



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

Tesis de grado previa la obtención del
título de Ingeniero en Gestión
Empresarial

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES DEL
SECTOR ARTESANAL EN LA PRODUCCIÓN DE QUEMADORES DE
COCINA DOMESTICA DE BRONCE EN EL CANTON BUENA FE, AÑO 2014**

MAHENA ELIZABETH VELEZ PLUA
AUTORA

ING. FREDDY BUSTAMANTE VERA, M.Sc.
DIRECTOR

QUEVEDO – ECUADOR
2014

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Mahena Elizabeth Vélez Plua**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; 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

MAHENA ELIZABETH VELEZ PLUA
AUTORA

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

El suscrito Ing. Freddy Bustamante Vera, MSc., Docente de Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Egresada: Mahena Elizabeth Vélez Plua, realizó la tesis previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial, Titulada: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES DEL SECTOR ARTESANAL EN LA PRODUCCIÓN DE QUEMADORES DE COCINA DOMESTICA DE BRONCE EN EL CANTON BUENA FE, AÑO 2014”** bajo mi dirección, habiendo cumplido con la disposición reglamentaria establecida para el efecto.

ING. FREDDY BUSTAMANTE VERA, M.Sc.
DIRECTOR DE TESIS



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

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo para la
obtención del título de:

INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Aprobado:

ING. ENRIQUE VASQUEZ AGUIRRE M.Sc
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

LCDO. BOLIVAR YEPEZ YANEZ, M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

ING. PEDRO MIRANDA ULLON M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Quevedo – Ecuador

2014

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni la fe para desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy.

Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos. A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome en este proceso.

“La dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar”. **Thomas Chalmers**

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A la UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A mi director de tesis, Ing. Freddy Bustamante Vera, M.Sc. por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación, y en especial al Ing. Luis Rivero por sus consejos, su enseñanza y más que todo por su amistad.

A mis amigos (as) y compañeros (as) con quienes compartí estos cinco años de vida universitaria, Janeth Macías, Xiomara Barreiro, Alex Bernita y Ariana Molina

Y por último a mi gran amiga Lcda. Karla Quiñonez Moreira, quien es como una madre para mí, la cual me han motivado durante mi formación profesional. Y a una persona que en los meses se ha convertido en alguien muy importante C.D.I.M

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIÓN			
1	Título / title	M	Estudio de factibilidad para la creación de una PYMES del sector artesanal en la producción de quemadores de cocina domestica de bronce en el cantón Buena Fe, año 2014
2	Creador / Creator	M	Mahena Elizabeth Vélez Plua; Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/ subject	M	Ciencias Empresariales; Gestión empresarial; Estudio de Factibilidad
4	Descripción / Description	M	Esta investigación se realizó en el cantón Buena Fe, provincia Los Ríos, tiene una superficie de 569 km ² , sus coordenadas geográficas son: 0°53'47" Sur y 79°29'22" Oeste. Es una zona climática lluviosa subtropical, su temperatura habitual es de unos 20 a 33 °C y una altitud de 100 msnm. La duración de esta investigación fue de aproximadamente 120 días.
5	Editor/Publisher	M	FCE; Carrera en Ingeniería en Gestión Empresaria; Mahena Elizabeth Vélez Plua.
6	Colaborador/contributor or	O	Ninguno
7	Fecha / Date	M	09/01/14
8	Tipo/ Type	M	Proyecto de Investigación; Artículo
9	Formato/ Format	R	Doc. Word 2010; pdf
10	Identificador/identifier	M	http://biblioteca.uteq.edu.ec
11	Fuente/Source	O	Investigación Administrativa. Estudio

			de Factibilidad
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Sector económicamente activo del cantón Buena Fe
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencia/Audience	O	Proyecto de investigación (Research Project)

ÍNDICE

Portada	i
Declaración de auditoria y cesión de derecho	iii
Certificación de director de tesis	iv
Firma de tribunal	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Esquema de codificación	viii
Índice	x
Resumen ejecutivo	xv
Abstract	xvii
CAPITULO I	
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1 INTRODUCCIÓN	2
1.2 PROBLEMATIZACIÓN	4
1.2.2 Formulación Del Problema	5
1.2.3 Sistematización Del Problema	5
1.3 JUSTIFICACIÓN	6
1.4 OBJETIVOS	7
1.5 HIPÓTESIS	8
CAPITULO II	
MARCO TEÒRICO	
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10
2.1.1 Estudio de Factibilidad	10
2.1.2 Factibilidad Económica	11
2.1.3 Factibilidad Técnica	12
	x

2.1.4	Factibilidad Financiera	12
2.1.5	Factibilidad Legal	12
2.1.6	Factibilidad Ambiental	12
2.1.7	Estudio de Mercado.	13
2.1.8	Estudio Técnico	16
2.1.9	PYMES	18
2.2	FUNDAMENTACION CONCEPTUAL	20
2.2.1	Definición de Empresa	20
2.2.2	Estudio de Mercado	24
2.2.3	Estudio Económico	29
2.2.4	PYMES	35
2.2.5	Estudio Financiero	38
2.3	FUNDAMENTACION LEGAL	43
2.3.1	Constitución del Ecuador	43
2.3.2	Ley del artesano	44
2.3.3	Permiso de Funcionamiento	48
2.3.5	Aspectos Legales de una Pyme:	50
CAPÍTULO III		
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		
3.1	MATERIALES Y MÉTODOS	53
3.1.1	Localización y duración de la investigación	53
3.1.2	Materiales y equipos	53
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	53
3.2.1	Documental	53
3.2.2	De campo	54
3.3	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	54
3.3.1	Método Inductivo	54

3.3.2 Método Deductivo	54
3.3.3 Método Sintético – Analítico	54
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	55
3.4.1 Población	55
3.4.2 Muestra	55
CAPÍTULO IV	
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
4.1 RESULTADOS	58
4.1.1 ESTUDIO DE MERCADOS	58
4.1.2 ESTUDIO TECNICO	64
4.1.3 ESTUDIO FINANCIERO	66
CAPÍTULO V	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1 CONCLUSIONES	75
5.2 RECOMENDACIONES	76
CAPÍTULO VI	
BIBLIOGRAFÍA	
6.1 BIBLIOGRAFÍA	78
CAPÍTULO VII	
ANEXOS	81

INDICE DE CUADROS

Cuadro		Pag.
1	Pregunta 1. ¿En su casa qué tipo de cocina poseen?	58
2	Pregunta 2 ¿Cada qué tiempo cambian de quemadores de su cocina a gas en su hogar?	59
3	Pregunta 3 ¿Cuánto está dispuesto a pagar por el juego los quemadores de cocina a gas?	60
4	Pregunta 4. Conoce que por seguridad se recomienda el cambio periódico de los quemadores de su cocina. Sabiendo eso ¿Está dispuesto a cambiar los quemadores de su cocina?	61
5	Pregunta 5 ¿Conoce de la producción de quemadores en la ciudad?	62
6	Pregunta 6 ¿Está dispuesto a adquirir el producto de producción local siendo de excelente calidad?	63
7	Ventas anuales	66
8	Materia prima	66
9	Mano de obra directa	67
10	Gastos Administrativos	67
11	Gastos de ventas	68
12	Gastos generales	69
13	Total costos directos	69
14	Total costos indirectos	69
15	Inversiones	69
16	Estado de resultados	70
17	Balance General	71
18	Flujo de caja proyectado	72
19	VAN - TIR	73

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráficos	Pag.
1 Pregunta 1. ¿En su casa qué tipo de cocina poseen?	58
2 Pregunta 2 ¿Cada qué tiempo cambian de quemadores de su cocina a gas en su hogar?	59
3 Pregunta 3 ¿Cuánto está dispuesto a pagar por el juego los quemadores de cocina a gas?	60
4 Pregunta 4. Conoce que por seguridad se recomienda el cambio periódico de los quemadores de su cocina. Sabiendo eso ¿Está dispuesto a cambiar los quemadores de su cocina?	61
5 Pregunta 5 ¿Conoce de la producción de quemadores en la ciudad?	62
6 Pregunta 6 ¿Está dispuesto a adquirir el producto de producción local siendo de excelente calidad?	63
7 Mapa de macrolocalización donde se ubicará el proyecto	64

RESUMEN EJECUTIVO

Este Estudio de Factibilidad pretende evaluar la viabilidad técnica y económica de la implementación de un proyecto capaz de aportar al desarrollo del sector artesanales del Cantón Buena Fe a través del ofrecimiento de productos artesanales. Se efectuó con el objetivo de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Pymes del sector artesanal en la producción de quemadores de cocina domestica elaborados en bronce, Cantón Buena Fe, año 2014.

El instrumento seleccionado para la obtención de la información para la realización de este proyecto fue la entrevista, encuesta para nuestros posibles clientes y la observación. Dicho instrumento fue estructurado por ítems entre los cuales se destacan las preguntas de tipo cerrado pero también se incluyeron preguntas abiertas donde se desarrollaron respuestas a juicio de los entrevistados.

Para determinar la muestra se considerará un universo de 63.148 personas que representarán la población urbana y rural del Cantón Buena Fe. De dicha población se obtuvo una muestra de 382 personas, a las cuales se les tomó las encuestas respectivas

Como principales resultados se obtuvo que de los encuestados el 98% cuenta con cocinas a gas y el restante 2% utiliza cocinas eléctricas, el 59% de los encuestados realizan los cambios de quemadores de bronce al año de su uso, el 33% cada seis meses y el restante 8% no tienen tiempo definido o mayor al año. El 72% de los encuestados manifestaron que están dispuestos a cancelar o han cancelado entre \$4 a \$6 dólares americanos, mientras que el 25% cancelarían de \$6 a \$10 dólares americanos

La inversión del proyecto es de \$75.615,00; el cual será cubierto en su totalidad por los inversores ya que cuentan con los recursos necesarios y la infraestructura necesaria para poner en marcha el proyecto, el VAN es positivo de \$ 162.005,78; revelando lo rentable que se convierte el proyecto al traer las proyecciones futuras dentro de 5 años, la rentabilidad mínima del proyecto con las condiciones dadas es de 137,5%. Por lo tanto, como la rentabilidad relativa neta es positiva, esto quiere decir que la rentabilidad de este proyecto es mayor que el interés o rentabilidad media del mercado.

Es factible la instalación y puesta en marcha de una pymes del sector artesanal en la producción de quemadores de cocina domestica de bronce en el cantón Buena Fe, aunque la situación actual del mencionado cantón en cuanto a la demanda de quemadores de cocina es baja debido a la baja población y el tiempo en que cambian de quemadores de manera semestral o anual, por lo cual y de acuerdo a lo manifestado existen posibilidades de distribuir a ciudades cercanas

ABSTRACT

This feasibility study aims to assess the technical and economic feasibility of implementing a project capable of contributing to the development of the craft sector Canton Good Faith by offering products artesanales. Se carried out in order to conduct a feasibility study for the creation of SMEs in the craft sector in the production of domestic kitchen burners made of bronze, Canton Buena Fe, 2014.

The selected tool for obtaining information for the realization of this project was the interview survey for our potential customers and observation. This instrument was structured items among which include closed-ended questions but open questions where answers were developed in the opinion of the respondents were also included.

To determine the sample is regarded as a universe of 63,148 persons representing urban and rural population of the Canton Buena Fe. From this population a sample of 382 people, which were taken the respective surveys was obtained

The main results are obtained that respondents 98% have gas stoves and the remaining 2% use electric cookers, 59% of respondents made changes brass burners year of use, 33% every six months and the remaining 8% have no definite or more per year. 72% of respondents said they are willing to cancel or canceled from \$ 4 to \$ 6 USD, while 25% would cancel \$ 6 to \$ 10 US dollars

The investment of the project is \$ 75,615.00; which will be covered entirely by investors because they have the resources and expertise to implement the project infrastructure, the NPV is positive of \$ 162,005.78; revealing how profitable the bill becomes to bring future projections within five years, the minimum profitability of the project with the given conditions is 137.5%. Therefore, as the net relative profitability is positive, this means that the profitability of the project is greater than the interest or average market return.

Installation and commissioning of SMEs in the craft sector in the production of domestic kitchen burners bronze in the canton Buena Fe is feasible, although the current situation of that canton in the demand for cooking burners is low because low population and changing weather burners semiannual or annual basis, whereby and according to the statement there are possibilities to distribute to nearby cities

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

"Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa." ***Mahatma Gandhi***

1.1 INTRODUCCIÓN

La tesis tiene su fundamento en las perspectivas profesionales diseñadas en la Carrera de Gestión Empresarial, caracterizada por hacer un estudio y diseño de una empresa, donde se incorporen aspectos relacionados con la planificación, dirección, control y desarrollo empresarial.

