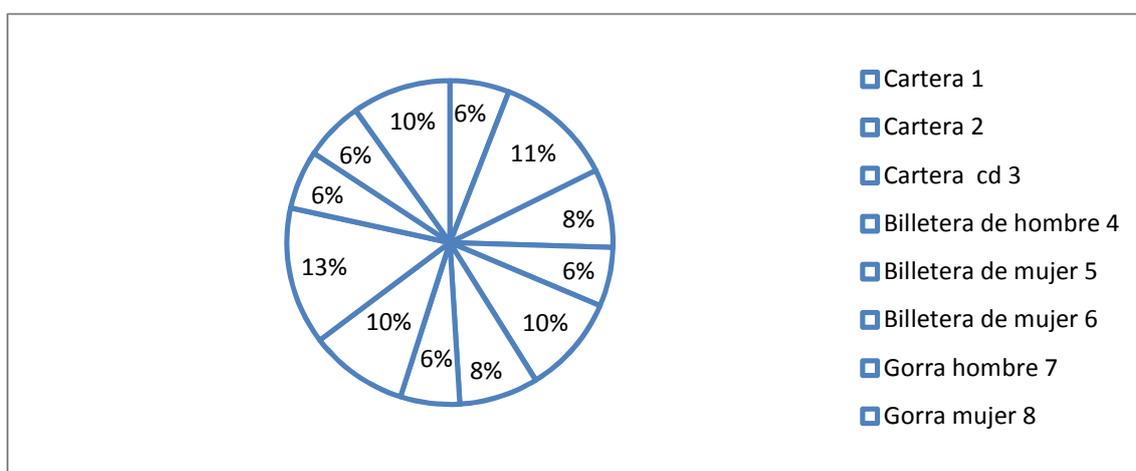
El 27% afirman que adquiere con mayor frecuencia billeteras y un 25% carteras, tapete con un 21%, gorra con un porcentaje del 14% blusa con un porcentaje del 13%

**Pregunta 10. ¿Cual de estos productos usted compraría al adquirir en la nueva microempresa ya sea para su uso o para obsequiar y anote su cantidad?**

**Cuadro 10. Productos que compraría en la nueva microempresa**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cartera 1	30	6%
Cartera 2	60	11%
Cartera cd 3	40	8%
Billetera de hombre 4	30	6%
Billetera de mujer 5	50	10%
Billetera de mujer 6	40	8%
Gorra hombre 7	30	6%
Gorra mujer 8	50	10%
Tapete 9	70	13%
Blusa 10	30	6%
Blusa 11	30	6%
Tapete 12	50	10%
<b>TOTAL</b>	<b>510</b>	<b>100%</b>

Fuente: investigación de campo  
Elaborado por: Maritza Angulo



**Gráfico 10. Productos que compraría en la nueva microempresa**

### Análisis

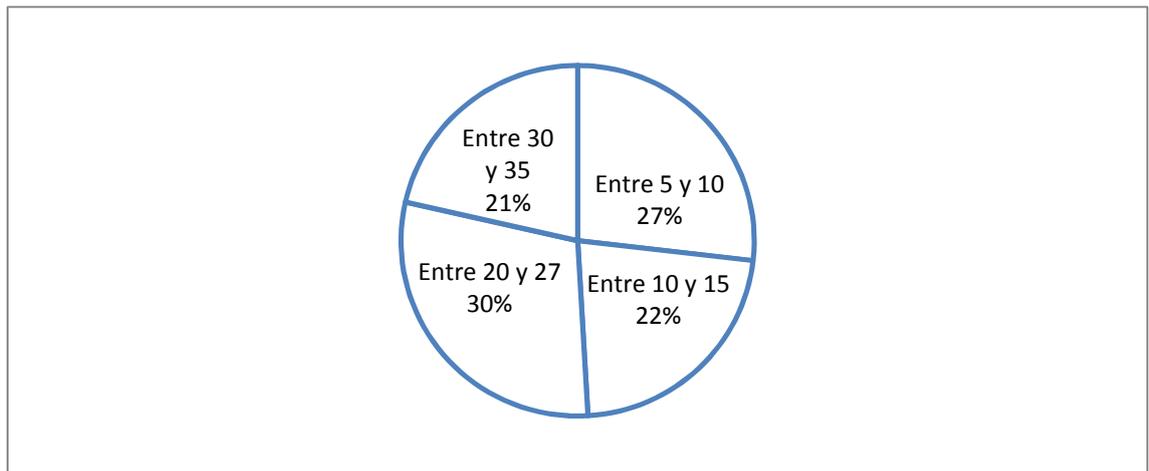
Se oferto al encuetado 12 productos de variados diseños, realizado la tabulación a las personas encuestadas optan por adquirir, entre carteras, tapetes, billeteras, entre otros productos lo cual es bueno para la microempresa ya que puede ampliar en el mercado en temporadas.

**Pregunta 11 ¿Cuánto esta dispuesto a pagar por un producto tejido que esté acorde a sus expectativas?**

**Cuadro 11. Pago del producto**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 5 y 10	100	27%
Entre 10 y 15	83	22%
Entre 20 y 27	110	30%
Entre 30 y 35	80	21%
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo



**Gráfico 11. Pago del producto**

### Análisis

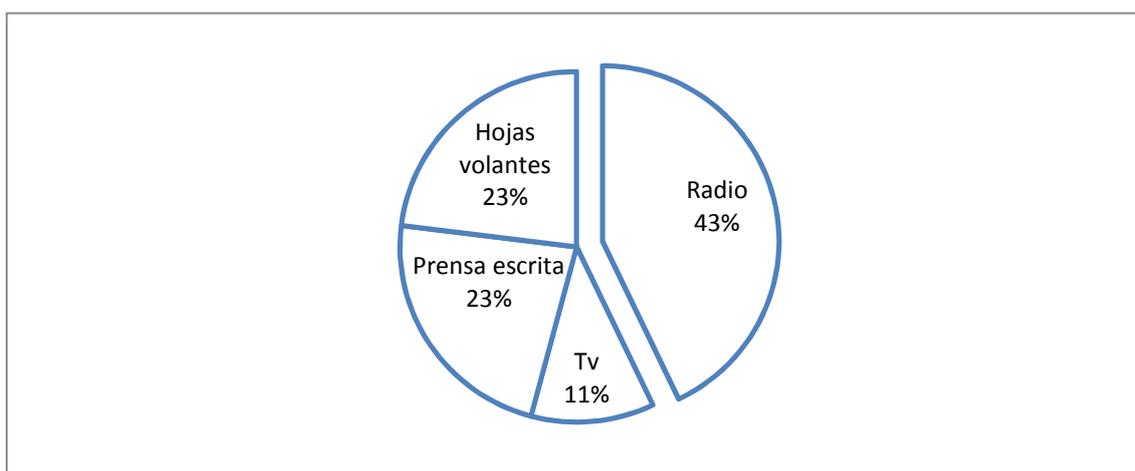
Las personas encuestadas indican que estarían dispuestos a pagar por un producto que esté acorde a sus expectativas entre 20 y 27 dólares con porcentaje del 30% el porcentaje más bajo es del 21% de 30 dólares en adelante.

