



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

Proyecto de investigación previo a la
obtención del Título de Ingeniero en
Gestión Empresarial

Título del Proyecto de Investigación:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO ARTESANAL DE LAS BENEFICIARIAS DEL BONO
DESARROLLO HUMANO DEL SECTOR GRITO DE LA LIBERTAD
DEL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2015”**

AUTOR:

JOSÉ JULIÁN MOREIRA ZAMORA

DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

ING. ANTONIO GONZALO ÁLAVA MURILLO, MSc

QUEVEDO – ECUADOR

2016

**ESTUDIO DE FACILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL DE LAS
BENEFICIARIAS DEL BONO DESARROLLO HUMANO DEL SECTOR GRITO DE LA LIBERTAD DEL
CANTÓN QUEVEDO AÑO 2015**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, MOREIRA ZAMORA JOSE JULIAN declaro que la investigación aquí descrita 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 documento, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

f. _____

MOREIRA ZAMORA JOSE JULIAN

C C 1311272452

AUTOR

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El suscrito **Ing. ANTONIO GONZALO ÁLAVA MURILLO MSc.**, docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Sr. Egresado **MOREIRA ZAMORA JOSE JULIAN** realizó el proyecto de investigación de grado del título de **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL DE LAS BENEFICIARIAS DEL BONO DESARROLLO HUMANO DEL SECTOR GRITO DE LA LIBERTAD DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2015**, bajo mi dirección, cumpliendo con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

f. _____

**ING. ANTONIO GONZALO ÁLAVA MURILLO MSc.
DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO



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

PARA: Lcdo. Edgar Pastrano M.Sc. – Decano, Facultad de Ciencias Empresariales

DE: Ing. Antonio Álava Murillo. M.Sc Director de Proyecto de Investigación.

ASUNTO: Informe de Dirección de Proyecto de Investigación.

FECHA: 07/01/2016.

Adjunto al presente sírvase encontrar el documento final del Proyecto de Investigación titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL DE LAS BENEFICIARIAS DEL BONO DESARROLLO HUMANO DEL SECTOR GRITO DE LA LIBERTAD DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2015”**, elaborado por el egresado José Julian Moreira Zamora, previa a la obtención del título de **INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL**, investigación realizada bajo mi dirección, SEGÚN DESIGNACION DEL H. Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Empresariales, **Segunda** de fecha 26 – 06 – 2015, mismo que cumple con los componentes que exige el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo e incluye el informe de URKUND, el cual avala los niveles de originalidad en un 93% y de similitud el 7% significa que el estudio su fuente es científica.

URKUND	URKUND								
<p>Document: JOSE MOREIRA.docx (D1660618) Submitted: 2016-01-06 07:21:00 Submitted by: jose.julian.moreira@hotmail.com Receiver: esb@urkund.com Message: View full message <small>7% of this approx. 34 pages long document consists of text present in 6 sources.</small></p>	<p>Urkund Analysis Result</p> <table><tr><td>Analysed Document:</td><td>JOSE MOREIRA.docx (D1660618)</td></tr><tr><td>Submitted:</td><td>2016-01-06 07:21:00</td></tr><tr><td>Submitted By:</td><td>jose.julian.moreira@hotmail.com</td></tr><tr><td>Significance:</td><td>7 %</td></tr></table> <p>Sources included in the report:</p> <p>TESIS : LIGNER LEON REQUENA.pdf (D11271306) Ligner Leon.pdf (D12334744) http://www.monografias.com/trabajos100/factibilidad-creacion-empresa-factibilidad-crea</p>	Analysed Document:	JOSE MOREIRA.docx (D1660618)	Submitted:	2016-01-06 07:21:00	Submitted By:	jose.julian.moreira@hotmail.com	Significance:	7 %
Analysed Document:	JOSE MOREIRA.docx (D1660618)								
Submitted:	2016-01-06 07:21:00								
Submitted By:	jose.julian.moreira@hotmail.com								
Significance:	7 %								

Atentamente,

Ing. Antonio Álava Murillo MSc.

DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



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

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO ARTESANAL DE LAS BENEFICIARIAS DEL BONO
DESARROLLO HUMANO DEL SECTOR GRITO DE LA LIBERTAD
DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2015**

Presentado al Consejo Académico como requisito previo a la obtención del título de
Ingeniero en Gestión Empresarial

Aprobado por:

Ing. César Muñoz Heredia, M.Sc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Dra. Fresia Rizo Zamora, M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Pedro Miranda Ulloa, M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – ECUADOR

2016

AGRADECIMIENTO

El autor deja constancia de su agradecimiento

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en cuyas aulas los maestros me dieron todo de sí para crecer en conocimientos.

A las autoridades de la Universidad.