La evolución del mundo de los negocios, la globalización de la economía, la mayor incidencia de la tecnología en los procesos industriales, tanto en los aspectos productivos como en los de gestión y control de las actividades económicas, hacen que cada vez sean más necesaria la constante actualización de los conceptos que marcan la dirección empresarial.

Este Estudio de Factibilidad pretende evaluar la viabilidad técnica y económica de la implementación de un proyecto capaz de aportar al desarrollo del sector artesanal del Cantón Buena Fe a través del ofrecimiento de productos artesanal.

El esfuerzo estará encaminado a que siempre se cuente con los materiales apropiado y personal competente, con el compromiso de cumplir con el mercado.

El instrumento seleccionado para la obtención de la información para la realización de este proyecto fue la entrevista, encuesta para nuestros posibles clientes y la observación. Dicho instrumento fue estructurado por ítems entre los cuales se destacan las preguntas de tipo cerrado pero también se incluyeron preguntas abiertas donde se desarrollaron respuestas a juicio de los entrevistados.

Las PYMES aportan con cerca de 10% de todo lo que produce el país y contribuyen con más del 60% al empleo; son el cuerpo más fértil para el desarrollo empresarial y del emprendimiento. De ahí la necesidad de

emprender una nueva PYMES en el Cantón Buena Fe

1.2 PROBLEMATIZACIÓN

1.2.1 Planteamiento Del Problema

El tema “Estudio de factibilidad para la creación de una pymes del sector artesanal en la producción de quemadores de cocina domestica fabricados en bronce en el Cantón buena fe, año 2014” relacionado con la línea de investigación, vinculada a la carrera universitaria, ya que la misma lleva hacia nuevas ideas, propuestas y esto implica emprendimiento y gestión empresarial, junto a la iniciativa de utilización de metales y a la creatividad a través del desarrollo artesanal. Existe iniciativa alrededor de este tema, pocas son las personas que emplean este proceso pero en base a la utilización del aluminio, el cual no tiene una garantía máxima.

El comercio es parte fundamental de la historia de las sociedades, es algo natural entre ellas, se fundamenta en el intercambio y en el aprovechamiento de los diversos recursos naturales y tecnológicos, el comercio ecuatoriano, pese a ciertos cambios cualitativos y cuantitativos, no ha podido adquirir autonomía y desarrollo, para modificar su antigua estructura.

Es de vital importancia fomentar dentro del país la producción de bienes secundarios, es decir que impliquen la utilización de mano de obra e insumos ecuatorianos. Siendo las Pequeñas y Medianas Empresas, PYMES, un importante motor para generar producción, empleo e ingresos a nuestra economía.

La iniciativa de quemadores de cocina de bronce se basa en que la sociedad necesita un nuevo producto que satisfaga sus necesidades, siendo más durable, bonito y garantizado y surgió la necesidad de emprender una Pymes para la realización de este producto, en el Cantón Buena Fe, año 2014.

Las causas por las cuales una pymes no se sustenta en el mercado son las que no permiten al pequeño empresario fortalecerse, las cuales son: ausencia de un centro de asesoría servicio empresarial, inexistencia de personal especializado en moldar, deteriorado del equipamiento, escaso financiamiento e infraestructura inexistente.

1.2.2 Formulación Del Problema

¿De qué manera beneficiará al mercado la creación de una Pymes del sector artesanal en la producción de quemadores de cocina domestica elaborados en bronce en el cantón Buena Fe, año 2014?

1.2.3 Sistematización Del Problema

- P1: ¿En qué consiste un estudio de factibilidad para la creación de una pymes del sector artesanal en la producción de quemadores de cocina domestica de bronce en el cantón Buena Fe?
- P2: ¿En qué influye la competencia de otras Pymes que fabrican quemadores de cocinas domesticas en el Cantón Buena Fe?
- P3: ¿En qué incide la demanda insatisfecha de quemadores de cocina de uso doméstico en el mercado del Cantón Buena Fe?

1.3 JUSTIFICACIÓN

Esta tesis está orientada a la elaboración de un Estudio de Factibilidad para la creación de una Pymes encaminada a la producción de quemadores de cocinas domesticas fabricados en bronce, lo que implica la responsabilidad de satisfacer las necesidades del mercado del Cantón Buena Fe en la utilización de dicho producto.

Esta idea se fundamenta en las diversas opiniones que se ha podido auscultar con la realización de las encuestas y conversaciones con diferentes personas de algunos sectores del cantón Buena Fe.

La incesante aparición de nuevos productos y la evolución de los mercados llevan a una necesidad de conocer el día a día para poder reaccionar de una manera ágil y eficaz, a fin de evitar ser marginados del mercado por la competencia o por la obsolencia de los productos ofertados.

Para ello, se adoptará un enfoque abierto, donde el usuario será el beneficiario y protagonista principal de este proceso. En las bases de esta propuesta se plantea la producción de un producto de buena calidad a bajo costo y garantizado

El proyecto inicialmente plantea, conocer el proceso producción de los quemadores de cocina, los cuales proveerán al mercado comodidad de compra, satisfacción y garantía del mismo.

Luego, a través de la investigación conocer si en el Cantón Buena Fe existen otras Pymes, y su participación en el mercado de la producción de quemadores; lo cual permitirá determinar la real demanda insatisfecha del producto.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Pymes del sector artesanal en la producción de quemadores de cocina domestica elaborados en bronce, Cantón Buena Fe, año 2014.

1.4.2 Objetivos específicos

- Realizar un Estudio: Técnico, Económico y Financiero para determinar la Factibilidad de una Pymes en la Producción de quemadores de cocina doméstica.
- Analizar la Situación Actual del Mercado del Cantón Buena Fe y la Demanda de quemadores de cocina.
- Determinar la viabilidad para la Creación de una Pymes dedicada a la fabricación de quemadores de cocina doméstica de bronce.

1.5 HIPÓTESIS

La elaboración de un Estudio de Factibilidad permitirá la creación de una Pymes del sector artesanal en la producción de quemadores de cocina domestica elaborados en bronce para satisfacer la demanda insatisfecha del mercado del Cantón Buena fe.

1.5.1 Variable dependiente

Creación de una Pymes del sector artesanal en la producción de quemadores de cocina domestica

1.5.2 Variable independiente

Estudio de Factibilidad

CAPITULO II

MARCO TEÒRICO

“Somos lo que pensamos y como
pensamos vivimos” ***Mahatma
Gandhi***

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1 Estudio de Factibilidad

Ramírez y Cajigas (2009), Definen al estudio de factibilidad como una idea de negocio, radica en el hecho de minimizar los riesgos propios de la inversión, y paralelamente, conocer de manera ordenada en amplitud y profundidad, sobre el portafolio de productos a ofrecer, es natural esperar de parte de los emprendedores inversores disponer de un análisis completo y detallado, capaz de responder al menos a sus principales interrogantes y expectativas, respecto a la idea de negocio.

Un estudio de factibilidad podrá pronosticar con mayor certeza el rumbo de éxito o fracaso de una idea de negocio, si se lo realiza dentro de parámetros de alta calidad, de exigencia de emprendedores e inversores sobre ellos mismo y el equipo encargado de hacer el trabajo en materia de la investigación necesaria a cumplir.

El estudio de factibilidad es la base principal para llevar a cabo un proyecto, ya que permite estudiar los recursos necesarios, objetivos y metas señaladas.

La determinación de los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerado por los objetivos vistos anteriormente, estos recursos se analizan en función de tres aspectos: Operativos, Técnicos, Económicos(<http://www.angelfire.com/>, 2013).

Factibilidad Operativa.- Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo.

Factibilidad Técnica.- Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles (medibles). El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse.

Factibilidad Económica.-Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos. Generalmente la factibilidad económica es el elemento más importante ya que a través de él se solventan las demás carencias de otros recursos, es lo más difícil de conseguir y requiere de actividades adicionales cuando no se posee.

2.1.1.1 Definición de Objetivos

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. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no es capaz de dar. En las empresas se cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de factibilidad de un proyecto sin ser limitativos(<http://www.angelfire.com/>, 2013).

2.1.2 Factibilidad Económica

Stair y Reynolds (2008) Dicen que la evaluación de proyecto carece de sentido desde el punto de vista económico y si los beneficios que se pronosticaron compensaran o no le costó y tiempo necesarios para obtenerlos.

2.1.3 Factibilidad Técnica

Córdoba (2010), Tiene por objeto proveer información para cualificar el monto de las inversiones y de los costos de operación perteneciente a esta área. El propósito es determinar las condiciones técnicas de realización del proyecto (materias primas, energía, mano de obra, etc.); en este estudio se incluyen los aspectos de tamaño, localización e ingeniería.

2.1.4 Factibilidad Financiera

Zúñiga (2012) y Montoya *et al.*, Consideran que se construye mediante la comparación de los costos del proyecto y los beneficios económicos que genera. Aquí tal como se ha señalado, se encontró con una dificultad, la cual radica en el hecho de que los beneficios de estos proyectos no están cuantificados adecuadamente, e inclusive, existen proyectos que no generan directamente un flujo de ingresos.

2.1.5 Factibilidad Legal

Córdoba, M. (2010), Determina la existencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, incluyendo las normas internas de la empresa.

Fernández, S. (2008) Se refiere a que el desarrollo del proyecto tiene que ver con la legislación del país para crear cierto tipo de empresas y los estímulos o impuestos que pudieron estar vigentes, y que podrían afectar o beneficiar el proyecto. Estas regulaciones tienen que ver con estímulo a la producción, impuestos específicos, aranceles a la importación de materia prima, etc.

2.1.6 Factibilidad Ambiental

Córdoba, M. (2010), Determina el impacto sobre el ambiente, por ejemplo, la contaminación.

Fernández, S. (2008) En ella es que podría afectar la etapa de operación, tanto en la parte productiva como de desechos, en donde se hace necesario cumplir con una serie de directrices emanadas por entidades responsables de la salud pública.

2.1.7 Estudio de Mercado.

Galindo (2008) Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

En el corto plazo (1 año).- Podemos utilizar estrategias que nos permitan crecer en el ámbito local, podemos posicionar nuestro producto o servicio en una zona geográfica relativamente pequeña: paralelamente podemos evaluar si los consumidores han aceptado nuestro producto o servicio y cuáles son sus sugerencias al respecto.

A mediano plazo (2 años).- Se puede desarrollar un programa de crecimiento controlado para la empresa y entrar a competir con otras del mismo sector, incrementando nuestros niveles de producción, con el fin de comercializar el producto o servicio.

A largo plazo (3-5 años).- La empresa debe estar posicionada en el mercado compitiendo en forma directa con los productos líderes, también se puede pensar en la comercialización a nivel nacional o internacional, por medio de la exportación a otros países.

Blanco (2008) El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

2.1.7.1 Producto

Palacios (2012) Es un conjunto de atributos, tangibles e intangibles, identificables que incluye entre otras cosas empaque, color, precio, calidad, diseño y marca, junto con los servicios como garantía, mantenimiento y la reputación del vendedor. Es pues, un conjunto de beneficios que satisfacen las necesidades del cliente. Es el objeto del intercambio que se puede ser un bien, un servicio, una idea, una persona, un lugar. Los productos se pueden clasificar en:

1. Productos de Consumo:

- Bienes de conveniencia. Ejemplo: dulces, pasta dental, pilas.
- Bienes de comparación. Ejemplo: electrodomésticos, automóviles.
- Bienes de especialidad. Ejemplo: vestidos costosos, alimentos natural.
- Bienes no buscados. Ejemplo: películas, videoteléfonos, lápidas.

2. Productos Industriales: Materias Primas:

- Bienes en su estado natural: minerales, tierras, productos de bosques.
- Productos agrícolas: algodón, frutas, ganados y producto de animales.
- Materiales de fabricación: lingotes de hierro, carretes de hilo.
- Piezas de fabricación: cremalleras, botones, chips semiconductores.
- Instalaciones: generadores de una presa, hornos de fundición.
- Equipo de accesorio: herramientas eléctricas, montacargas, escritorio de oficinas.
- Suministros de operación: aceite de lubricación, lápices y artículos de escritorio.

3. Servicios:

- Actividad de una persona en sí: abogados, economistas, ingenieros.
- Con la ayuda de un recurso material o económico: hoteles, bancos.

2.1.7.2 Oferta

Kloter (2008) Es una combinación de productos, servicios, información o experiencia ofrecidos a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo, las ofertas de mercado no están limitadas a productos físicos.

2.1.7.3 Demanda

Méndez (2007) “Es una parte muy importante de la microeconomía que se conoce como la teoría de la demanda, que examinarlas diversas cantidades que los consumidores están dispuestos a adquirir a diferentes precios, tanto de mercancías como de servicios en un momento determinado”. La demanda puede ser individual si se refiere a una sola persona, y de mercado si se refiere al conjunto de individuos de la sociedad.