**Pregunta 12 ¿Que medios de comunicación usted prefiere para que el producto se dé a conocer?**

**Cuadro 12. Medios de comunicación usted prefiere para que el producto se dé a conocer**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Radio	160	43%
Tv	42	11%
Prensa escrita	85	23%
Hojas volantes	86	23%
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo



**Gráfico 12. Medios de comunicación usted prefiere para que el producto se dé a conocer**

### **Análisis**

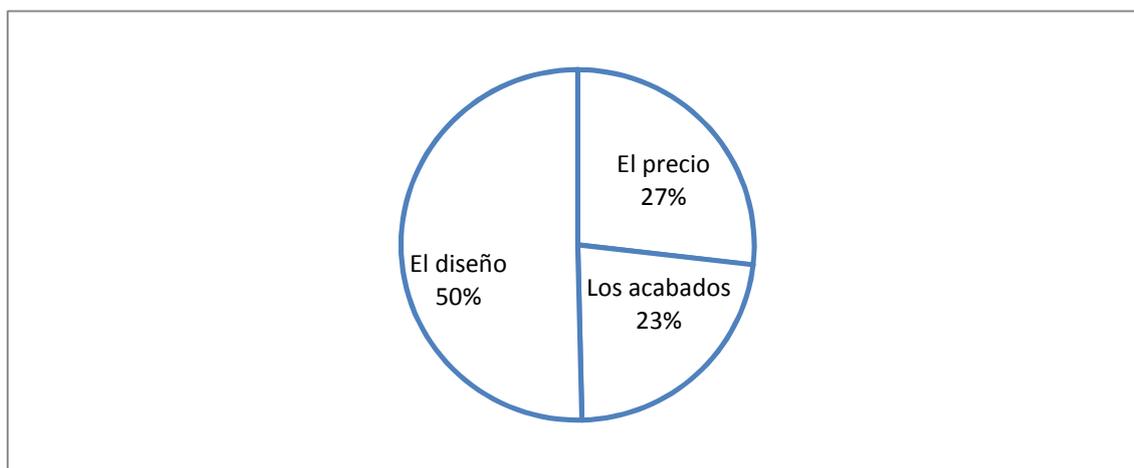
La mayoría de personas prefieren como medios de comunicación la radio con un porcentaje del 43%, el 23% prefieren prensa escrita y hojas volantes y el 11% la televisión.

**Pregunta 13 ¿Cuáles son las condiciones que considera al adquirir un producto elaborado a crochet?**

**Cuadro 13. Condiciones que considera al adquirir un producto elaborado a crochet.**

<b>OPCIONES</b>	<b>ALTERNATIVA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
El precio	100	27%
Los acabados	85	23%
El diseño	188	50%
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo



**Gráfico 13. Condiciones que considera al adquirir un producto elaborado a crochet**

### **Análisis**

Los resultados obtenidos indican que el 50% de las personas lo primero que toman en cuenta es el diseño lo cual la microempresa ofrecerá varias tendencias para todos los gustos, el 27% por el precio el 23% por los acabados.

#### 4.1.2 Estudio de la oferta y demanda

**Cuadro 14. Demanda actual en el Cantón Quinsaloma**

Cantón	Mercado meta	Población consumidores	Frecuencia de consumo	Demanda por número de productos
Quinsaloma	12.632	8.842	3	26.526
Total	12.632			26.526

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

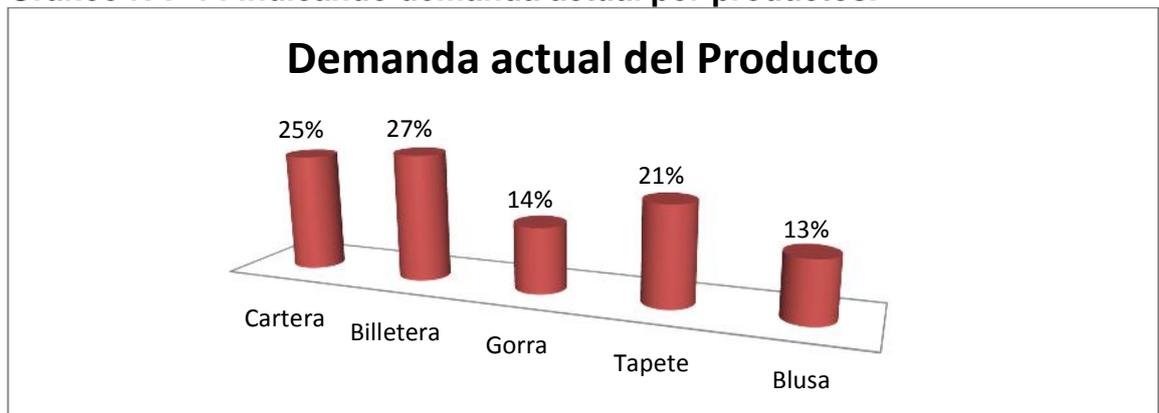
Para determinar la demanda se utilizara información de datos obtenidos de la encuesta que la frecuencia de consumo es tres veces al año.

**Cuadro 15. Demanda del producto**

Producto	%Aceptación de Producto	Total
Cartera	25%	6.632
Billetera	27%	7.162
Gorra	14%	3.714
Tapete	21%	5.570
Blusa	13%	3.448
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>26.526</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Gráfico N°.- 14 Indicando demanda actual por productos.**



#### Interpretación

Indica la demanda por producto, con un porcentaje mayor de 27% es billetera, el 25% cartera, el 21% tapete, el 14% gorra y blusa con un 13%

#### 4.1.2.1 Demanda proyectada

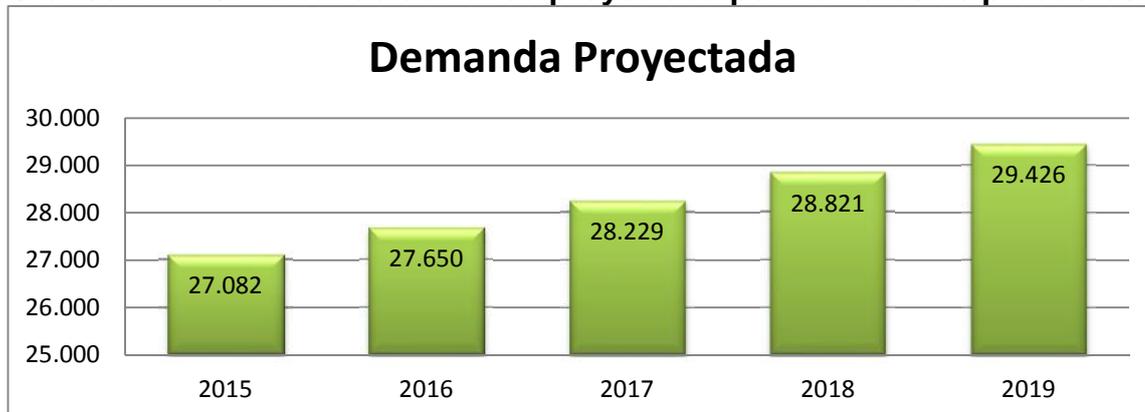
La demanda proyectada se realiza con la tasa de crecimiento poblacional de 2.1% porque no existe demanda histórica.

**Cuadro 16. Demanda proyectada**

Producto	2015	2016	2017	2018	2019
Cartera	6.771	6.913	7.058	7.206	7.357
Billetera	7.312	7.465	7.622	7.782	7.945
Gorra	3.792	3.872	3.953	4.036	4.121
Tapete	5.687	5.806	5.927	6.051	6.178
Blusa	3.520	3.594	3.669	3.746	3.825
<b>Total</b>	<b>27.082</b>	<b>27.650</b>	<b>28.229</b>	<b>28.821</b>	<b>29.426</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Gráfico N°.- 15 Indicando demanda proyectada por números de productos.**



#### Interpretación

La proyección de la demanda fue realizada en base a la tasa de crecimiento poblacional que según datos del INEC es de 2.1% anual, lo que indica que el porcentaje se va a incrementar la demanda en el mercado.

#### 4.1.2.2 Análisis de la oferta

Análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.