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

Ing. Antonio Áava Mirillo, MSc. Director del proyecto de investigación

A cada uno de mis profesores que me brindaron sus conocimientos para mi formación profesional.

A todas y cada una de las personas que de una u otra manera me brindaron su apoyo y ayuda para la realización de esta investigación

José

DEDICATORIA

A:

Dios, por darnos la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mi madre, mi padre, mi esposa, mis hijos y mis hermanos, por siempre apoyarme, por sus consejos por la motivación que me dieron en el presente estudio para culminar esta importante etapa de vida y por los ejemplos de constancia y perseverancia que influirán en mí como profesional.

A mis familiares quienes son un pilar importante en mi vida por ser quienes siempre me dieron ánimos en los momentos más importantes de mi vida, también a mis demás amigos que cada uno ha sido la fuente de inspiración y ejemplo para la culminación de mi investigación.

José

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRA CLAVES

La presente investigación se basó en realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro artesanal de las beneficiarias del Bono Desarrollo Humano del sector grito de la libertad del cantón Quevedo. Actualmente el cantón de Quevedo cuenta con una población 173575 habitantes lo cual hace atractivo para el establecimiento de algún negocio. Para encontrar la viabilidad del estudio de factibilidad se recurrió a realizar cuatro estudios los cuales son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico, y estudio financiero, los mismos que generaron la información necesaria para la toma de decisiones. Cumpliendo como lo manifiesta el primer objetivo de la investigación sobre la elaboración un estudio de mercado, este demostró que es alta aceptación que tiene la población por la creación de un centro artesanal debido a la demanda insatisfecha que tiene este tipo de negocio en el cantón Quevedo. El centro artesanal RECI ARTE estará conformada por 10 personas (Administrador, Secretaria, ventas, jefe de producción y bodegueros), por los cuales la empresa tendrá un gasto anual por concepto de sueldos y salarios de \$ 67.141.34. Se determinó que la mejor ubicación para el centro artesanal será en el sector del grito de la libertad de la parroquia 20 de febrero. Por medio del estudio económico - financiero se determinó que el proyecto es viable ya que el VAN es positivo con un valor de \$ 233.905.03; la TIR es mayor que la tasa del mercado $101\% > 10.5$ y la BC índice que por cada dólar invertido retornara \$ 1.45 (un dólar con cuarenta y cinco centavos)

Palabra claves

- Estudio de factibilidad
- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio económico
- Estudio financiero
- Viabilidad
- Ingresos
- Rentabilidad
- Egresos

ABSTRACT AND KEY WORDS

This research was based on a study of feasibility for the creation of a craft center of the beneficiaries of the Human Development Bonus cry sector Quevedo Canton freedom Quevedo canton currently has a population of 173,575 inhabitants which makes it attractive for establishing a business. To find the viability of the feasibility study was used to conduct four studies which are: market research, technical study, economic study and financial study, which will give them the necessary information for decision making. Manifests serving as the first objective of the research on developing a market study showed that this acceptance is high that the population by creating a craft center due to unmet demand for this type of business in the canton Quevedo. The craft center will consist RECI ARTE 10 (Administrator, Secretary, sales, production manager and wine maker) which the company will have an annual expenditure for salaries and wages of \$ 67.141.34. It was determined that the best location for the craft center will cry in the field of freedom of the parish on February 20. Through economic study - Financial determined that the project is viable because the NPV is positive with a value of \$ 233.905.03; IRR is greater than the market rate $101\% > 10.5$ and B/C indicated that for every dollar invested will return \$ 1.45 (one dollar and forty-five cents)

key word

- Feasibility study
- Market study
- Technical Study
- Economic Survey
- Financial study
- Feasibility
- Income
- Cost effectiveness
- Expenditures

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Pág
Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Certificado Del Reporte De La Herramienta De Prevención De Coincidencia Y O Plagio Académico	iv
Tri bunal	v
Agr adeci mient o	vi
De di cat oria	vii
Resu men	viii
Abtract	ix
Índi ce general	x
Índi ce de Tablas	xiv
Índi ce de fi guras	xv
Índi ce de anexos	xvi
Dublín core	xvii
Introducci ón	1
CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	3
1. 1. Problematización	4
1. 1. 1. Problema de investigación	4
1. 1. 1. 1. Diagnóstico (Causas – Efectos)	4
1. 1. 2. 1. Pronóstico	5
1. 1. 2. 2. Control del pronóstico	5
1. 1. 2. Formulaci ón del proble ma	5
1. 1. 3. Si ste mati zaci ón del proble ma	5
1. 2. Objeti vos	6
1. 2. 1. General	6
1. 2. 2. Específico	6
1. 3. Justifi caci ón	6
CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	8