2.1.7.4 Precio

Diccionario de Marketing (2010) El precio es una evaluación efectuada sobre un producto y que traducida a unidades monetarias expresa la aceptación o no del consumidor hacia el conjunto de atributos de dicho producto, atendiendo su capacidad para satisfacer necesidades.

2.1.7.5 Canales De Comercialización

Hernández (2008) “Es la transferencia del bien de los centros reproducción a los centros d consumo, pero esta transferencia debe contemplar: el colocar el bien en tiempo y lugar adecuado, que le permita al consumidor efectuar sus compras para satisfacer sus necesidades”.

Un canal de comercialización permite conocer de manera sistemática el flujo de circulación de los bienes o servicios entre su origen (productor), y su destino (consumidor). Los canales son:

- Producto – consumidor

- Productor – minorista – consumidor
- Productor – mayorista – minorista – consumidor
- Productor – agente – mayorista – minorista – consumidor

Este tipo de canal funciona, cuando las empresas productoras están distantes a los centros de consumo, por lo cual se valen de agentes quienes darán a conocer las bondades del producto a mayoristas, quienes se encargarán del suministro a los minoristas, para que éstos los vendan al consumidor final.

2.1.8 Estudio Técnico

2.1.8.1 Localización

Sapag (2011) “La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o en su fracaso, por cuanto de ello dependerán en gran parte la aceptación o el rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que carece de incentivos para su grupo familiar (colegios, entretenimientos, etc.), o los costos de acopio de la materia prima, entre muchos otros factores”.

Uno fundamental consiste en considerar variables constitutivas de ventajas competitivas con respecto a las características diagnosticadas para la futura competencia. Además de variables de índole económica, el evaluador de un proyecto deberá incluir en su análisis variables estratégicas de desarrollo futuro, flexibilidad para cambiar su destino y factores emocionales de la comunidad, entre otros.

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macrolocalización, donde se elige la región o zona, y el de la microlocalización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto. Los factores que incluyen en la ubicación son:

- Mercado que se desea atender.
- Transporte y accesibilidad de los usuarios.

- Regulaciones legales.
- Condiciones topográfica.
- Aspectos ambientales.
- Costos y disponibilidad de terrenos.
- Entorno y existencia.

2.1.8.2 Tamaño

Cochran (2011), “El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados”. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de insumos la localización del proyecto, el valor de los equipos, etcétera.

Las especificaciones técnicas de los equipos pueden presentar tres características respecto del tamaño:

- a. Que la cantidad demanda total sea menor que la capacidad de producción de la menor tecnología existente en el mercado;
- b. Que la cantidad demandada sea similar a la capacidad de producción de alguna tecnología; y

Que la cantidad demandada sea mayor que la capacidad de producción de la tecnología disponible.

2.1.8.3 Ingeniería del Proyecto

“Artículo Científico sobre La Ingeniería de Proyecto. La ingeniería de un proyecto industrial tiene por objeto llenar una doble función: La de aportar la información que permita hacer una evaluación económica del proyecto”.

La de establecer las bases técnicas sobre las que se construirá e instalará la planta, en caso de que el proyecto demuestre ser económicamente atractivo.

La primera fase de la ingeniería del proyecto consiste en la realización de una serie de actividades que tienen por objeto obtener la información necesaria para la adopción de un proceso de producción adecuado; es necesario que se seleccione la tecnología a utilizar, es decir, el paquete de técnicas, procesos y prácticas, la determinación de los insumos, de las materias primas y las obras civiles, etc.

2.1.9 PYMES

2.1.9.1 Definición de las PYMES

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que se destacaron las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

2.1.9.2 Fortalezas de las PYMES

- Representan el 95% de las unidades productivas
- Generan el 60% del empleo

- Participan del 50% de la producción
- Amplio potencial redistributivo
- Capacidad de generación de empleo
- Amplia capacidad de adaptación
- Flexibilidad frente a los cambios
- Estructuras empresariales horizontales

2.1.9.3 Debilidades de las PYMES

- Insuficiente y/o inadecuada tecnología y maquinaria para la fabricación de productos
- Insuficiente capacitación del talento humano.
- Insuficiencia de financiamiento.
- Insuficiente cantidad productiva
- Inadecuación de la maquinaria y procedimientos propios a las normativas de calidad exigidas en otros países.

2.1.9.4 Características de las PYMES

Al ser una empresa en desarrollo sus principales características consisten:

- Requieren de exigencias técnicas, de calidad y legales.
- Escasa capacidad de negociación.
- Inexistencia de estrategias globales de internacionalización
- Débiles encadenamientos productivos-materias primas
- Costos elevados por desperdicio de materia prima.
- Insuficiente cantidad productiva para exportar.
- Inadecuación de la maquinaria y procedimientos propios a las normativas de calidad exigidas en empresas grandes.

2.1.9.5 Tratamiento tributario de las PYMES

Para fines tributarios las PYMES de acuerdo al tipo de RUC que posean se las divide en:

- Personas naturales
- Sociedades

2.2 FUNDAMENTACION CONCEPTUAL

2.2.1 Definición de Empresa

García (2008), Define que la empresa es un grupo social en el que a través de la administración de sus recursos, del capital y del trabajo, se producen bienes y/o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de una comunidad. Conjunto de actividades humanas organizadas con el fin de producir bienes o servicios.

Ortiz (2009), Expresa que la empresa ha ejercido un papel muy importante en la economía de mercado, ha sido un agente económico imprescindible en el sistema de economía libre o capitalista. Dos son las causas principales que justifican la existencia de las empresas:

La existencia de costos de mercado, las imperfecciones del mercado y la incertidumbre sobre las transacciones en el mismo llevan a la necesidad de una nueva fórmula de regulación, distinta del mercado (mano invisible), superadora de los costos que se originan.

2.2.1.1 Funciones específicas de la empresa como agente económico

García (2008), Indica que las funciones específicas de la empresa como agente económico son las siguientes:

- Organiza, coordina y dirige el proceso de producción, asignando recursos, efectuando transacciones y estableciendo relaciones en su entorno.
- Anticipa la renta nacional, generando las rentas monetarias.
- Asume y reduce los costes de mercado (costes de transacción) y los de información (costes de identificación).
- Asume el riesgo inherente de la actividad económica.
- Desarrolla el sistema económico, creando riqueza y empleo.

2.2.1.2 Tipos de factores

García (2008), Los tipos de factores pueden ser: Pasivos y Activos.

Factores pasivos: están formados por los recursos económicos clásicos: tierra y capital.

- Capital financiero.
- Capital técnico (Tangible e Intangible).

Factores activos, expresa que están formados por las personas integrantes del sistema empresarial.

- Propietarios.
- Administradores y directivos.
- Empleados y obreros.

2.2.1.3 Dimensiones de la empresa

Ortiz (2009), La empresa presenta cinco dimensiones: Funcional, Técnico - Económica, Económica - Financiera, Jurídico - Mercantil y Social.

2.2.1.3.1 Dimensión funcional

Ortiz (2009), Es una actividad organizada y alternativa al mercado con ánimo de lucro. Representa la justificación del papel que la empresa juega en la economía de mercado, destacando la figura del empresario. Considera la empresa como una organización.

2.2.1.3.2 Dimensión técnico-económica

Ortiz (2009), Considera que la actividad productiva de bienes y servicios. Se concentra en la transformación productiva, explicada por unas funciones de producción y coste. Considera la empresa como una unidad de producción.

2.2.1.3.3 Dimensión económico-financiera

Ortiz (2009), Indica que la actividad económica que crea valor añadido y dinero. Es la visión del capitalismo financiero e internacional. Considera la empresa como una unidad financiera.

2.2.1.3.4 Dimensión jurídico-mercantil

Ortiz (2009), Actividad generadora de actividades contractuales entre los factores. Considera la empresa como una unidad de decisión.

2.2.1.3.5 Dimensión social

Ortiz (2009), Expone que la actividad compuesta por relaciones humanas y de poder. Es la actividad más importante y a la que últimamente se le ha prestado más atención. Constituye un complejo diseño de comunicaciones y relaciones existentes dentro de un grupo de seres humanos. Considera la empresa como un sistema social.

2.2.1.4 La misión o los objetivos generales de la empresa

Ortiz (2009), Enseña que la visión se convierte en algo tangible con los objetivos generales o la misión de la empresa. Estos objetivos deben expresar las metas que se propone alcanzar la empresa a nivel global y a largo plazo en función de su visión, pero también en función de su entorno actual y de su evolución futura según las oportunidades y amenazas que se puedan producir y de las propias fuerzas y debilidades de la empresa, de su capacidad en relación al entorno.

Existe una gran polémica en relación con los objetivos generales de la empresa; a continuación citaremos algunas de las teorías más representativas:

2.2.1.4.1 Maximización del beneficio

Ortiz (2009), Es el objetivo más aceptado en general, a pesar de que la mayoría de los empresarios aceptan incluir otros objetivos secundarios junto con éste.

2.2.1.4.2 Maximización de las ventas

Ortiz (2009), Afirma que las retribuciones de los directivos están estrechamente relacionadas con la cifra de negocios de la empresa, aunque sin perder de vista los beneficios.

2.2.1.4.3 Maximización de la tasa de crecimiento equilibrado

Ortiz (2009), Implica un crecimiento equilibrado de las ventas y del capital propio de la empresa. Con ello los directivos logran maximizar tanto su objetivo como el de los accionistas.

2.2.1.4.4 Maximización de la preferencia por el gasto

Ortiz (2009), Los objetivos de los directivos no son solamente el salario sino que existen otros como poder, prestigio, seguridad, posición, etc. De todos ellos el único cuantificable es el salario, el resto depende de otras variables relacionadas y que pueden ser medibles. Se introduce el concepto de preferencia por el gasto, atribuyendo a los directivos una cierta satisfacción al realizar unos determinados gastos, siempre que se logren unos beneficios satisfactorios.

2.2.1.4.5 Satisfacción de los Intereses de directivos, accionistas, personal, clientes, sociedad en general.

Ortiz (2009), Hemos cambiado el concepto de maximización por el de satisfacción: se debe buscar un equilibrio entre todos los intereses que existen en la empresa.

2.2.2 Estudio de Mercado

Para alcanzar los objetivos anteriores el estudio de mercado se deberá enfocar a los siguientes factores:

- La Demanda
- La Oferta
- Los Precios
- Los Canales de comercialización.

Mariotti, J. (2008), El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende

1. La necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.
2. También identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien.
3. Igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios.

En un estudio de factibilidad sirve como antecedente para la realización de los estudios técnicos, de ingeniería, financiera y económica para determinar la viabilidad de un negocio.

El estudio de mercado está compuesto por bloques, buscando identificar y cuantificar, a los participantes y los factores que influyen en su comportamiento.

Blanco, A. (2008), El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

Hernández, A. (2007), El estudio de mercado de un proyecto, es uno de los más importantes y complejos análisis que debe realizar el investigador. Más que centrar la atención sobre el consumidor y la cantidad del producto que éste demandará, se tendrán que analizar los mercados, proveedores, competidores y distribuidores, e incluso cuando así se requiera, se analizarán las condiciones del mercado externo.

El estudio de mercado, más que describir y proyectar los mercados relevantes para el proyecto, debe ser la base sólida para realizar un estudio completo y proporcionar datos básicos para las partes de la investigación.

Cada proyecto requiere un estudio de mercado, que sea tan diferente de acuerdo a los productos que se estudien. A pesar de esto, es posible generalizar un proceso que considere un estudio histórico para determinar una relación causa – efecto, sobre las experiencias de otros y los resultados logrados.

Hay que realizar un estudio que permita definir la situación actual con y sin el proyecto, además de un estudio proyectado que concluya cual será el mercado particular que pueda tener la empresa, con la determinación de la estrategia comercial, que es importante para los nuevos productos, por lo tanto es necesario contar con un estudio acerca del consumidor, sus hábitos y motivaciones de compra.

2.2.2.1 Análisis de la demanda

Hernández, A. (2007), El término demanda se puede definir como el número de unidades de un determinado bien y servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un período determinado de tiempo y según

determinadas condiciones de precio, calidad, ingresos, gustos de los consumidores, etc.