**Cuadro 17. Número de productos ofertados**

Productos	Números de productos ofertados
Cartera	1.560
Billetera	1.440
Gorra	960
Tapete	1.440
Blusa	720
<b>Total</b>	<b>6.120</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

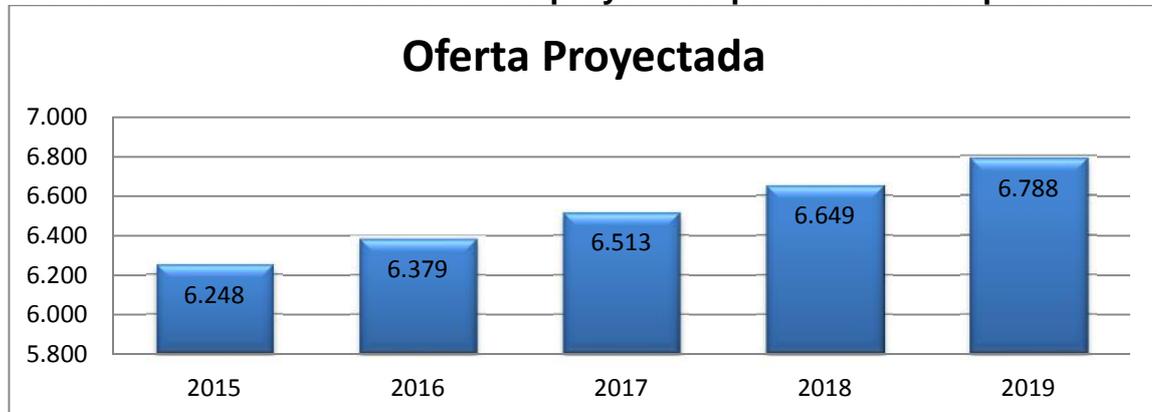
Para la determinar la oferta proyectada está basado en el crecimiento poblacional según datos del INEC que es de 2.1% anual.

**Cuadro 18. Oferta proyectada por productos**

Producto	2015	2016	2017	2018	2019
Cartera	1.593	1.626	1.660	1.695	1.730
Billetera	1.470	1.501	1.532	1.564	1.597
Gorra	980	1.001	1.022	1.043	1.065
Tapete	1.470	1.501	1.533	1.565	1.598
Blusa	735	750	766	782	798
<b>Total</b>	<b>6.248</b>	<b>6.379</b>	<b>6.513</b>	<b>6.649</b>	<b>6.788</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Gráfico N°.- 16 Indicando demanda proyectada por números de productos.**



**Cuadro 19. Demanda insatisfecha**

<b>Años</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
2015	27.082	6.248	20.834
2016	27.650	6.379	21.271
2017	28.229	6.513	21.716
2018	28.821	6.649	22.172
2019	29.426	6.788	22.638

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

### **Análisis**

Se puede observar que la demanda es mayor que la oferta entonces se puede concluir que es conveniente en los próximos años

#### **4.1.3 Identificación del producto**

Los productos que se vallan a ofrecer son a base de un crochet e hilo llamado colita de rata, macramé, de excelente calidad, la cual se elabora maravillosos tejidos como son:

Carteras, Billeteras, Gorras, Blusas, tapete, Carteras con Cd

El cual será atendido por una de las operarias, preguntando al cliente si desea adquirir algún producto o recibir el curso, el cliente recibirá indicaciones de la Operaria sobre que le gustaría hacer ya sea para el hogar o como prenda de vestir

##### **4.1.3.1 Materiales para la elaboración de productos tejidos a crochet**

**Cuadro 20. Cartera 1.**

<b>Puntada del diseño</b>	<b>Materia prima</b>	<b>herramienta de trabajo</b>	<b>Insumo</b>
Margarita	5 conos de hilo colita de rata	crochet nº 0	tela seda, agarradera 1 cierre

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 21. Cartera 2**

<b>Puntada del diseño</b>	<b>Materia prima</b>	<b>Herramienta de trabajo</b>	<b>Insumo</b>
Medio punto	5 conos de hilo colita de rata	crochet nº 0	tela seda, agarradera 1 cierre

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 22. Cartera 3**

<b>Puntada del diseño</b>	<b>Materia prima</b>	<b>Herramienta de trabajo</b>	<b>Insumo</b>
Punto alto	4 conos de hilo colita de rata	crochet nº 0	4 cd

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 23. Billetera 4.**

<b>Puntada del diseño</b>	<b>Materia prima</b>	<b>Herramienta de trabajo</b>	<b>Insumo</b>
Punto medio	1 cono de hilo colita de rata	crochet nº 0	Pepas

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 24. Billetera 5.**

<b>Puntada del diseño</b>	<b>Materia prima</b>	<b>herramienta de trabajo</b>	<b>Insumo</b>
Punto medio	1 cono de hilo colita de rata	crochet nº 0	Pepas

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 25. Billetera 6**

<b>Puntada del diseño</b>	<b>Materia prima</b>	<b>herramienta de trabajo</b>	<b>Insumo</b>
Punto medio	1 cono de hilo colita de rata	crochet nº 0	Pepas

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 26. Gorra 7**

<b>Puntada del diseño</b>	<b>Materia prima</b>	<b>herramienta de trabajo</b>	<b>Insumo</b>
Conchita	1 conos de hilo colita de rata	crochet nº 0	Aplique, cinta

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 27. Gorra 8**

<b>Puntada del diseño</b>	<b>Materia prima</b>	<b>herramienta de trabajo</b>	<b>Insumo</b>
Estrella	1 cono de hilo colita de rata	crochet nº 0	Cinta, aplique

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 28. Tapete 9**

<b>Puntada del diseño</b>	<b>Materia prima</b>	<b>herramienta de trabajo</b>	<b>Insumo</b>
Margarita	1 conos de hilo perle	crochet nº 0	tela seda, botones

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 29. Blusa 10**

<b>puntada del diseño</b>	<b>Materia prima</b>	<b>herramienta de trabajo</b>	<b>Insumo</b>
Margarita	conos de hilo colita de rata	crochet nº 0	tela seda, botones

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 30. Blusa 11**

<b>puntada del diseño</b>	<b>Materia prima</b>	<b>herramienta de trabajo</b>	<b>Insumo</b>
Margarita	conos de hilo colita de rata	crochet nº 0	Tela seda, botones

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 31. Tapete 12**

<b>puntada del diseño</b>	<b>Materia prima</b>	<b>herramienta de trabajo</b>	<b>Insumo</b>
Margarita	1 conos de hilo perle	crochet nº 0	tela seda, botones

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

#### **4.1.4 Análisis de la macro segmentación**

Para segmentar el producto en el mercado es necesario investigar la población del cantón Quinsaloma que interese por dicho producto

##### **4.1.4.1 Análisis del micro segmentación**

Para que el producto tenga acogida rápido por el consumidor es importante investigar los segmentos de mercado más atractivos para poder ofrecer el producto y el cliente lo pueda adquirir con facilidad

**Cuadro 32. Segmentación de mercado**

<b>Criterio de Segmentación</b>	<b>Características del cliente</b>
<b>Geográficos</b>	
Región	Costa
Cuidad	Quinsaloma
Área	urbano y rural
<b>Demográficos</b>	
Ingresos	De 180 en adelante
Genero	Femenino
Edad	De 15 años en adelante
<b>Psicográficos</b>	
Clase social	Bajo medio y alto

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

Los productos tejidos a crochet están dirigidos a las mujeres y hombres que les atrae los productos tejidos a crochet entre 15 en adelante tanto de la zona urbana como rural

#### **4.1.4.2. Nombre de la empresa**

De acuerdo el producto que se va a ofertar, el nombre que se ha decidido es **“TISSUE PRODUCTS”**

#### **4.1.4.3. Diseño de logotipo**

Permite identificar el nombre del producto tejido a crochet, nombre de la empresa,

#### **4.1.4.4. Eslogan**

Lo que se pretende con el eslogan es que el cliente recuerde a la microempresa y adquiera el producto que desee.

**¡Tú complemento perfecto, con Tejidos a crochet!**

#### **4.1.4.5. Diseño de empaque**

Tiene como objetivo cuidar y proteger el producto llegando en excelentes condiciones hasta su destino final, los tejidos irán empacados en fundas plásticas que contendrán material publicitario para dar a conocer la microempresa.

#### **4.1.5. Diseños de las cuatro p**

##### **4.1.5.1. Productos**

- ✓ **Cartera**
- ✓ **Billetera**
- ✓ **Gorra**
- ✓ **Tapete**
- ✓ **Blusa**

#### 4.1.5.2. Precio

El precio se basará de acuerdo al de la competencia, y al grado de dificultad que tenga la elaboración de cada producto.