2.1.	Marco Conceptual	9
2.1.1	Estudio de factibilidad	9
2.1.2	Empresa	9
2.1.3	Estudio de mercado	10
2.1.4	Demanda	10
2.1.5	Oferta	11
2.1.6	El estudio técnico	11
2.1.7	Localización.	12
2.1.8	Ingeniería del proyecto.	12
2.1.9	Estudio económico	12
2.1.10	Inversión	13
2.1.11	Costos.	14
2.1.12	Ingresos.	15
2.1.13	Estudio financiero	15
2.1.14	Valor actual neto (VAN)	16
2.2	Fundamentación teórica	18
2.2.1	Estudio de factibilidad	18
2.2.2	Objetivo del estudio de factibilidad.	17
2.2.3	El estudio de mercado	19
2.2.3.1	Oferta	20
2.2.3.2	Demanda	21
2.2.4	El estudio técnico	21
2.2.4.1	Infraestructura	23
2.2.4.2	Tamaño.	23
2.2.5	Estudio Económico-Financiero	23
2.2.5.1	Hijos de fondos	24
2.2.5.2	Costos no incurridos	24
2.2.6	Reciclaje	25
2.2.6.1	Tipos de reciclaje	25
2.2.6.2	Proceso de reciclaje	26
2.2.7	Bono de Desarrollo Humano.	26
2.2.8	Centro Artesanal	27
2.2.8.1	Historia Centro Artesanal.	28
2.2.8.2	Tipos de Artesanía	29

2.2.8.3	Clasificación de las artesanías	30
---------	---	----

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 31

3.1	Localización	32
3.2	Tipos de investigación.	32
3.2.1.	De campo	32
3.2.1.	Documental	33
3.3	Métodos de Investigación.	33
3.3.1.	Analítico.	33
3.3.2	Deductivo	33
3.3.3	Inductivo	33
3.4	Fuentes de recolección de datos.	33
3.4.1.	Primarias	33
3.4.2	Secundarias	34
3.5	Diseño de la investigación	34
3.5.1.	Población	34
3.5.2	Muestra	34
3.6	Instrumentos de investigación.	35
3.6.1.	Encuesta.	35
3.6.2	Observación directa	35
3.7.	Recursos Humanos y Materiales	35

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 37

4.1.	Resultado	38
4.1.1	Estudio de mercado realizado los habitantes del cantón Quevedo.	38
4.1.1.2	Demanda	49
4.1.1.3	Oferta.	49
4.1.1.4	Demanda insatisfecha	50
4.1.1.5	Logotipo.	51
4.1.2	Estudio técnico	51
4.1.2.1.	Organograma estructural.	51
4.1.2.2	Organograma funcional	52
4.1.2.3	Misión y visión	53
4.1.2.4	Ubicación del centro artesanal.	54

4.1.2.5.	Distribución del local	55
4.1.3.	Estudio económico	56
4.1.3.1.	Inversión de activos fijos	57
4.1.3.2.	Inversión en capital de trabajo.	57
4.1.3.3.	Financiamiento	57
4.1.3.4.	Egresos	58
4.1.3.5.	Ingresos	59
4.1.3.6.	Punto de equilibrio	60
4.1.3.7.	Estado de pérdidas y ganancias	61
4.1.4.	Estudio financiero.	62
4.1.4.1.	Hujo de efectivo	62
4.1.4.2.	Valor actual neto	63
4.1.4.3.	Tasa Interna de retorno	63
4.1.4.4.	Beneficio – costo	64
4.2.	Discusión	65
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		66
5.1.	Conclusiones.	67
5.2.	Recomendaciones.	68
CAPÍTULO VI. BIBLIOGRAFÍA		69
6.1.	Literatura citada.	70
CAPÍTULO VII. ANEXOS		73