La demanda para un determinado producto, representa las diferentes cantidades que se pueden comprar a distintos precios en un tiempo determinado. Sin embargo, la demanda para un bien servicio depende:

- Del precio del bien o servicio en cuestión. Establece que cuando el precio del bien o servicio aumenta, la cantidad demandada disminuye, esto implica que precio y cantidad reaccionan en sentido inverso.
- El precio de los bienes sustitutos. Se dice que un bien es sustituto de otro, cuando al aumentar el precio de uno la cantidad demandada aumenta.
- El precio de los bienes sustitutos. Se dice que un bien es sustituto de otro, cuando al aumentar el precio de uno la cantidad demandada aumenta.
- Ingreso de los consumidores. Este establece que, al aumentar el ingreso de los consumidores, la cantidad demandada aumenta y disminuye si el ingreso disminuye.
- Gustos y preferencias. Nos dice que, si los gustos y preferencias aumentan, la demanda de éste aumenta y viceversa.

Miranda, J. (2008), Aparecen una serie de factores que condicionan y determinan los gustos y preferencias de los consumidores, lo mismo que su poder adquisitivo o capacidad de compra.

2.2.2.2 Análisis de la oferta

Miranda, J. (2008), El estudio tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y se atenderán en un futuro, las demandas o necesidades de la comunidad.

La oferta es también una variable que depende de otras, tales como, los costos y disponibilidad de los insumos, las restricciones determinadas por el gobierno, los desarrollos tecnológicos, las alternativas del clima, los precios de los bienes sustitutos y complementarios, la capacidad instalada de la competencia, etc.

Merino, R. (2008), El estudio de la oferta, consiste en conocer los volúmenes de producción y venta de un determinado producto o servicio, así como saber, el mayor número de características de las empresas que los generan. Durante el proceso de recolección de datos, es frecuente que las organizaciones eviten dar información sobre sí mismos, por lo que hay necesidad de prever ciertos procedimientos o técnicas para obtener los datos o información que se requiere. Por ello, lo primero es determinar el número de productores y oferentes que intervienen en el área de influencia, es decir, nuestra competencia.

Si existe sólo un productor, se trata de una especie de monopolio que posiblemente tenga asegurada su venta y, en estas condiciones, poco se puede hacer, ya que la solución probablemente reviste un mayor carácter político que técnico. Pero, si es el caso contrario, porque hay muchas empresas que compiten, entonces los datos más importantes a obtener serán en torno a los costos de producción, niveles de calidad y servicios que se agregan al producto.

Si son pocos los oferentes, se debe buscar información, como por ejemplo: capacidad instalada, producción real y potencial, programas de expansión, posicionamiento, etc. Los aspectos a considerar pueden ser: prestigio de la marca, políticas de expansión, costos de producción, niveles de competencia, distancias con los centros de consumo, tipos y costos de transporte y períodos y motivos por los que se eleva o baja la producción.

Miranda, J. (2008), P. Para el análisis de la oferta, siguen la misma pautas de manejo de la información estadística anotadas para la demanda, dado que se realiza el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, y la cantidad que se ofrecerán, así como las circunstancias de precio y calidad en que se realiza dicha oferta. Esto supone la identificación y selección de fuentes secundarias y primarias adecuadas que le den confiabilidad al estudio.

Baca, G. (2010), El propósito que 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 el mercado un bien o servicio. Es necesario conocer los factores cuantitativos que incluyen la oferta. En esencia se sigue el mismo procedimiento que en la investigación de la demanda. Hay que recabar datos de fuentes primarias y secundarias.

Hernández, A. (2007), 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 servicio.

Los determinantes que influyen en la cantidad ofrecida son:

- **El precio del bien en cuestión.** Se establece que a medida que el precio aumenta, la cantidad ofrecida es mayor, será menor si el precio disminuye, por lo tanto precio y cantidad reaccionan en razón directa. Sin embargo el precio está determinado por:
 - El costo de la materia prima
 - Los intereses que se pagan por el uso del capital
 - Sueldos y salarios que son otorgados por la empresa.
 - Dividendos a la organización.
 - Impuestos al gobierno
 - Publicidad
 - El precio a que venderá este artículo en el mercado por otros productores. Es decir, que el precio debe ser competitivo tanto en calidad como en precio esto es, producir con el mínimo costo y que éste sea por lo menos, igual al de otras empresas que produzcan artículos semejantes en calidad y cualidades.
- **La tecnología.** A medida que la tecnología se perfecciona (evoluciona) la producción aumenta.
- **La oferta de los insumos.** La abundancia o escasez de los insumos, es una limitante en la cantidad que se pueda ofrecer al consumidor.

- **Condiciones meteorológicas.** Hay artículos que sólo se pueden producir bajo ciertas condiciones naturales: temperatura, lluvia, grado de humedad, etc., por lo tanto la cantidad que se pueda producir, dependerá de que las condiciones naturales sean óptimas.

2.2.3 Estudio Económico

2.2.3.1 Inversión

Córdoba, M. (2010), Manifiesta que las inversiones en derecho financiero requiere la reducción del consumo en el presente como la esperanza de aumentar las oportunidades de consumo en el futuro.

Miranda J. (2008), La función financiera con respecto a las inversiones está encaminada a administrar y controlar su eficiente manejo.

Consideramos tres tipos:

- Inversiones fijas
- Inversiones diferidas
- Capital de trabajo

2.2.3.1.1 Inversión Fija

Miranda J. (2008), Son aquellas que se realizan en bienes tangibles; se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil; son entre otras: los terrenos para la construcción de instalaciones, o explotaciones, maquinaria, equipo y herramientas; vehículos; muebles, etc.

Rebeco G. (2008), La inversión fija también se conoce como formación bruta de capital fijo. La palabra fijo se usa para destacar que, contrariamente a los inventarios, estos bienes estarán fijos en la economía durante un tiempo largo y se usaran para producir nuevos bienes. En consecuencia, la inversión es la adición de bienes de capital al stock existente.

2.2.3.1.2 Inversión diferidas

Miranda J. (2008), Son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto; tales como: los estudios técnicos, económicos y jurídicos; los gastos de organización; los gastos de montaje, ensayos y puestas en marcha; el pago por el uso de marcas y patentes; los gastos por capacitación y entrenamiento de personal.

Córdoba, M. (2010), Considera que “Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedades de la empresa, necesarios para su funcionamiento, incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de inversión, licencias, permisos, marcas, asistencia, gastos pre operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.”

Está constituida primordialmente por bienes intangibles que se caracterizan por ser inmateriales, al contrario de los bienes físicos. Son servicios o derechos adquiridos y como tales, no están sujetos a desgaste físico.

2.2.3.2 Depreciación

Zambrano, W (2008), La depreciación es la pérdida de valor de los bienes del activo fijo en virtud de distintas causas: por desgaste por el uso, envejecimiento por la mera acción del tiempo.

Miranda J. (2008), Se trata de la depreciación de activos fijos que tienen su origen en el área administrativa por desgastes por el uso u obsolescencia.

2.2.3.3 Amortización

Zambrano, W (2008), Expone que amortización es la extinción gradual de cualquier cantidad durante un periodo de tiempo, los valores se toman de los activos diferidos, que se distribuyen en varios periodos.

Miranda J. (2008), Las inversiones diferidas realizadas durante el periodo de instalación se supone que ya han sido canceladas, sin embargo, la legislación permite que en los cinco primeros años de funcionamiento del proyecto sea cargado un costo por este concepto a pesar de no constituir una erogación, teniendo como resultado una disminución de la base gravable, con claras ventajas para el inversionista.

2.2.3.4 Capital de Trabajo

Córdoba, M. (2010), Indica que “contable se define como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para funcionar una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción, mientras se perciben ingresos”.

El Capital de trabajo son los recursos que requiere el proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al ciclo productivo del proyecto en su fase funcionamiento.

Miranda J. (2008), Corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, esto es, el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados con vendidos y el monto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos

2.2.3.5 Financiamiento

Córdoba, M. (2010), Considera que “La decisión de financiar el proyecto significa determinar de qué fuentes se obtendrán los fondos para cubrir la inversión inicial y, eventualmente quien pague costos y recibirá los beneficios del proyecto”.

Es el préstamo o dinero que ingresen de terceros para el funcionamiento de la empresa y su movimiento económico, el financiamiento para el proyecto.

Keat, P., Young, P. (2008), Para invertir en proyectos de capital, una compañía debe obtener financiamiento. El financiamiento, por supuesto, proviene de diferentes fuentes. Una compañía puede retener ganancias, que entonces pasan a formar parte de su capital propio, o puede emitir acciones nuevas. Cada tipo de financiamiento se debe pagar.

2.2.3.6 Presupuesto

Diccionarios de Marketing (2011), Documentos que contienen el estimado de los ingresos y gastos que se producirán durante un determinado periodo en una compañía. Puede referirse solo a una de las partes de las actividades, como por ejemplo a un producto o familia de productos, o bien a la actividad global de la empresa.

2.2.3.7 Costos de Operación

Sapag N. (2008), Son los costos que incurren un sistema ya instalado o adquirido durante su vida útil, con objeto de realizar los procesos de producción.

2.2.3.7.1 Costos Directos

Miranda J. (2008), Está constituido por la materia prima, los materiales directos, la mano de obra directa (obreros) con sus respectivas prestaciones. Para algunos proyectos específicos se podrán incluir otros materiales directos cuando no se puedan identificar plenamente como materia prima.

2.2.3.7.2 Costos Indirectos

Mowen M. (2008), Son aquellos costos cuya identificación con un objeto específico es muy difícil, o no vale la pena realizarla. Para imputar los costos indirectos a los distintos departamentos, productos o actividades, es necesario normalmente, recurrir a algún tipo de mecanismo, distribución o reparto.

2.2.3.7.3 Costo Total

Nicholson W. (2008), El costo total comienza a partir de los costos fijos y corresponde a la sumatoria de los costos fijos más los costos variables por unidad producida.

2.2.3.7.4 Costos Fijos

Nicholson W. (2008), Son aquellos que en su magnitud permanecen constantes independientes, de nivel de actividad o nivel de producción.

2.2.3.7.5 Costos Variables

Nicholson W. (2008), Son los que varían proporcionalmente al volumen de ventas, es decir varían en función del nivel de producción.

2.2.3.7.6 Costo de Producción

Miranda J. (2008), Durante el periodo de operación se pueden identificar cuatro clases de costos o también, podemos decir que es la suma de costo primo, más los cargos indirectos.

2.2.3.8 Gastos de Administración

Miranda J. (2008), Son las que se originan por el control de las operaciones, administrativas.

Cuevas F. (2008), Son todas aquellas erogaciones que tienen que ver con la remuneración del personal y sus prestaciones, y dentro de ellas están: salarios base, vacaciones, aguinaldo, seguro social, impuesto sobre remuneraciones, otras. Todas las anteriores son prestaciones de ley. Desde el punto de vista de la optimización de los gastos de administración puede haber gastos innecesarios.

2.2.3.9 Gastos Financieros

Cuevas F. (2008), Son todas aquellas comisiones e intereses cobrados por los bancos o cualquier otra entidad por utilizar su dinero prestado o servicios de tipo financiero.

2.2.3.10 Sueldos y salarios

Mercado, S. (2008), El pago que los empleados reciben por su trabajo antes de deducir sus contribuciones a la seguridad social, impuestos y otros conceptos análogos.

2.2.4 PYMES

2.2.4.1 Aporte de las PYMES en el Ecuador.

En Ecuador, de acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes:

- Microempresas: Emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.
- Talleres artesanales: Se caracterizan por tener una labor manual, con no más de 20 operarios y un capital fijo de 27 mil dólares.
- Pequeña Industria: Puede tener hasta 50 obreros
- Mediana Industria: Alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 120 mil dólares.
- Grandes Empresas: Son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos

2.2.4.2 Brechas entre las Pymes y las Grandes organizaciones.

La brecha de la productividad del trabajo entre la pequeña y gran industria se amplía.