**Cuadro 33. Indicando el precio de cada producto**

<b>Nombre de cada producto</b>	<b>Precio por unidad</b>
Cartera nº 1	27,00
Cartera nº 2	25,00
Cartera cd nº 3	26,00
Billetera nº 4	15,00
Billetera nº 5	15,00
Billetera nº 6	15,00
Gorra nº 7	16,00
Gorra nº 8	15,00
Tapete nº 9	15,00
Blusa nº 10	30,00
Blusa nº 11	30,00
Tapete nº 12	15,00

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

#### 4.1.5.3. Plaza o Distribución

El canal de distribución que se utilizará es directo sin que haya intermediarios para que el producto no encarezca tanto, y el cliente lo pueda adquirir a un precio cómodo.

#### **4.1.5.4. Promoción**

La promoción que ofrecerá la microempresa a sus clientes será

- ✓ A las primeras 10 personas ofrecer descuentos del 10% en temporadas navideñas o fechas especiales.
- ✓ Por la compra de 2 productos se lleva un cupón para un sorteo de un obsequio
- ✓ Ofrecer descuentos por adquirir varios productos
- ✓ Ofrecer cursos gratis por comprar el hilo y crochet para elaborar el producto
- ✓ Se creará sorteos de accesorios en nuestros clientes

#### **4.1.5.5. Publicidad**

La publicidad que ofrecerá la microempresa será por medio de radio, prensa escrita, vallas publicitarias,

- ✓ hojas volantes que contendrán nombre de la microempresa nombre del propietario, productos que se ofrecen, dirección, teléfono, internet,
- ✓ Tarjetas que contendrán nombre de la microempresa nombre del propietario, productos que ofrece, dirección, teléfono, internet,
- ✓ Trípticos que contendrán nombre de la microempresa nombre del propietario, características del productos imágenes de los tejidos dirección, teléfono, internet,

#### 4.1.6. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permite determinar la localización del proyecto, el tamaño del local las instalaciones, adquisiciones de muebles y enceres equipo de oficina los requerimientos legales, jurídicos y organizativos.

##### 4.1.6.1. Localización

Tiene como objetivo encontrar la ubicación más ventajosa, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto ya que contribuirán a minimizar los costos de inversión

##### 4.1.6.2. Macro localización

La microempresa de tejidos manufacturados a crochet estará ubicada en el cantón Quinsaloma provincia los Ríos Ecuador.

Limita al Norte con valencia al Sur con ventanas al Este con Cotopaxi al Oeste con Ventanas y Quevedo.



Gráfico 17. Mapa de la Provincia de Los Ríos

#### 4.1.6.3. Micro localización

El negocio exactamente estará ubicado en el centro del cantón Quinsaloma pues en este lugar existe más concurrencia de personas.

Y donde contara con las instalaciones y servicios básicos.



**Gráfico 18. Mapa del Cantón Quinsaloma**

#### 4.1.6.4. Tamaño del proyecto

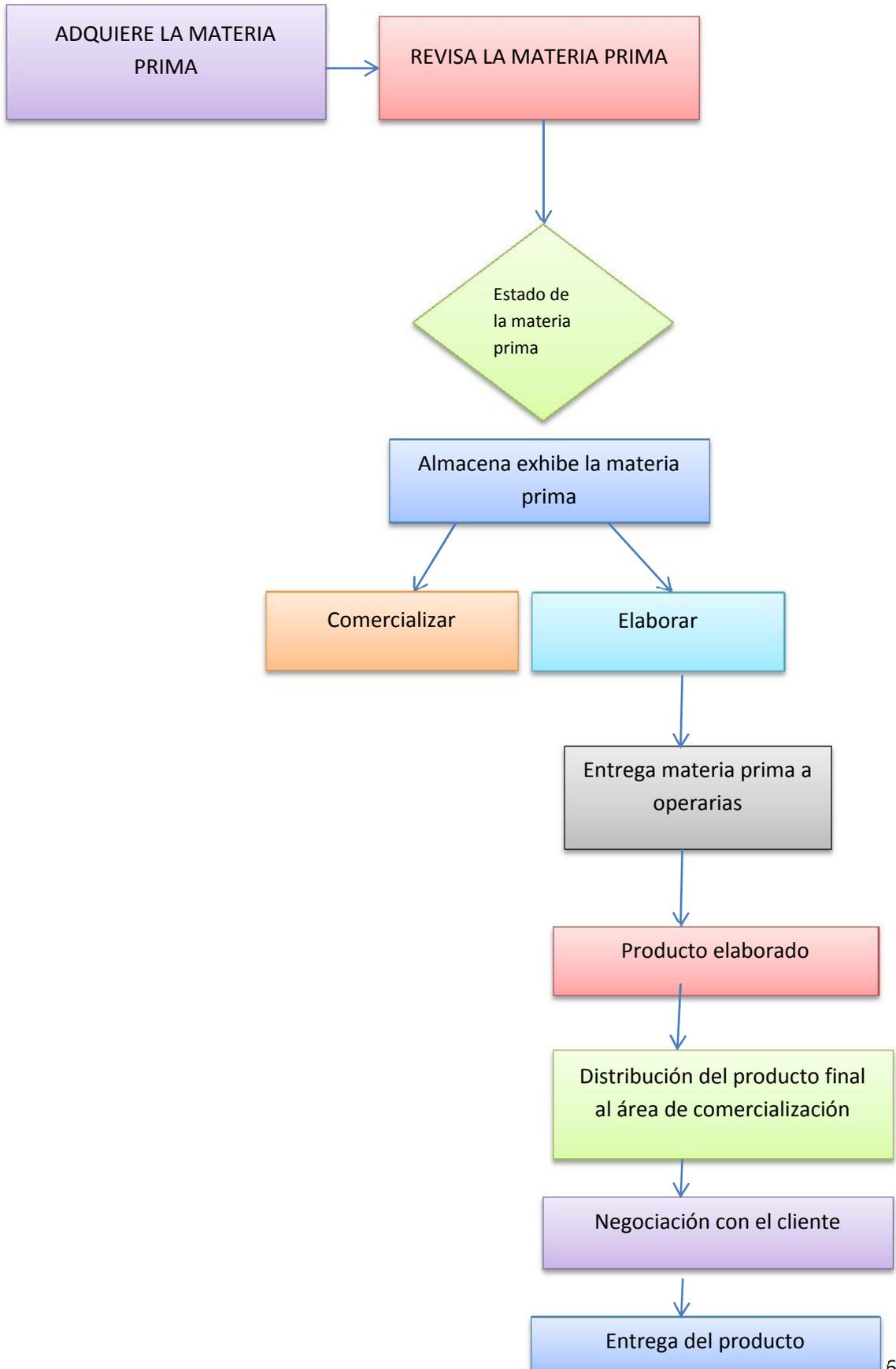
El tamaño del proyecto se refiere a la escala a nivel de producción que puede alcanzar, es decir la capacidad de producción a la que se ha decidido operarlo en un determinado tiempo

**Cuadro 34. Capacidad a instalarse en la elaboración y comercialización de tejidos manufacturados a crochet**

Años	Demanda insatisfecha	%	Capacidad Utilizada
2015	20.834	5%	1.042
2016	21.271	5%	1.064
2017	21.716	6%	1.303
2018	22.172	6%	1.330
2019	22.638	6%	1.358

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza

**4.1.6.5. Flujo grama de elaboración y comercialización de los productos tejidos a crochet.**



#### 4.1.6.6. Requerimiento del proyecto

**Cuadro 35. Mano de obra**

<b>CANTIDAD</b>	<b>CARGO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>
1	Gerente	700,00
1	Auxiliar administrativa	500,00
1	Vendedora	354,00
1	Servicios generales	300,00
	<b>TOTAL</b>	<b>1.854,00</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 36. Equipo**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR U</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Maquina overlock	1	1.600,00	1.600,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.600,00</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 37. Muebles y enseres**

<b>CANT</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
3	Escritorio	180,00	540,00
2	Silla oficina	50,00	100,00
15	Silla	12,00	180,00
1	Mesa	60,00	60,00
1	Archivador metálico	100,00	100,00
2	Acondicionador de aire	500,00	1.000,00
2	Vitrinas	160,00	320,00
2	Exhibidores	160,00	320,00
	<b>TOTAL</b>		<b>2.620,00</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 38. Equipo de oficina**

<b>CANT</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
2	Computadoras	800	1600,00
1	Impresora	350	350,00
2	Celular	40	80,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.030,00</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 39. Suministro de oficina**

<b>CANT</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
10	Resmas de hoja a 4	4,30	43,00
6	Frascos de tinta para impresora	5,00	30,00
10	Lápices	0,15	1,50
10	Borradores	0,20	2,00
3	Tijeras	0,40	1,20
2	Grapadoras	2,75	5,50
50	Carpetas cartón	0,20	10,00
10	Cajas de clips	0,30	3,00
5	Resaltadores	0,50	2,50
1	Caja de lapiceros	6,00	6,00
5	Cuadernos	1,50	7,50
30	Sobres manila	0,15	4,50
4	Pen drive	10,00	40,00
2	Saca grapas	1,00	2,00
<b>TOTAL</b>			<b>158,70</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 40. Insumos de limpieza**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO U	VALOR TOTAL
Tela toalla	10	3,00	30,00
Guantes negros	3	1,50	4,50
Escobas	3	2,00	6,00
Desinfectantes	2	2,50	5,00
Jabón para dispensador	10	0,50	5,00
Ajax cloro liquido	10	1,00	10,00
Fundas de basura	50	0,50	25,00
Recogedores de basura	3	1,25	3,75
Baldes	3	2,00	6,00
Olimpia	2	2,10	4,20
Ambiental	3	3,50	10,50
<b>TOTAL</b>			<b>109,95</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 41. Requerimiento de servicios básicos**

CONCEPTO	VALOR MENSUAL
Luz	150,00
Agua	15,00
Teléfono	40,00
<b>Valor total</b>	<b>205,00</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 42. Adecuación del local**

CONCEPTO	COSTO TOTAL
Mano de obra	150,00
Pinturas de pared	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>250,00</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

#### Cuadro 43. Gastos de venta

CONCEPTO	VALOR MENSUAL
Publicidad de radio	120,00
<b>Total</b>	<b>120,00</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

#### 5.1.4. Presupuesto del proyecto

#### Cuadro 44. Activos fijos

DETALLE	VALOR TOTAL
Muebles y enseres	2.620,00
Equipo de oficina	2.030,00
Maquinaria	1.600,00
<b>Total</b>	<b>6.250,00</b>

Fuente investigación campo  
Elaborado por Maritza Angulo

#### Cuadro 45. Activos intangibles

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Gasto de constitución	600,00
Permiso del cuerpo de bomberos	80,00
Alquiler del local	400,00
Patente municipal	90,00
<b>Valor total</b>	<b>1.170,00</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 46. Capital de trabajo**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Costo de producción	6.315,00
Sueldo al personal	1.854,00
Insumos de oficina	158,70
Insumos de limpieza	109,95
Servicios básicos	205,00
Publicidad	120,00
Adecuación del local	250,00
<b>Total</b>	<b>9.012,65</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 47. Presupuesto inversión inicial**

DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO
Muebles y enseres	2.620,00
Equipo de oficina	2.030,00
Maquina overlock	1.600,00
Alquiler del local	400,00
Adecuación del local	250,00
servicios básicos	205,00
Materiales de limpieza	109,95
Suministros de oficina	158,70
Costo de producción	6.315,00
Publicidad adecuada	<b>120,00</b>
Publicidad	120,00
Recurso humano	<b>1.854,00</b>
Sueldo al Personal	1.854,00
Gastos de funcionamiento	<b>770,00</b>
Permisos de funcionamiento	770,00
<b>Subtotal</b>	<b>16.432,65</b>
<b>Imprevistos 5%</b>	<b>821,63</b>
<b>Total inversión inicial</b>	<b>17.254,28</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

#### Cuadro 48. Financiamiento

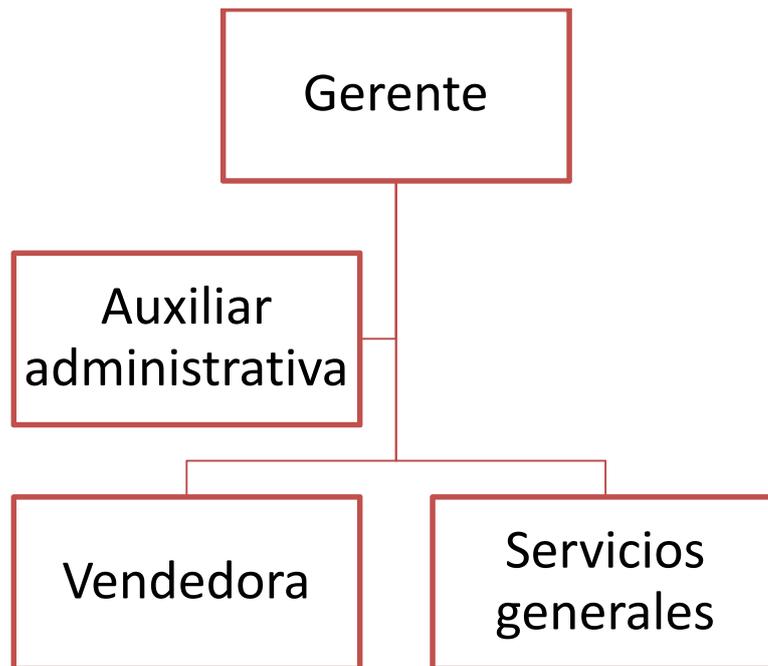
DESCRIPCIÓN	MONTO	PORCENTAJE
Capital propio	10.254,28	59%
Crédito bancario	7.000	41%
<b>Total</b>	<b>17.254,28</b>	<b>100%</b>

Fuente investigación campo  
Elaborado por Maritza Angulo

#### 4.1.6.7 Inversión inicial

La inversión necesaria para la implementación de la microempresa de los tejidos manufacturados a crochet en el Cantón Quinsaloma es de \$ **17.254,28**

#### 4.1.6.8 Organigrama estructural de la microempresa



Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

## **Descripciones de funciones**

### **Puesto gerente general**

#### **Función básica**

Administrar planificar dirigir y controlar todas las actividades que se realicen en la microempresa, representar a la empresa legal y jurídicamente.

### **Puesto auxiliar administrativa**

#### **Función básica**

Ser responsable

Apoyar al gerente de la microempresa en el área administrativa

Elaborar informes financieros

Llevar libros contables

Controlar y efectuar el inventario del producto.

### **Puesto vendedora**

#### **Función básica**

Es la que se encarga de vender y cobrar la mercadería a los clientes,

Que la mercadería no falte en las vitrinas y exhibidores.

Tener buena presencia y buen trato hacia los mismos.

### **Puesto Servicios generales**

#### **Función básica**

Deberá tener aseada las instalaciones tanto internas como externas

Responder por el buen uso de las herramientas de aseo a su cargo

#### **4.1.6.9 Visión**

Ser una microempresa líder de elaboración y comercialización de tejidos a crochet en el mercado, basada en la credibilidad calidad, y puntualidad.

#### **4.1.6.10 Misión**

Ofrecer a los clientes productos tejidos a crochet de alta calidad hecha a mano con altos estándares de calidad, con variedad de diseños, satisfaciendo los gustos y preferencias del consumidor a nivel nacional.

### **4.1.7 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

#### **4.1.7.1 Presupuesto**

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista expresada en valores y términos financieros que debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas.

#### **4.1.7.2 Activos fijos**

Son los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones, representa al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.