La situación actual de la pequeña industria se resume a continuación:

- Escaso nivel tecnológico
- Baja calidad de la producción, ausencia de normas y altos costos
- Falta de crédito, con altos costos y difícil acceso
- Mano de obra sin calificación
- Producción se orienta más al mercado interno
- Incipiente penetración de PYMES al mercado internacional
- Ausencia total de políticas y estrategias para el desarrollo del sector
- Son insuficientes los mecanismos de apoyo para el financiamiento, capacitación, y uso de tecnología
- El marco legal para el sector de la pequeña industria es obsoleto

2.2.4.3 Potencialidades de una Pyme.

La pequeña industria ecuatoriana cuenta con un sin número de potencialidades que son poco conocidas y aprovechadas. Principalmente se refieren a:

- Son factores claves para generar riqueza y empleo
- Al dinamizar la economía, diluye los problemas y tensiones sociales, y mejorar la gobernabilidad.
- Requiere menores costos de inversión
- Es el factor clave para dinamizar la economía de regiones y provincias deprimidas
- Es el sector que mayormente utiliza insumos y materias primas nacionales
- Tiene posibilidades de obtener nichos de exportación para bienes no tradicionales generados en el sector
- El alto valor agregado de su producción contribuye al reparto más equitativo del ingreso
- Mantiene alta capacidad para proveer bienes y servicios a la gran industria (subcontratación)
- Es flexible para asociarse y enfrentar exigencias del mercado

2.2.4.4 Ventajas de una Pyme.

- Recursos sin explotar y útiles
- Mano de obra hábil y aún barata
- Posibilidades de sustituir importaciones
- Aplicación de Regímenes Aduaneros Especiales
- Optar por el Mercado Andino para productos industriales con ventajas competitivas y comparativas
- Movilizar la capacidad de acción de los gremios
- Acudir al apoyo de la CORPEI

Para entrar en un proceso sostenido de participación de las pequeñas industrias en el comercio internacional, se deben emprender en acciones conjuntas entre gobierno, gremios y empresarios, encaminadas a:

- Intensivos programas de capacitación en administración.
- Las empresas deben entrar en un mejoramiento continuo de la calidad, para lo cual se requiere el apoyo del gobierno y la asistencia técnica de la cooperación internacional
- Negociar con proveedores confiables, que aseguren la entrega de materias primas e insumos de calidad y a tiempo
- Cumplir con las normas de producción limpia, esto da seguridad en el acceso a mercados internacionales
- Las empresas deben trabajar con una producción especializada, esto asegura eficiencia, calidad y competitividad.
- Deben procurar la asociación con otras empresas afines y complementarias, esto dará más certeza en el cumplimiento de las cantidades, normas y tiempos de exportación.
- Utilizar canales de distribución reconocidos y confiables
- Utilizar el internet para las ventas
- Hacer un trabajo de calidad y a tiempo

2.2.4.5 Objetivos de los estados financieros de las pequeñas y medianas empresas.

El objetivo de los estados financieros de las pequeñas y medianas empresas es proporcionar información sobre la situación financiera, el rendimiento y los flujos de efectivo de la entidad, que sea útil para la toma de decisiones económicas de una amplia gama de usuarios.

Los estados financieros también muestran los resultados de la administración llevada a cabo por la Gerencia, rinden cuenta de la responsabilidad en la gestión de los recursos confiados a la misma.

2.2.5 Estudio Financiero

2.2.5.1 Flujos de fondos netos o caja

Hernández y Hernández (2007), El flujo de fondos, es decir, resumir los ingresos y egresos que el proyecto tendrá durante la vida útil, constituye el primer gran pasó en la evaluación financiera de proyectos de inversión o en general en el análisis de toma de decisiones. Una vez que se haya realizado la construcción del flujo de fondos, el siguiente paso es encontrar los indicadores de rentabilidad que son señales que indican la viabilidad del proyecto.

2.2.5.2 Estado de resultados

Terranova (2007), Es un resumen de las operaciones de una empresa en el que se revelan los ingresos descargados y los gastos con los cuales se calcula una utilidad neta.

Tarrago (2006), Es un documento contable complementario donde se informa detallada y ordenadamente el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado.

Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General.

Estado que muestra la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades; venta de bienes, servicios, cuotas y aportaciones y los egresos representados por costos de ventas, costo de servicios, prestaciones y otros gastos y productos de las entidades del Sector Paraestatal en un periodo determinado.

El estado de resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea las cuentas de ingresos, gastos y costos. Los valores deben corresponder exactamente a los valores que aparecen en el libro mayor y sus auxiliares, o a los valores que aparecen en la sección de ganancias y pérdidas de la hoja de trabajo.

2.2.5.3 Indicadores de rentabilidad

2.2.5.3.1 VAN

Sapag (2007), Es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyecto. Mide la rentabilidad deseada después de recuperar la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos 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 es mayor que cero, mostrara cuando se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa i que exigía de retorno al proyecto, si el resultado es igual a cero, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa i que se quería obtener después de recuperar el capital invertido; y si el resultado es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa i que se deseaba obtener después de recuperada la inversión.

Hernández y Hernández (2007), El valor actual neto (VAN) se define como el valor presente de los rendimientos futuros descontados del costo de capital menos el costo de la inversión.

2.2.5.3.2 TIR

Ortega (2007), Indica la tasa de interés a la cual la decisión de inversión es indiferente entre el proyecto y el mejor uso alternativo.

Tarrago (2006), Sigla de tasa interna de rentabilidad, también denominado rendimiento interno de un activo. Se utiliza generalmente para definir la rentabilidad de un activo de renta fija en función de comparar su cupón con su precio de mercado.

2.2.5.4 Periodo de Recuperación de Inversión

Váquiro (2006), El periodo de recuperación de la inversión PRI es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

El PRI (Periodo de recuperación de inversión) es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Tarrago (2006), Es el número de años que la empresa tarda en recuperar la inversión. Este método selecciona aquellos proyectos cuyos beneficios permiten recuperar más rápidamente la inversión, es decir, cuanto más corto sea el periodo de recuperación de la inversión mejor será el proyecto.

Los inconvenientes que se le atribuyen, son los siguientes:

- El defecto de los métodos estáticos (no tienen en cuenta el valor del dinero en las distintas fechas o momentos)
- Ignora el hecho de que cualquier proyecto de inversión puede tener corrientes de beneficios o pérdidas después de superado el periodo de recuperación o reembolso.

Puesto que el plazo de recuperación no mide ni refleja todas las dimensiones que son significativas para la toma de decisiones sobre inversiones, tampoco se considera un método completo para poder ser empleado con carácter general para medir el valor de las mismas.

2.2.5.5 Relación beneficio costo

Hernández y Hernández (2007), Se utiliza para evaluar las inversiones gubernamentales o de interés. Tanto los beneficios como los costos no se cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada, sino que se toma en cuenta criterios sociales.

Tarrago (2006), E. El análisis de coste-beneficio es un término que se refiere tanto a:

- Una disciplina formal (técnica) a utilizarse para evaluar, o ayudar a evaluar, en el caso de un proyecto o propuesta, que en sí es un proceso conocido como evaluación de proyectos.
- Un planteamiento informal para tomar decisiones de algún tipo, por naturaleza inherente a toda acción humana.

Bajo ambas definiciones el proceso involucra, ya sea explícita o implícitamente, un peso total de los gastos previstos en contra del total de los beneficios previstos de una o más acciones con el fin de seleccionar la mejor opción o la más rentable. Muy relacionado, pero ligeramente diferentes, están las técnicas formales que incluyen análisis coste-eficacia y análisis de la eficacia del beneficio.

El coste-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana. Se supone que todos los hechos y actos pueden evaluarse bajo esta lógica, aquellos dónde los beneficios superan el coste son exitosos, caso contrario fracasan.

2.2.5.6 Punto de equilibrio

Tarrago (2006), El punto de equilibrio en términos de rentabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida

Hallar el punto de equilibrio es hallar dicho punto de actividad en donde las ventas son iguales a los costos.

Mientras que analizar el punto de equilibrio es analizar dicha información para que en base a ella podamos tomar decisiones.

Hallar y analizar el punto de equilibrio nos permite, por ejemplo:

- obtener una primera simulación que nos permita saber a partir de qué cantidad de ventas empezaremos a generar utilidades.
- conocer la viabilidad de un proyecto (cuando nuestra demanda supera nuestro punto de equilibrio).
- saber a partir de qué nivel de ventas puede ser recomendable cambiar un Costo Variable por un Costo Fijo o viceversa, por ejemplo, cambiar comisiones de ventas por un sueldo fijo en un vendedor.

2.2.5.7 Pasos para hallar y analizar el punto de equilibrio

Veamos a continuación cómo hallar y analizar el punto de equilibrio a través de los siguientes pasos:

1. Definir costos

En primer lugar debemos definir nuestros costos. Lo usual es considerar como costos a todos los desembolsos, incluyendo los gastos de administración y de ventas, pero sin incluir los gastos financieros ni los impuestos (método de los costos totales).

Pero cuando se trata de un pequeño negocio es preferible considerar como costos a todos los desembolsos de la empresa, incluyendo los gastos financieros y los impuestos.

2. Clasificar costos en Costos Variables (CV) y en Costos Fijos (CF)

Una vez que hemos determinado los costos que utilizaremos para hallar el punto de equilibrio, pasamos a clasificarlos o dividirlos en Costos Variables y en Costos Fijos:

- **Costos Variables:** son los costos que varían de acuerdo con los cambios en los niveles de actividad, están relacionados con el número de unidades vendidas, volumen de producción o número de servicios realizado; ejemplos de costos variables son los costos incurridos en materia prima, combustible, salario por horas, etc.
- **Costos Fijos:** son costos que no están afectados por las variaciones en los niveles de actividad; ejemplos de costos fijos son los alquileres, la depreciación, los seguros, etc.

3. Hallar costo variable unitario

En siguiente paso consiste en hallar el Costo Variable Unitario (CVU), el cual se obtiene al dividir los Costos Variables Totales entre el número de unidades producidas y vendidas (Q).

2.3 FUNDAMENTACION LEGAL

2.3.1 Constitución del Ecuador

TÍTULO VI

RÉGIMEN DE DESARROLLO

Capítulo tercero

Soberanía alimentaria

Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.

Para ello, será responsabilidad del Estado:

5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.

Capítulo cuarto

Soberanía económica

Sección séptima

Política comercial

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

2.3.2 Ley del artesano

TITULO I

GENERALIDADES

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndolos terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley.

Art. 2.- Para gozar de los beneficios que otorga la presente Ley, se considera:

- a) Artesano Maestro de Taller, a la persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes y dirige personalmente un taller puesto al servicio del público;
- b) Artesano Autónomo, aquél que realiza su arte u oficio con o sin inversión alguna de implementos de trabajo, y
- c) Asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesanos, aquellas organizaciones de artesanos, que conformen unidades económicas diferentes de la individual y se encuentren legalmente reconocidas.

Art. 3.- Se tendrá como fecha de iniciación de la producción efectiva del taller artesanal aquélla en la cual comience a entregar su producción para la venta, utilizando un mínimo del cincuenta por ciento de la capacidad del taller.

TITULO II

DE LAS ORGANIZACIONES

Art. 7.- Para gozar de los beneficios establecidos en esta Ley, el artesano maestro de taller requiere de la calificación conferida por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, o del carné de agremiación expedido por las diferentes organizaciones o instituciones artesanales clasistas con personería jurídica, en los casos de los artesanos miembros de asociaciones simples o compuestas, gremios, cooperativas, uniones de artesanos, cámaras artesanales u otras que se crearen de conformidad con la Ley.

Las organizaciones o instituciones artesanales, que se acojan a los beneficios de esta Ley, deberán justificar su personería jurídica y la calidad de su representante legal.

Para los artesanos autónomos que soliciten acogerse a los beneficios de esta Ley, el Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca elaborará a través de la Dirección Nacional de Artesanías el correspondiente informe técnico - económico y lo elevará a consideración del Comité Interinstitucional

de Fomento Artesanal.

TITULO III, CAPITULO I

DE LOS BENEFICIOS

Art. 9.- Los artesanos, personas naturales o jurídicas, que se acojan al régimen de la presente Ley, gozarán de los siguientes beneficios:

1. Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales.

Para la importación de maquinarias, equipos auxiliares y herramientas, usados y reconstruidos, se requerirá carta de garantía de funcionamiento de la casa o empresa vendedora y se concederá la importación en las mismas condiciones establecidas en el inciso anterior.

2. Exoneración total de los derechos, timbres, impuestos y adicionales que graven la introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal, que no se produzca en el país y que fuere empleada en la elaboración de productos que se exportaren, previo dictamen favorable del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca.

Sin embargo, tanto en el numeral 1. como el de este numeral 2., seguirá vigente la reducción del 35% del valor de las exoneraciones a los impuestos a las importaciones, establecida mediante Ley No. 509 de 8 de Junio de 1983, en lo que fuere pertinente.

3. Exoneración total de los impuestos y derechos que graven la exportación de artículos y productos de la artesanía.

4. Exoneración total de los impuestos a los capitales en giro.

5. Exoneración de derechos e impuestos fiscales, provinciales y municipales, inclusive los de alcabala y de timbres, a la transferencia de dominio de inmuebles para fines de instalación, funcionamiento, ampliación o mejoramiento de los talleres, centros y almacenes artesanales, donde desarrollan en forma exclusiva sus actividades.

6. Exoneración de los impuestos que graven las transacciones mercantiles y la prestación de servicios, de conformidad con la Ley.

7. Nota: Numeral derogado por Ley No. 56, publicada en Registro Oficial 341 de 22 de Diciembre de 1989, y Ley No. 56 reformada por Ley No. 72, publicada en Registro Oficial 441 de 21 de Mayo de 1990.