**Cuadro 49. Inversión activos fijos**

<b>EQUIPO</b>	<b>CANT</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
	1	Maquina overlok	1.600,00	1.600,00
		<b>SUBTOTAL</b>		<b>1.600,00</b>
	3	Escritorio	180,00	540,00
	2	Silla oficina	50,00	100,00
	15	Silla	12,00	180,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	1	Mesa	60,00	60,00
	1	Archivador metálico	100,00	100,00
	2	Acondicionador de aire	500,00	1.000,00
	2	Vitrinas	160,00	320,00
	2	Exhibidores	160,00	320,00
		<b>SUBTOTAL</b>		<b>2.620,00</b>
	2	Computadoras	800,00	1.600,00
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	1	Impresora	350,00	350,00
	2	Celular	40,00	80,00
		<b>SUBTOTAL</b>		<b>2.030,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>				<b>6.250,00</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 50. Depreciación activos fijos**

DESCRIPCIÓN	COSTO	AÑOS V/U	AÑOS				
			1	2	3	4	5
Escritorio	180,00	10	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
silla de oficina	50,00	10	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Sillas	12,00	10	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20
Mesa	60,00	10	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Archivador	100,00	10	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Acondicionador	500,00	5	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Vitrinas	160,00	10	16,00	16,00	16,00	16,00	16,00
Exhibidores	160,00	10	16,00	16,00	16,00	16,00	16,00
Computadora	800,00	3	266,67	266,67	266,67	0	0
Impresora	350,00	5	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Teléfono	40,00	2	20,00	20,00	0	0	0
Maquina	1600,00	10	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
<b>total de depreciación anual</b>			<b>688,87</b>	<b>688,87</b>	<b>668,87</b>	<b>402,20</b>	<b>402,20</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

#### 4.1.7.3 Activos intangibles

Es el conjunto de bienes inmateriales representado de bienes inmateriales representado en derechos, privilegios o ventajas de competencia que son valiosos porque contribuyen a un aumento e ingreso o utilidades por medio de su empleo en el ente económico

**Cuadro 51. Activos intangibles**

DETALLE	VALOR TOTAL
Gasto de constitución	600,00
Permiso del cuerpo de bomberos	80,00
Alquiler del local	400,00
Patente municipal	90,00
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>1.170,00</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

#### 4.1.7.4 Capital de trabajo

Son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar, en este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente se conoce como activo corriente

**Cuadro 52. Capital de trabajo**

DETALLE	DETALLE
Costo de producción	6.315,00
Sueldo al personal	1.854,00
Insumos de oficina	158,70
Insumos de limpieza	109,95
Servicios básicos	205,00
Publicidad	120,00
Adecuación del local	250,00
<b>TOTAL</b>	<b>9.012,65</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 53. De presupuesto total**

Activos fijos	6.250,00
Activos intangibles	1.170,00
Capital de trabajo	9.012,65
Subtotal	16.432,65
Imprevistos 5%	821,63
<b>TOTAL</b>	<b>17.254,28</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 54. Costo de producción**

Producto	Material	Mano de obra	P/u Producción	Unidades	Costo de producción	P. Venta	P. venta total
Cartera 1	6,00	10,00	16,00	30	480,00	27,00	810,00
Cartera 2	6,00	10,00	16,00	60	960,00	25,00	1.500,00
Cartera cd 3	7,00	12,00	19,00	40	760,00	26,00	1.040,00
Billetera h 4	4,00	5,00	9,00	30	270,00	15,00	450,00
Billetera m 5	4,00	5,00	9,00	50	450,00	15,00	750,00
Billetera m 6	4,00	5,00	9,00	40	360,00	15,00	600,00
Gorra h 7	4,00	6,00	10,00	30	300,00	16,00	480,00
Gorra m 8	4,00	6,00	10,00	50	500,00	15,00	750,00
Tapete 9	3,00	5,00	8,00	70	560,00	15,00	1.050,00
Blusa 10	8,00	15,00	23,00	30	690,00	30,00	900,00
Blusa 11	8,00	14,00	22,00	30	660,00	30,00	900,00
Tapete 12	2,50	4,00	6,50	50	325,00	15,00	750,00
<b>TOTALES</b>	<b>60,50</b>	<b>97,00</b>	<b>157,50</b>	<b>510</b>	<b>6.315,00</b>	<b>244,00</b>	<b>9.980,00</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 55. Proyección anual de los costos de producción de los tejidos a crochet**

PRODUCTO	CANTIDA ANUAL	P/U	INGRESO ANUAL
Cartera 1	360	27,00	9.720,00
Cartera 2	720	25,00	18.000,00
Cartera cd 3	480	26,00	12.480,00
Billetera h 4	360	15,00	5.400,00
Billetera m 5	600	15,00	9.000,00
Billetera m 6	480	15,00	7.200,00
Gorra h 7	360	16,00	5.760,00
Gorra m 8	600	15,00	9.000,00
Tapete 9	840	15,00	12.600,00
Blusa 10	360	30,00	10.800,00
Blusa 11	360	30,00	10.800,00
Tapete 12	600	15,00	9.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>119.760,00</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

**Cuadro 56. Ingresos de ventas proyectadas de los productos tejidos a crochet.**

<b>INGRESOS AÑOS</b>	<b>PROYECTADO TOTAL</b>
1	119.760,00
2	125.748,00
3	132.035,00
4	138.637,00
5	145.569,00

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

#### 4.1.7.5 Estado de pérdidas y ganancias proyectado

**Cuadro 57. Estado de pérdidas y ganancias proyectado**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Ventas</b>	119.760,00	125.748,00	132.035,00	138.637,00	145.569,00
Costo de producción	69.465,00	72.938,25	76.585,16	80.414,42	84.435,14
<b>Utilidad bruta en ventas</b>	<b>50.295,00</b>	<b>52.809,75</b>	<b>55.449,84</b>	<b>58.222,58</b>	<b>61.133,86</b>
<b>Gastos operativos</b>					
<b>Gastos administrativos</b>	<b>32.731,80</b>	<b>34.368,39</b>	<b>36.086,81</b>	<b>37.891,15</b>	<b>39.785,33</b>
Sueldos al personal	22.248,00	23.360,4	24.528,42	25.754,84	27.042,20
Insumos de oficina	1.904,40	1.999,62	2.099,60	2.204,58	2.314,81
Servicios básicos	2.460,00	2.583,00	2.712,15	2.847,76	2.990,15
Insumos de limpieza	1.319,40	1.385,37	1.454,64	1.527,37	1.603,74
Alquiler del local	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
<b>Gastos financieros</b>	<b>712,13</b>	<b>555,34</b>	<b>398,53</b>	<b>241,73</b>	<b>84,94</b>
<b>Gastos de venta</b>	<b>380,00</b>	<b>399,00</b>	<b>418,95</b>	<b>439,90</b>	<b>461,90</b>
Gastos de publicidad	360,00	378,00	396,90	416,75	437,59
Otros egresos	20,00	21,00	22,05	23,15	24,31
<b>Depreciaciones</b>	<b>688,87</b>	<b>688,87</b>	<b>688,87</b>	<b>402,20</b>	<b>402,20</b>
<b>Total gastos en operación</b>	<b>34.512,80</b>	<b>36.011,60</b>	<b>37.593,16</b>	<b>38.974,98</b>	<b>40.734,37</b>
Utilidad antes de impuestos y participación	15.782,20	16.798,15	17.856,68	19.247,60	20.399,49
15% participación a trabajadores	2.367,33	2.519,72	2.678,50	2.887,14	3.059,92
Utilidad antes impuestos a la renta	13.414,87	14.278,43	15.178,18	16.360,46	17.339,57
<b>25% impuesto a la renta</b>	<b>3.353,72</b>	<b>3.569,61</b>	<b>3.794,55</b>	<b>4.090,12</b>	<b>4.334,89</b>
<b>Utilidad neta</b>	<b>10.061,15</b>	<b>10.708,82</b>	<b>11.383,63</b>	<b>12.270,34</b>	<b>13.004,68</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

#### 4.1. 7.6 Flujo de caja proyectado

**Cuadro 58. Flujo de caja proyectado**

CONCEPTO	INVERSIÓN	1	2	3	4	5
<b>Ingresos por ventas</b>		119.760,00	125.748,00	132.035,00	138.637,00	145.569,00
Ingresos por ventas de productos tejidos						
Aporte propio	10.254,28					
Préstamo	7.000,00					
<b>Total ingresos</b>		<b>119.760,00</b>	<b>125.748,00</b>	<b>132.035,00</b>	<b>138.637,00</b>	<b>145.569,00</b>
Costo de producción		69.465,00	72.938,25	76.585,16	80.414,42	84.435,14
Gastos de administración		32.731,80	34.368,39	36.086,81	37.891,15	39.785,33
Gastos de venta		380,00	399,00	418,95	439,90	461,90
Gastos financieros		<b>712,13</b>	<b>555,34</b>	<b>398,53</b>	<b>241,73</b>	<b>84,94</b>
Depreciaciones		688,87	688,87	688,87	402,20	402,20
<b>Total egresos</b>		<b>103.977,80</b>	<b>108.949,85</b>	<b>114.178,32</b>	<b>119.389,40</b>	<b>125.169,51</b>
<b>Flujo operacional</b>		<b>15.782,20</b>	<b>16.798,15</b>	<b>17.856,68</b>	<b>19.247,6</b>	<b>20.399,49</b>
15 %participación de trabajadores		2.367,33	2.519,72	2.678,50	2.887,14	3.059,92
Utilidad antes impuesto a la renta		13.414,87	14.278,43	15.178,18	16.360,46	17.339,57
25% impuesto a la renta		3.353,72	3.569,61	3.794,55	4.090,12	4.334,89
<b>Utilidad neta</b>		<b>10.061,15</b>	<b>10.708,82</b>	<b>11.383,63</b>	<b>12.270,34</b>	<b>13.004,68</b>
<b>Inversión inicial</b>	<b>17.254,28</b>					
Alquiler del local	400,00					
Adecuación del local	250,00					
Servicios básicos	205,00					
Muebles y enseres	2.620,00					
Equipo de oficina	2.030,00					
Maquina overlock	1.600,00					
Materiales de limpieza	109,95					
Suministros de oficina	158,70					
Costo de producción	6.315,00					
Publicidad	120,00					
Sueldo al Personal	1.854,00					
Gastos de funcionamiento	770,00					
<b>Imprevistos 5%</b>	<b>821,63</b>					
<b>Depreciación (+)</b>		<b>688,87</b>	<b>688,87</b>	<b>688,87</b>	<b>402,20</b>	<b>402,20</b>
<b>Capital recibido (+)</b>	<b>7.000,00</b>					
<b>Pago de capital(-)</b>		<b>1.400,04</b>	<b>1.400,04</b>	<b>1.400,04</b>	<b>1.400,04</b>	<b>1.400,04</b>
<b>Flujo de caja neto</b>		<b>9.349,98</b>	<b>9.997,65</b>	<b>10.672,46</b>	<b>11.272,5</b>	<b>12.006,84</b>
<b>Flujo de caja acumulado</b>		<b>9.349,98</b>	<b>19.347,63</b>	<b>30.020,09</b>	<b>41.292,59</b>	<b>53.299,43</b>

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

#### 4.1.8 Van y Tir

**Cuadro 59. Evaluación financiera del proyecto**

VAN	20.637,32
TIR	51%
RELACIÓN B/C	\$ 2,20

Fuente: investigación campo  
Elaborado por: Maritza Angulo

#### **Valor actual neto**

El índice financiero es positivo lo cual muestra que el proyecto es conveniente

#### **Tasa interna de retorno**

La tasa interna de retorno es el 51% lo cual es bueno porque es un porcentaje mayor que el costo de oportunidad.

#### **Relación beneficio costo**

Es de 2,20 lo que muestra es que por cada \$ 1,00 dólar de inversión se tendría \$ 1,20 de ganancia.

#### 4.1.9 indicadores de evaluación económica.

La evaluación económica permite conocer la rentabilidad del proyecto mediante la aplicación de las siguientes técnicas:

- ❖ Para calcular la tasa de oportunidad se toma en cuenta .El índice inflacionario de junio 30 del 2015 el cual fue 4.87%, el valor referencial del riesgo país que fue de 1.55%, y la tasa pasiva promedio de 5.54% del 31 de julio 2015 que sumado da como resultado un 12% , esto permitirá calcular el VAN
  
- ❖ En el imprevisto de inversión inicia se considera trabajar el 5%.
  
- ❖ El valor actual neto mide la rentabilidad para lo cual se calcula el valor de todos los flujos a futuros de caja proyectados a partir del primer periodo de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero, si el resultado de este índice financiero es positivo entonces indica que el proyecto es conveniente, y si es negativo sería todo lo contrario. En este caso se tiene un VAN de \$ 20.637,32 lo que muestra que es favorable para ejecutar el proyecto.
  
- ❖ TIR es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil tomando en cuenta los flujos de caja proyectado, cuando la tasa interna de retorno es mayor que la tasa de oportunidad indica que el proyecto es viable, en este caso es 51% y la tasa de oportunidad del 12%.
  
- ❖ Beneficio costo, cuando el índice es mayor que 1 señala que el proyecto es conveniente, es este caso el beneficio costo es \$ 2,20 esto quiere decir que por cada \$1,00 dólar de inversión los inversionistas estarían ganando \$ 1,20 de ganancia

**CAPITULO V**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1. CONCLUSIONES

Realizado el proyecto de investigación se concluye lo siguiente

- En la investigación de mercado se comprobó que los productos tejidos a crochet es aceptado por los habitantes del cantón Quinsaloma; además que la variedad de diseños es lo que más les llama la atención.
  
- El estudio técnico se ve una buena viabilidad debido a que la localización potencial de la microempresa de tejidos manufacturados a crochet, que estará ubicado en el centro del cantón Quinsaloma, que además cumplirá con las expectativas necesarias para la buena exposición del producto, y con sus instalaciones, áreas como taller y administrativas.
  
- El estudio económico financiero se estableció una inversión inicial de 17.254,28, además en el VAN se obtuvo 20.637,28 y el TIR es 51%, un beneficio costo de \$ 2,20, los ingresos por la venta de varios tejidos a crochet es atractivo, en el primer año es de 119.760,00 el segundo año es de 125.748,00 el tercer año es de 132.035,00 el cuarto año es de 138.637,00 y el quinto año es de 145.569, con estos datos se concluye que es proyecto es factible realizarlo.

## 5.2. RECOMENDACIONES

- ❖ Se establece que los productos tejidos a crochet, sea promocionando por los medios de comunicación de mayor aceptación, para que el producto sea adquirido con facilidad, atendiendo los requerimientos y necesidades del cliente para captar más segmentos de mercado, ofreciendo diversidad de diseños, para ganar ventajas competitivas y de esta forma diferenciarse de los competidores.
- ❖ Debido a la gran acogida del producto es importante recomendar que se dé a conocer hacia otros lugares geográficos del país, cumpliendo siempre con las expectativas necesarias para que negocio sea viable.
- ❖ La factibilidad del proyecto se recomienda ejecutarlo porque además de beneficio económico, genera fuentes de empleo lo cual permite el desarrollo económico y social.

**CAPITULO VI**  
**BIBLIOGRAFÍA**

## 6.1 BIBLIOGRAFÍA

1. AREVALO, D. (2013). Plan de negocios para la creación de un cer recreativo . Quevedo .
2. ARTURO, M. (2009). Proyecto de Inversión . México: Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A.Pág. 71.
3. BACA U, G. (2010). Evaluación de proyectos. México: Mc Graw Hill Pág. 16.
4. BLANCO. (2012). Formulación y Evaluación de Proyectos.
5. CALVACHE, L. (2010). La investigación científica como alternativa en la
6. formación profesional. Colombia: Pág.8.
7. CORDOVA. (2010). Formación y Evaluación del Proyecto. Bogotá: Ecos Edición Pág.173.
8. ERAS, R. (2013). proyecto de inversión. Loja.
9. FRANDUL, R. (2010). Análisis de la factibilidad técnica y financiera. Honduras:pág. 25.
- 10.MORALES, C. A. (2009). Proyecto de Inversión Mc Graw Hill Interamericano. México: Ediciones. S.A.Pág. 71.
11. OROSZO M, J. d. (2010). Evaluación financiera de proyectos. España.: Eco Ediciones.
12. PEÑAFIEL, M. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de un centro recreacional agro turístico mi casita de campo . en la finca san jose Canton el empalme.
13. PRIETO H, J. (2010). Los proyectos, la razón de ser del presente. Bogotá: Ecos. Ediciones pág. 50.
14. ROSA, F. (2010). Análisis de la factibilidad técnica y financiera. Honduras.
15. SAPAG & SAPAG, N. (2013). Ppreparación y evaluación de proyectos. Quinta edición.

16. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS. Instructivo para la constitución, aumento y más actos societarios de las compañías mercantiles

17. VERA, M. (2011). En analisis de factibilidad para la apertura de un restaurante vegetariano en el. cantón Buena fe: pag 36.

## 6.1.2 LINKOGRAFÍA

1. COSTO FINANCIERO; Consultado 4 de 03 de 2013. Publicado por <https://espanol.answers.yahoo.com>.
2. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA. Consultado el 3 de Mayo de 2014, publicado <http://proyectos.ingenotas.com/2014/>.
3. DISEÑOS TEJIDOS A CROCHET; Consultado 26 de septiembre 2014, publicado por [trabajosartesanal.blogspot.com](http://trabajosartesanal.blogspot.com)
4. ESTUDIO TECNICO CONSULTADO Consultado el 26 de febrero de 2014, Publicado por <https://prezi.com/iu2gwbi8ynux/objetivo>
5. EL VAN Y EN TIR; Consultado abril 2014 publicado por [www.crecenegocios.com/el-el-van-el-tir/](http://www.crecenegocios.com/el-el-van-el-tir/)
6. ESQUEMAS DE TEJIDOS CROCHET; Consultado 23 de noviembre de 2014 publicado por [solocrochetmanualista.blogspot.com](http://solocrochetmanualista.blogspot.com)
7. MICROEMPRESA. Consultado Consultado el 13 de febrero de 2014, de Shtml, publicado por [M.monografias.com-trabajos-clasificación-empresas](http://M.monografias.com-trabajos-clasificación-empresas).
8. TEJIDO, H. D; Consultado el 2 de marzo de 2013. publicado por [www.crochet.com.ar](http://www.crochet.com.ar).

## **CAPITULO VII**

### **ANEXOS**

## Fotografías

**Cartera 1**



**Cartera 2**



**Cartera cd 3**



**Billetera de hombre 4**



### Billetera de mujer 5



### Billetera de mujer 6



**Gorra de hombre 7**



**Gorra de mujer 8**



Tapete 9



Blusa 10



**Blusa 11**



**Tapete12**



## ANEXO

**Cuadro 60. Costo de producción**

<b>Producto</b>	<b>Material</b>	<b>Mano de obra</b>	<b>P/u Producción</b>	<b>Unidades</b>	<b>Costo de producción</b>	<b>P. Venta</b>	<b>P. venta total</b>
Cartera 1	6,00	10,00	16,00	30	480,00	27,00	810,00
Cartera 2	6,00	10,00	16,00	60	960,00	25,00	1.500,00
Cartera cd 3	7,00	12,00	19,00	40	760,00	26,00	1.040,00
Billetera h 4	4,00	5,00	9,00	30	270,00	15,00	450,00
Billetera m 5	4,00	5,00	9,00	50	450,00	15,00	750,00
Billetera m 6	4,00	5,00	9,00	40	360,00	15,00	600,00
Gorra h 7	4,00	6,00	10,00	30	300,00	16,00	480,00
Gorra m 8	4,00	6,00	10,00	50	500,00	15,00	750,00
Tapete 9	3,00	5,00	8,00	70	560,00	15,00	1.050,00
Blusa 10	8,00	15,00	23,00	30	690,00	30,00	900,00
Blusa 11	8,00	14,00	22,00	30	660,00	30,00	900,00
Tapete 12	2,50	4,00	6,50	50	325,00	15,00	750,00
<b>TOTALES</b>	<b>60,50</b>	<b>97,00</b>	<b>157,50</b>	<b>510</b>	<b>6.315,00</b>	<b>244,00</b>	<b>9.980,00</b>

### ANEXO 3 Tabla de amortización

<b>Monto</b>	7.000
<b>Tasa de interés</b>	11,20%
<b>Plazo</b>	5
<b>Pagos años</b>	12
<b>Periodos</b>	60

<b>Cuota</b>	<b>Saldo Capital</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Seguro Desgravamen</b>	<b>Valor a Pagar</b>
1	7,000.00	116.67	65.33	1.84	183.84
2	6,883.33	116.67	64.24	1.81	182.72
3	6,766.67	116.67	63.16	1.78	181.60
4	6,650.00	116.67	62.07	1.75	180.48
5	6,533.33	116.67	60.98	1.71	179.36
6	6,416.67	116.67	59.89	1.68	178.24
7	6,300.00	116.67	58.80	1.65	177.12
8	6,183.33	116.67	57.71	1.62	176.00
9	6,066.67	116.67	56.62	1.59	174.88
10	5,950.00	116.67	55.53	1.56	173.76
11	5,833.33	116.67	54.44	1.53	172.64
12	5,716.67	116.67	53.36	1.50	171.52
13	5,600.00	116.67	52.27	1.47	170.40
14	5,483.33	116.67	51.18	1.44	169.28
15	5,366.67	116.67	50.09	1.41	168.16
16	5,250.00	116.67	49.00	1.38	167.04
17	5,133.33	116.67	47.91	1.35	165.92
18	5,016.67	116.67	46.82	1.32	164.81
19	4,900.00	116.67	45.73	1.29	163.69
20	4,783.33	116.67	44.64	1.26	162.57
21	4,666.67	116.67	43.56	1.22	161.45
22	4,550.00	116.67	42.47	1.19	160.33
23	4,433.33	116.67	41.38	1.16	159.21
24	4,316.67	116.67	40.29	1.13	158.09
25	4,200.00	116.67	39.20	1.10	156.97
26	4,083.33	116.67	38.11	1.07	155.85
27	3,966.67	116.67	37.02	1.04	154.73
28	3,850.00	116.67	35.93	1.01	153.61
29	3,733.33	116.67	34.84	0.98	152.49

30	3,616.67	116.67	33.76	0.95	151.37
31	3,500.00	116.67	32.67	0.92	150.25
32	3,383.33	116.67	31.58	0.89	149.13
33	3,266.67	116.67	30.49	0.86	148.01
34	3,150.00	116.67	29.40	0.83	146.89
35	3,033.33	116.67	28.31	0.80	145.77
36	2,916.67	116.67	27.22	0.77	144.65
37	2,800.00	116.67	26.13	0.73	143.53
38	2,683.33	116.67	25.04	0.70	142.42
39	2,566.67	116.67	23.96	0.67	141.30
40	2,450.00	116.67	22.87	0.64	140.18
41	2,333.33	116.67	21.78	0.61	139.06
42	2,216.67	116.67	20.69	0.58	137.94
43	2,100.00	116.67	19.60	0.55	136.82
44	1,983.33	116.67	18.51	0.52	135.70
45	1,866.67	116.67	17.42	0.49	134.58
46	1,750.00	116.67	16.33	0.46	133.46
47	1,633.33	116.67	15.24	0.43	132.34
48	1,516.67	116.67	14.16	0.40	131.22
49	1,400.00	116.67	13.07	0.37	130.10
50	1,283.33	116.67	11.98	0.34	128.98
51	1,166.67	116.67	10.89	0.31	127.86
52	1,050.00	116.67	9.80	0.28	126.74
53	933.33	116.67	8.71	0.24	125.62
54	816.67	116.67	7.62	0.21	124.50
55	700.00	116.67	6.53	0.18	123.38
56	583.33	116.67	5.44	0.15	122.26
57	466.67	116.67	4.36	0.12	121.14
58	350.00	116.67	3.27	0.09	120.03
59	233.33	116.67	2.18	0.06	118.91
60	116.67	116.67	1.09	0.03	117.79