8. Exoneración de impuestos arancelarios adicionales a la importación de envases, materiales de embalaje y, de acuerdo con el Reglamento, similares, cuando las necesidades de los artículos o producción artesanal lo justifiquen, siempre que no se produzcan en el país.

9. Exoneración total de los derechos, timbres e impuestos que graven los actos constitutivos, reformas de estatutos, elevación de capital de asociaciones, gremios, cooperativas, uniones de artesanos u otras personas jurídicas reconocidas legalmente, conforme lo determina la presente Ley.

10. Nota: Numeral derogado por Ley No. 56, publicada en Registro Oficial 341 de 22 de Diciembre de 1989 y Ley No. 56 reformada por Ley No. 72, publicada en Registro Oficial 441 de 21 de Mayo de 1990.

11. Las personas naturales o jurídicas acogidas a esta Ley percibirán hasta el 15% en general como Abono Tributario o sobre el valor FOB de las exportaciones, y, como adicional, por razones de difícil acceso a mercados externos, licencias, permisos previos, competencia en el mercado, costos y fletes y lo que representan los nuevos mercados, hasta el 10% de los porcentajes que se establecieren legalmente.

12. Exoneración de los impuestos, derechos, servicios y demás contribuciones establecidas para la obtención de la patente municipal y permisos de funcionamiento.

Art. 10.- El goce de los beneficios que se otorga en esta Ley se iniciará a partir de la fecha de suscripción del Acuerdo Interministerial emitido por los Ministros de Industrias, Comercio, Integración y Pesca y de Finanzas y Crédito Público; sin embargo, los plazos de duración de los beneficios se determinarán, en cada caso, contándolos a partir de la fecha de producción efectiva.

Art. 11.- El Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, a través de la Subsecretaría de Artesanías, otorgará a los artesanos y personas jurídicas artesanales, la certificación respectiva para la aplicación de los regímenes especiales salariales que se expidieren para el sector de conformidad con la Ley.

Art. 12.- A solicitud del Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal, el Ministro de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, podrá requerir de la Junta Monetaria o de la institución u organismo competente, de conformidad con la Ley, la prohibición o limitación de importación de artículos similares a los elaborados por la artesanía nacional, cuando estos últimos ofrezcan condiciones satisfactorias de abastecimiento, calidad y precios.

En la aplicación de este artículo se deberán tener en cuenta los compromisos internacionales contraídos por el Ecuador en la materia.

2.3.3 Permiso de Funcionamiento

Para que la empresa pueda funcionar en la planta principal, debe contar con los respectivos permisos legales que son:

1. Copia del RUC del propietario del negocio
2. Copia de cédula del propietario del negocio
3. Copia del certificado de votación del propietario
4. Permiso de Cuerpo de Bomberos
5. Registro Sanitario

Luego de cinco días laborables, se realiza la inspección que tiene como objetivo el cálculo del costo del permiso.

2.3.3.1 Permiso municipal

Para la obtención de la tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios otorgada por el Municipio, se deben tramitar previamente los siguientes documentos:

1. Tasa única de trámite de tasa de habilitación

2. Solicitud para habilitación de locales comerciales, industriales y de servicio.
3. Copia de la cédula de ciudadanía
4. Copia del RUC
5. Carta de autorización para la persona que realiza el trámite
6. Copia de la patente del año a tramitar
7. Certificado de seguridad otorgado por Municipio

2.3.4 Órganos de Regulación de las MIPYMES.

El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero.
- Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.
- Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector.
- Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción

comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional.

- Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza, locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES.
- Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia.
- Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES.
- Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES.

2.3.5 Aspectos Legales de una Pyme:

El gremio de la Pequeña Industria de Pichincha, propuso al Gobierno del Ecuador las siguientes acciones de promoción de las PYMES.

Generales:

- El gobierno con la participación del sector público y privado, y de la sociedad civil, debe definir la visión del país a largo plazo
- Diseñar una estrategia concertada para reactivar la economía

Políticas Sectoriales:

- Fortalecer la competitividad y productividad mediante la aplicación de medios para facilitar el acceso al crédito, mejorar la calidad de los programas de capacitación de los recursos humanos, impulsar el desarrollo de nuevas tecnologías, y mejorar el marco jurídico.
- Impulsar el incremento y diversificación la oferta exportable

- Fortalecer a los sectores productivos más vulnerables como son las PYMES, las microempresas, etc.
- Dar el apoyo a la institucionalización de la normalización y calidad de los productos.
- Diseñar y aplicar políticas para el financiamiento de la producción de la pequeña industria

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

“Cuando la gente no puede hacer algo, te dirán que tú tampoco puedes hacerlo. ¿Quieres algo? Vete y consíguelo. Y punto.”

Will Smith

3.1 MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.1 Localización y duración de la investigación

El estudio se realizó en el cantón Buena Fe, Provincia Los Ríos, tiene una superficie de 569 km², sus coordenadas geográficas son: 0°53'47"Sur y 79°29'22"Oeste. Es una zona climática lluviosa subtropical, su temperatura habitual es de unos 20 a 33 °C y una altitud de 100 msnm.

La duración de la investigación fue de 180 días.

3.1.2 Materiales y equipos

Para desarrollar el presente trabajo se utilizó los siguientes materiales.

- Computadora
- Impresora
- Memoria USB
- Internet
- Libros, revistas, folletos
- Papelería
- Carpeta
- Lapicero
- Lápiz

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Documental

Este tipo de investigación permitió recopilar la información teórica en la cual se fundamenta el objeto de estudio, esta se la extrajo de varias fuentes, como libros, folletos, textos ilustrativos e internet.

3.2.2 De campo

Mediante este tipo de investigación se recopiló la información primaria, para lo cual fue necesario, la implementación del estudio de campo, a través de encuestas y entrevistas realizadas en la ciudad de Buena Fe.

3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 Método Inductivo

Se aplicó con la finalidad de lograr los mejores resultados dentro de la investigación, de la cual surge la necesidad de utilizar este método porque es el que sigue ciertas normas estratégicas que van desde la observación, análisis y clasificación de los hechos, se deriva de una hipótesis la cual nos sirve satisfacer las necesidades insatisfechas de quemadores de cocina hechos a bronce.

3.3.2 Método Deductivo

Se utilizó para lograr obtener mejores resultados dentro de la investigación, fue necesario utilizar el método deductivo porque este método va desde un todo hacia un caso en particular, esto se refiere a la aplicación de un procedimiento para la solución de un problema planteado a través de las conclusiones y recomendaciones generadas en el desarrollo de la investigación.

3.3.3 Método Sintético – Analítico

En este método analítico – sintético se distinguen los elementos del fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. El propósito fue conocer y analizar el tema que se investigó. El análisis del objeto se realizó a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto como un todo, y a su vez, la síntesis se produjo sobre la base de los resultados previos relacionados con hechos aparentemente aislados y se

formuló una teoría que unifica los diversos elementos. Se sintetizó las superaciones en la imaginación para establecer una explicación tentativa que se sometió a prueba.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población

Para determinar la muestra se considerará un universo de 63.148 personas que representarán la población urbana y rural del Cantón Buena Fe según el INEC (2010)

3.4.2 Muestra

Para determinar la muestra, se aplicó la siguiente fórmula, utilizada para poblaciones infinitas:

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

n = Muestra

Z² = Confiabilidad (1.96)

P = Probabilidad de evento que ocurra (0.50)

Q = Probabilidad de evento que no ocurra (0.50)

N = Población (63.148)

e² = Error de la muestra (0.05)

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5) 63148}{0,05^2 (63148 - 1) + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416 (0,5)(0,5) 63148}{0,0025 (63147) + 3,8416 (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{60.647,34}{157,87 + 0,96}$$

$$n = \frac{60.647,34}{158,83}$$

$$n = 382 \text{ Personas}$$

De una población de 63.148 habitantes urbanos y rurales, según la proyección del INEC (2010), se obtuvo una muestra de 382 personas, a las cuales se les aplicó las encuestas respectivas.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

“Confía en el tiempo, que suele dar dulces salidas a muchas amargas dificultades.” ***Miguel Cervantes***

4.1 RESULTADOS

4.1.1 ESTUDIO DE MERCADOS

Pregunta 1. ¿En su casa qué tipo de cocina poseen?

Cuadro No. 1

DETALLE	ENCUESTAS	PORCENTAJE
GAS	375	98%
ELECTRICA	7	2%
OTRA	0	0%
TOTAL	382	100%

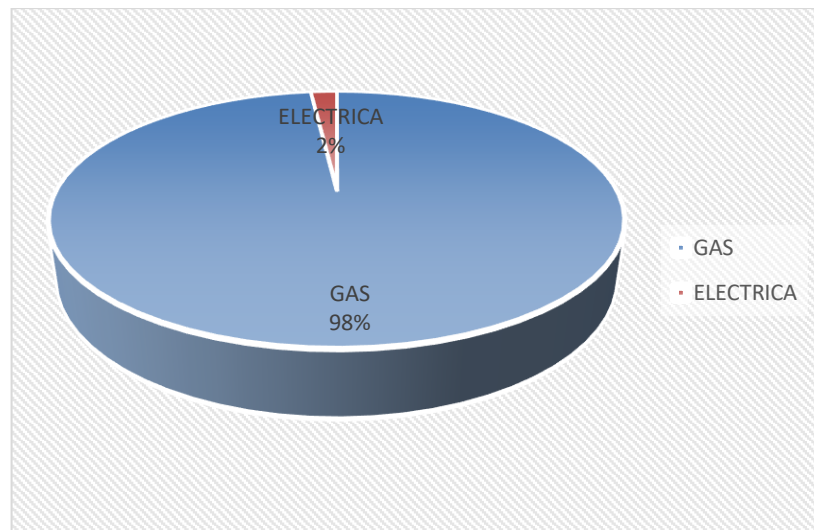


Gráfico No.1

Análisis:

De los encuestados el 98% cuenta con cocinas a gas y el restante 2% utiliza cocinas eléctricas.

Pregunta 2 ¿Cada qué tiempo cambia los quemadores de su cocina a gas en su hogar?

Cuadro No. 2

DETALLE	ENCUESTAS	PORCENTAJE
3 MESES	0	0%
6 MESES	124	33%
1 AÑO	220	59%
OTRO	31	8%
TOTAL	375	100%

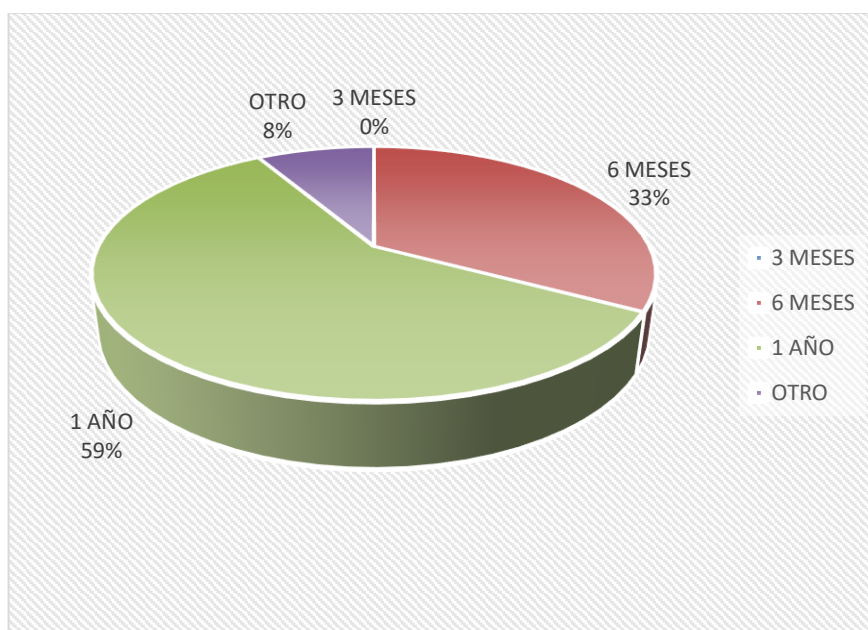


Gráfico No. 2

Análisis:

De los usuarios de cocinas a gas licuado de petróleo, el 59% de los encuestados realizan los cambios de quemadores de bronce al año de su uso, el 33% cada seis meses y el restante 8% no tienen tiempo definido o mayor al año.

Pregunta 3 ¿Cuánto está dispuesto a pagar por el juego de quemadores de cocina a gas?

Cuadro No. 3

DETALLE	ENCUESTAS	PORCENTAJE
\$4 a \$6	269	72%
\$6 a \$10	94	25%
Más de \$10	12	3%
TOTAL	375	100%

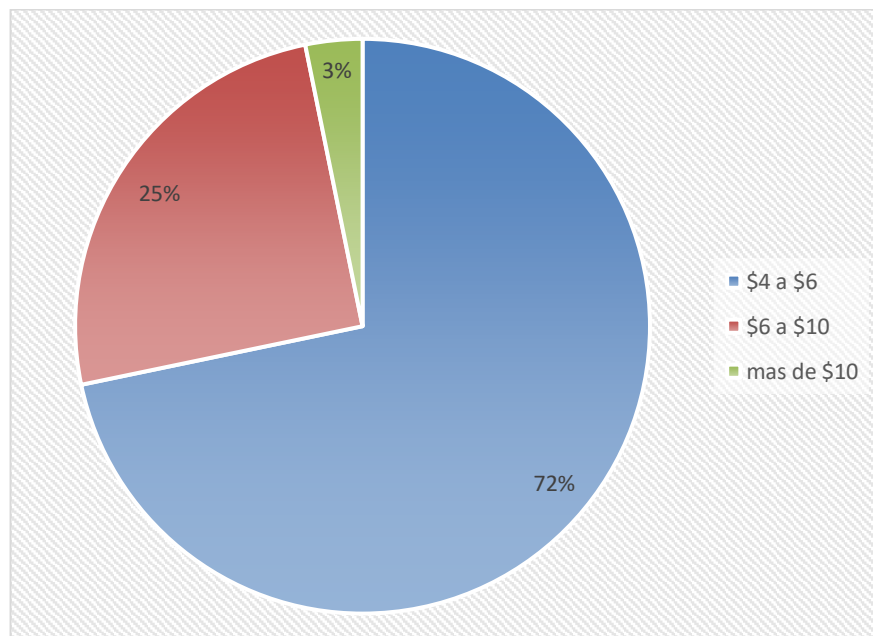


Gráfico No. 3

Análisis:

El 72% de los encuestados manifestaron que están dispuestos a pagar entre \$4 a \$6 dólares americanos, mientras que el 25% costearían de \$6 a \$10 dólares americanos.

Pregunta 4. ¿Conoce Ud. que por seguridad se recomienda el cambio periódico de los quemadores de cocina? Sabiendo eso ¿Está dispuesto a cambiar los quemadores de su cocina?

Cuadro No. 4

DETALLE	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	375	100%
NO	0	0%
TOTAL	375	100%

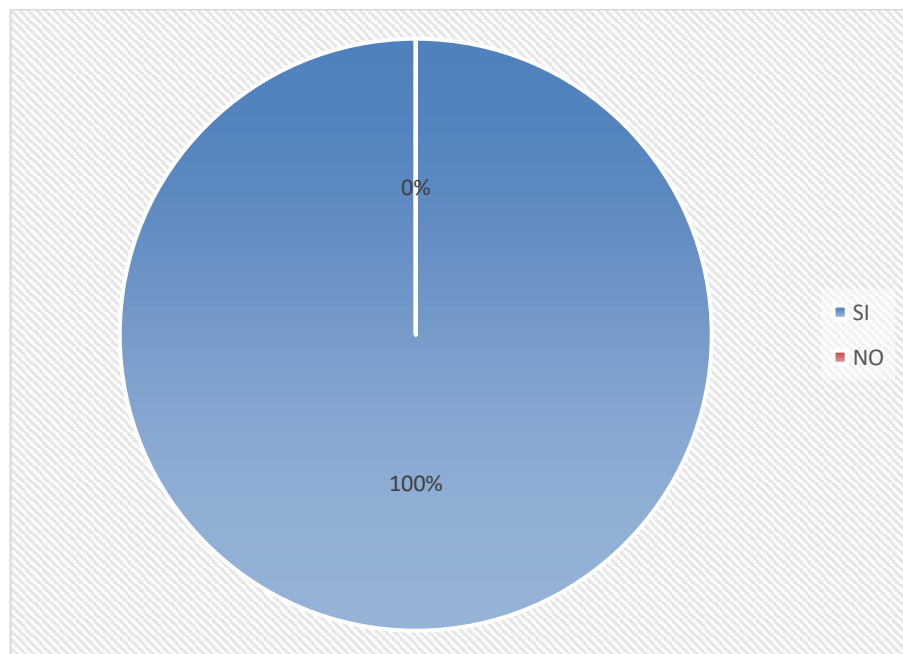


Gráfico No. 4

Análisis:

El 100% de los encuestados manifestaron que tienen conocimiento del cambio periódico de los quemadores de las cocinas a gas por cuestiones de seguridad.

Pregunta 5 ¿Conoce Ud. si en el cantón Buena Fe, se elaboran quemadores de cocinas hechos a bronce?

Cuadro No. 5

DETALLE	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	161	43%
NO	214	57%
TOTAL	375	100%

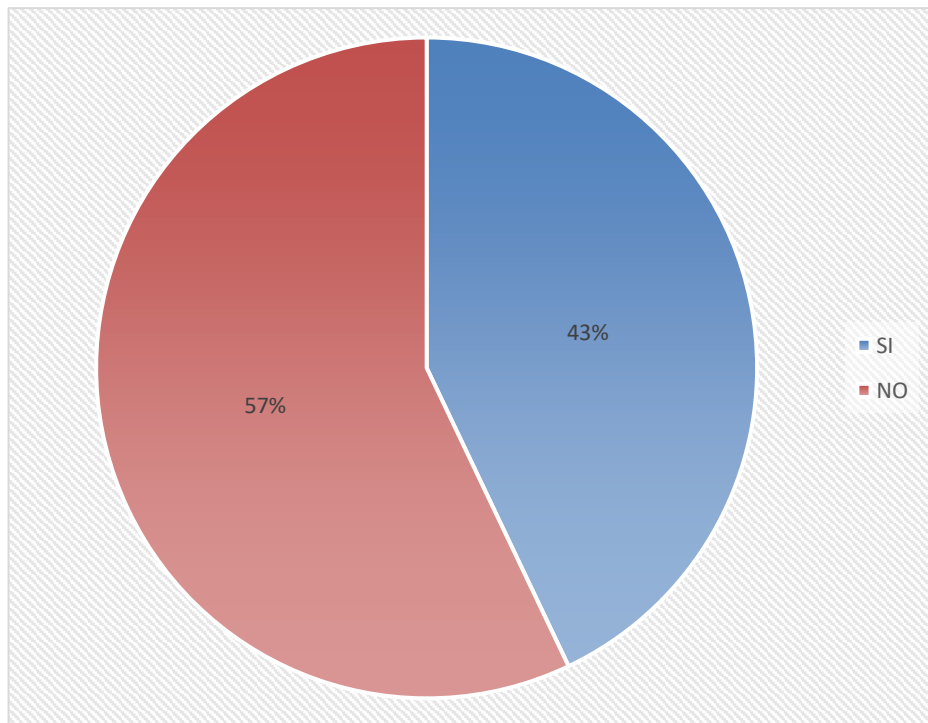


Gráfico No. 5

Análisis:

El 43% de los encuestados manifiesta conocer que en el cantón Buena Fe, se elaboran quemadores de cocina hechos en bronce y el 57% no conocen.

Pregunta 6 ¿Estaría Ud. dispuesto a adquirir quemadores de cocina en bronce elaborados en el cantón Buena Fe?

Cuadro No. 6

DETALLE	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	375	100%
NO	0	0%
TOTAL	375	100%

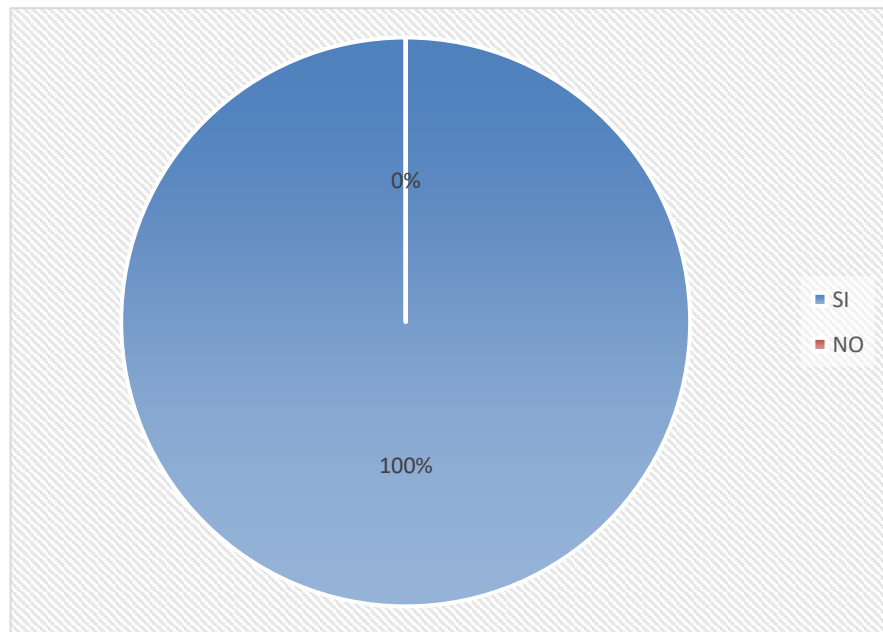


Gráfico No. 6

Análisis:

El 100% de los encuestados manifestaron que si están dispuestos a adquirir quemadores de cocina en bronce elaborados en el cantón Buena Fe.

4.1.2 ESTUDIO TECNICO

4.1.2.1 Localización

El primer punto a analizar fue precisamente el que se refiere a la localización más adecuada para la instalación de la pymes del sector artesanal en la producción de quemadores de cocina domestica de bronce, el cual estará localizado en el cantón Buena Fe, en un terreno de 180 m².

4.1.2.2 Macro localización

La macro localización del proyecto se refiere a la ubicación donde se establecerá la pymes del sector artesanal para la producción de quemadores de cocina domestica de bronce. En este caso, quedará comprendido dentro de la provincia de Los Ríos y en particular en el cantón Buena Fe, como se muestra en el siguiente mapa:

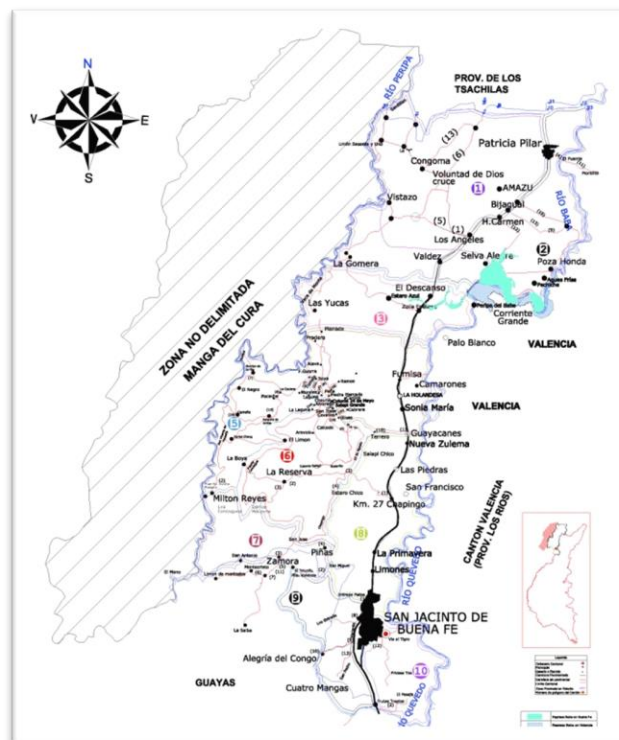


Grafico No. 7. Mapa de macrolocalización donde se ubicará el proyecto

4.1.2.3 Localización

El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación dentro del cantón elegida. Para la instalación de la pymes del sector artesanal en la producción de quemadores de cocina domestica de bronce en el cantón Buena Fe, se dispone de un terreno de 180 m² que se encuentra ubicado en la calle J. Hurtado y avenida Cerro Bravo, salida a Santo Domingo, sector Nueva Esperanza #2.

4.1.3 ESTUDIO FINANCIERO

El presente estudio tiene la finalidad de evaluar de manera financiera los términos del proyecto de la creación de la pymes del sector artesanal en la producción de quemadores de cocina domestica de bronce, iniciando desde el periodo pre operativo y operativo.

Cuadro No. 7. Ventas anuales

Presentación	Producción fundidas 8 mensuales	Producción fundidas 8 mensual	Producción Anual	P. de venta por juego	Ventas Anuales
Ventas juegos 4 piezas	500	4000	48000	5,00	240.000,00
TOTAL					240.000,00

Cuadro No. 8. Materia prima

PRODUCTOS	Cantidad	Costo Unitario	Costo Anual
Bronce quintal	384	140,00	53.760,00
Aceite quemado tanque	12	50,00	600,00
Tierra fina	30	10,00	300,00
Polvo separador	1	50,00	50,00
ESMERIL 6' 1/2 HP	1	383,12	383,12
Esmeril de banco 1 HP - 550W	1	633,00	633,00
Discos lijas Norton	500	1,00	500,00
TOTAL			56.226,12

Cuadro No. 9. Mano de obra directa

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Ingresos Anuales	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Total Gasto/ Trabajadores
Moldador	1	800,00	9.600,00	800,00	340,00	1.248,00	12.788,00
Pulidor	1	800,00	9.600,00	800,00	340,00	1.248,00	12.788,00
Operario	1	800,00	9.600,00	800,00	340,00	1.248,00	12.788,00
							38.364,00

Análisis:

En el cuadro se demuestra y detallan cada uno de los costos de la mano de obra directa en la elaboración de quemadores de cocinas de bronce

Cuadro No. 10. Gastos Administrativos

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Ingresos Anuales	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Total Gasto/ Trabajadores
Gerente general y Financiero	1	1.200,00	14.400,00	1.200,00	340,00	1.872,00	19.012,00
Guardianía	1	500,00	6.000,00	500,00	340,00	780,00	8.120,00
							27.132,00

Cuadro No. 11. Gastos de ventas

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Ingresos Anuales	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Total Gasto/ Trabajadores
Vendedor	1	500,00	6.000,00	500,00	340,00	780,00	8.120,00
							8.120,00

Análisis:

En los cuadros mostrados se detallan los gastos del personal administrativo y de ventas, considerando que las regulaciones laborales pueden cambiar a partir del 2014.

Cuadro No. 12. Gastos generales

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Servicios Básicos	14.040,00
Mantenimiento	3.450,00
TOTAL	17.490,00

Cuadro No. 13. Total costos directos

MATERIA PRIMA	MANO DE OBRA DIRECTA	TOTAL
56.226,12	38.364,00	94.590,12

Cuadro No. 14. Total costos indirectos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	GASTOS DE VENTAS	GASTOS GENERALES	TOTAL
27.132,00	8.120,00	17.490,00	52.742,00

Cuadro No. 15. Inversiones

ACTIVO FIJO	VALOR
TERRENO	52.450,00
MAQUINARIAS	15.245,00
MUEBLES DE OFICINA	3.800,00
EQUIPOS DE OFICINA	4.120,00
TOTAL	75.615,00

La inversión del proyecto es de \$75.615,00; el cual será cubierto en su totalidad por los inversores ya que cuentan con los recursos necesarios y la infraestructura necesaria para poner en marcha el proyecto.

Cuadro No. 16. Estado de resultados

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	240.000,00	242.976,00	245.988,90	249.039,16	252.127,25
(Costos Directos)	94.590,12	95.763,04	96.950,50	98.152,69	99.369,78
UTILIDAD BRUTA	145.409,88	147.212,96	149.038,40	150.886,48	152.757,47
GASTOS OPERATIVOS	52.742,00	53.396,00	54.058,11	54.728,43	55.407,06
Gastos administrativos	27.132,00	27.468,44	27.809,05	28.153,88	28.502,99
Gastos generales	17.490,00	17.706,88	17.926,44	18.148,73	18.373,77
Gastos de ventas	8.120,00	8.220,69	8.322,62	8.425,83	8.530,31
UTILIDAD OPERATIVA	92.667,88	93.816,96	94.980,29	96.158,05	97.350,41
(Depreciación)	7.561,50	7.655,26	7.750,19	7.846,29	7.943,58
UTILIDAD ANTES IMP	85.106,38	86.161,70	87.230,10	88.311,76	89.406,82
(IMP. 36.25%)	30.851,06	31.233,62	31.620,91	32.013,01	32.409,97
UTILIDAD NETA	54.255,32	54.928,08	55.609,19	56.298,75	56.996,85

Cuadro No. 17. Balance General

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
ACTIVOS CORRIENTES	10.168,18	10.294,27	10.421,92	10.551,15	10.681,98
Caja Bancos	10.168,18	10.294,27	10.421,92	10.551,15	10.681,98
ACTIVOS NO CORRIENTES	74.246,00	75.166,65	76.098,72	77.042,34	77.997,67
Activos Fijos	75.615,00	76.552,63	77.501,88	78.462,90	79.435,84
(Dep. Acumulada)	(1.749,00)	(1.770,69)	(1.792,64)	(1.814,87)	(1.837,38)
Activos Diferidos	380,00	384,71	389,48	394,31	399,20
TOTAL DE ACTIVOS	84.414,18	85.460,92	86.520,63	87.593,49	88.679,65
PASIVOS					
Cuentas por Pagar	22.166,63	22.441,49	22.719,77	23.001,49	23.286,71
TOTAL DE PASIVOS	22.166,63	22.441,49	22.719,77	23.001,49	23.286,71
PATRIMONIO	62.247,56	63.019,43	63.800,87	64.592,00	65.392,94
Ap. Fut. Capitalización	7.992,24	8.091,34	8.191,68	8.293,25	8.396,09
Utilidad del Ejercicio	54.255,32	54.928,08	55.609,19	56.298,75	56.996,85
PASIVOS + PATRIMONIO	84.414,18	85.460,92	86.520,63	87.593,49	88.679,65

Cuadro No. 18. Flujo de caja proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		240.000,00	242.976,00	245.988,90	249.039,16	252.127,25
(Costos Directos)		94.590,12	95.763,04	96.950,50	98.152,69	99.369,78
(Costos Indirectos)		52.742,00	55.379,10	58.148,06	61.055,46	64.108,23
FLUJO OPERATIVO		92.667,88	91.833,86	90.890,35	89.831,02	88.649,24
Ingresos No Operativos		75.615,00				
Aporte Propio		75.615,00				
Egresos No Operativos	75.615,00	30.851,06	31.233,62	31.620,91	32.013,01	32.409,97
Inversiones	75.615,00					
Impuestos		30.851,06	31.233,62	31.620,91	32.013,01	32.409,97
FLUJO NO OPERATIVO	(75.615,00)	44.763,94	(31.233,62)	(31.620,91)	(32.013,01)	(32.409,97)
FLUJO NETO	(75.615,00)	137.431,82	60.600,25	59.269,44	57.818,01	56.239,27

Cuadro No. 19. VAN - TIR

Descripción	Valor
Tasa de crédito	15,50%
Inversión inicial	(75.615,00)
Flujo año 1	137.431,82
Flujo año 2	60.600,25
Flujo año 3	59.269,44
Flujo año 4	57.818,01
Flujo año 5	56.239,27
VAN (Valor Actual Neto)	\$ 162.005,78
TIR (Tasa Interna de Retorno)	137,5%

Como se puede observar, el VAN es positivo o mayor a cero en \$ 162.005,78; revelando lo rentable que se convierte el proyecto al traer las proyecciones futuras dentro de 5 años, además lo restringe una tasa de descuento exigida sin tomar en cuenta gastos adicionales pues sería el valor que se podría utilizar para hacer las inversiones que beneficien al proyecto, o simplemente dividendos.

La Tasa Interna de Retorno es de 137,5%. Esto significa que la rentabilidad mínima del proyecto con las condiciones dadas es de 137,5%. Por lo tanto, como la rentabilidad relativa neta es positiva, esto quiere decir que la rentabilidad de este proyecto es mayor que el interés o rentabilidad media del mercado, por lo que el proyecto interesa llevarse a cabo.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

“Amor y deseo son dos cosas diferentes; que no todo lo que se ama se desea, ni todo lo que se desea se ama.” ***Miguel de Cervantes***

5.1 CONCLUSIONES

- De acuerdo al estudio técnico, económico y financiero se estableció que es factible la instalación y puesta en marcha de una pymes del sector artesanal en la producción de quemadores de cocina domestica de bronce en el cantón Buena Fe, al obtenerse un VAN positivo que asciende a \$ 162.005,78 dólares americanos y una TIR de 137,5% por encima del rendimiento común.
- La situación actual del cantón Buena Fe en cuanto a la demanda de quemadores de cocina es baja debido a que el tiempo de uso es muy prolongado cuya frecuencia de cambio es: semestral o anual. La baja demanda de quemadores en cantón Buena Fe seria compensada con la distribución y venta en otros sectores fuera del cantón.
- Se constató la decisión de viabilidad la creación de una pymes “Metalurgia Antonio Vélez” dedicada a la producción de quemadores de cocina domestica de bronce en el cantón Buena Fe considerando que el 100% de los encuestados respondieron que optarían por la compra de quemadores de cocina fabricados en el cantón Buena Fe.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda considerar el estudio, económico y financiero, el cual estableció que es factible la puesta en marcha de una pymes dedicada a la producción de quemadores de cocina domestica de bronce en el cantón Buena Fe, cuyo VAN es \$ 162.005,78 y la TIR 137,5%.
- Se recomienda de acuerdo el estudio de la situación actual de inversiones en otros mercados o sectores fuera del cantón Buena Fe e impulse a través de los medios del cambio preventivo de los quemadores.
- Se recomienda adoptar en proyecto para la creación de una pymes dedicada a la producción de quemadores de cocina domestica de bronce en el cantón Buena Fe, considerando la predisposición de los consumidores encuestados quienes optaron por la compra de quemadores de bronce.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

“No hay nada más duro que la
suavidad de la indiferencia” **Juan
Montalvo**

6.1 BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2010), *Evaluación del proyecto*, 4ta Edición, Editorial Mac Graw-Hill, México, pp. 14
- Blanco, A. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Ediciones Torán, 4ta edición. Disponible en www.promonegocios.net consultado el 5 de Julio 2012. Pp. 2-4
- Cuevas, F. (2008), *Control de costos y gasto*, 1ª Edición, Limusa S.A., México, pp. 101, 102-200
- Córdoba, M. (2010), *Formulación y evaluación de proyectos*, Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia, pp. 24,26-501
- Diccionario de Marketing. (2010). Madrid: Grupo Ediciones Cultural: Pp. 36
- Fernández, S. (2008), *Los proyectos de inversión*, Editorial Tecnológica, Costa Rica, pp. 47.
- Galindo, J. (2008), *Manual para la Creación de Empresa*, Colombia, Ecoe Ediciones, 3ra Edición, Pp. 42,43
- Hernández, A.(2007). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Cuarta Edición. ECAFSA, Thompson Learning. México D.F. México. Pp. 17 – 45
- Keat, P.& Young, P. (2008), *Economía de empresa*, 6ª Edición, Pearson educación, México, pp. 581-784
- Kloter, A. (2008) *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación. Pp. 7

- Mariotti, J.(2008). Marketing. Mac Graw Hill, edición, Madrid, España.
Disponible en www.PromonegocioS.netconsultado el 5 de Julio 2012
- Méndez, J. (2007), La Economía en la Empresa. México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A de C.V. Pp. 211, 212, 220,241.
- Mercado, S. (2008), *Administración aplicada*, 1ª Edición, Limusa, México, pp. 411-425
- Merino, R.(2008).Marketing. Conceptos y estrategias, Tercera edición, 4ª impresión, Ediciones Pirámide, S.A. Madrid (España): Disponible en www.wikipedia.comconsultado el 5 de Julio 2012. Pp. 4-6
- Miranda, J. (2008), *Gestión de proyectos*, 5ta Edición, Bogotá – Colombia, pp.86 – 436.
- Mowen, M. (2008), *Administración de costos, contabilidad y control*, 5ª Edición, CengageLearning, pp. 124-1004
- Nicholson, W. (2008), *Teoría Microeconómica*, 9ª Edición, CengageLearning, México, pp. 217, 234-750
- Palacios, L. (2012), Estrategias de creación empresarial. Bogotá, DC: Ecoe Ediciones. Pp. 120
- Ramírez, E. &Cajigas M. (2009), Proyectos de inversión competitivo, 1ª Edición, Universidad Nacional de Colombia, Colombia, pp. 44-282.
- Rebeco, G. (2008), *Macroeconomía teoría y políticas*, 1ª Edición, Pearson educación, México, pp.18-769.
- Sapag, N. (2011), Proyectos de inversión. Formulación y evaluación. Santiago de Chile: Pearson Educación. Pp. 136.
- Stair R. & Reynolds G. (2010), *Principios de sistemas de información*, Cuarta Edición, Internacional Thomson Editores, pp. 545 – 652.

Zúñiga, M., Montoya J., Cambronero A. (2012), Gestión de proyectos de conversación y manejo de recursos naturales, Primera Edición, Universidad Estatal a Distancia, San José-Costa Rica, pp.153-235.

Zambrano, W. (2008), *Contabilidad, Análisis y Tratamiento, contable en reformas tributarias*, Ecuador, pp. 207

CAPÍTULO VII

ANEXOS

“Hasta lo inesperado acaba en costumbre cuando se ha aprendido a soportar.” **Julio Cortázar**