ÍNDICE DE TABLAS

Tablas		Pág
1.	Disposición por adquirir artesanías de productos reciclados	38
2.	Clase de productos con deseo de adquirir	39
3.	Precio dispuesto a pagar.	40
4.	Lugar de preferencia de compra	41
5.	Utilidad a las artesanías	42
6.	Frecuencia adquisición de adornos	43
7.	Fijación al momento de comprar	44
8.	Lugar de adquisición de adornos	45
9.	Publicidad para el centro artesanal	46
10.	De acuerdo con la creación del centro artesanal	47
11.	Mejora del medio ambiente	48
12.	Demanda	49
13.	Oferta	49
14.	Demanda insatisfecha	50
15.	Demanda a Capitalizar.	50
16.	Inversiones de activos fijos.	56
17.	Inversiones en capital de trabajo	57
18.	Total de inversiones	57
19.	Financiamiento	57
20.	Egresos	58
21.	Ingresos	59
22.	Ingresos futuros.	59
23.	Punto de equilibrio	59
24.	Estado de pérdidas y ganancias	61
25.	Fujo de efectivo	62
26.	Depreciaciones.	77
27.	Sueldos y salarios.	78
28.	Tabla de amortización	79
29.	Publicidad.	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura		Pág
1.	Disposición por adquirir artesanías de productos reciclados	38
2.	Clase de productos con deseo de adquirir	39
3.	Precio dispuesto a pagar.	40
4.	Lugar de preferencia de compra	41
5.	Utilidad a las artesanías	42
6.	Frecuencia adquisición de adornos	43
7.	Fijación al momento de comprar	44
8.	Lugar de adquisición de adornos	45
9.	Publicidad para el centro artesanal	46
10.	De acuerdo con la creación del centro artesanal	47
11.	Mejora del medio ambiente	48
12.	Logotipo.	51
13.	Organograma	51
14.	Macrolocalización	54
15.	Microlocalización.	54
16.	Distribución del local	55

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo		Pág
1	Encuesta	74
2	Depreciación	77
3	Sueldos y salarios	78
4	Tabla de amortización	79
5	Publicidad	82
6	Certificado Profesor Inglés	83

CÓDIGO DUBLÍN

Título:	Estudio de factibilidad para la creación de un centro artesanal de las beneficiarias del bono desarrollo humano del sector grito de la libertad del cantón Quevedo. año 2015			
Autor:	Moreira Zamora José Julián			
Palabra clave:	Factibilidad	Ingresos	Egresos	Rentabilidad
Fecha de publicación:				
Editorial:				
Resumen:	<p>La presente investigación se basó en realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro artesanal de las beneficiarias del Bono Desarrollo Humano del sector grito de la libertad del cantón Quevedo. Actualmente el cantón de Quevedo cuenta con una población 173575 habitantes lo cual hace atractivo para el establecimiento de algún negocio. Para encontrar la viabilidad del estudio de factibilidad se recurrió a realizar cuatro estudios los cuales son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico, y estudio financiero, los mismos que darán la información necesaria para la toma de decisiones. Cumpliendo como lo manifiesta el primer objetivo de la investigación sobre la elaboración un estudio de mercado este demostró que es alta aceptación que tiene la población por la creación de un centro artesanal debido que por la demanda insatisfecha que tiene este tipo de negocio en el cantón Quevedo. El centro artesanal RECI ARTE estará conformada por 10 personas (Administrador, Secretaria, ventas, jefe de producción y bodegueros) los cuales la empresa tendrá un gasto anual por concepto de sueldos y salarios de \$ 67.141.34. Se determinó que la mejor ubicación para el centro artesanal será en el sector del grito de la libertad de la parroquia 20 de febrero. Por medio del estudio económico - financiero se determinó que el proyecto es viable ya que el VAN es positivo con un valor de \$ 233.905.03;</p>			

	<p>la TIR es mayor que la tasa del mercado $101\% > 10.5$ y la B/C indica que por cada dólar invertido retornara \$ 1.45 (un dólar con cuarenta y cinco centavos)</p> <p>This research was based on a study of feasibility for the creation of a craft center of the beneficiaries of the Human Development Bonus cry sector Quevedo Canton freedom Quevedo canton currently has a population of 173,575 inhabitants which makes it attractive for establishing a business. To find the viability of the feasibility study was used to conduct four studies which are: market research, technical study, economic study and financial study, which will give them the necessary information for decision making. Manifests serving as the first objective of the research on developing a market study showed that this acceptance is high that the population by creating a craft center due to unmet demand for this type of business in the canton Quevedo. The craft center will consist RECIARTE 10 (Administrator, Secretary, sales, production manager and wine maker) which the company will have an annual expenditure for salaries and wages of \$ 67.141.34. It was determined that the best location for the craft center will cry in the field of freedom of the parish on February 20. Through economic study - Financial determined that the project is viable because the NPV is positive with a value of \$ 233.905.03; IRR is greater than the market rate $101\% > 10.5$ and B/C indicated that for every dollar invested will return \$ 1.45 (one dollar and forty-five cents)</p>
Descripción:	Pag 80
URI:	

INTRODUCCIÓN

Actualmente en el Ecuador se ha venido fomentando a que las personas puedan incursionar con microempresas artesanales que resulta de gran importancia para sus familias ya que son generadores de empleo. Además las artesanías se han convertido en una actividad muy importante para las personas que se dedican a este tipo de negocios, puesto que demandan poca inversión y se pueden lograr buenos resultados.

La provincia de Los Ríos es considerada como agrícola en su mayoría, pero en los últimos años se ha venido incrementando la organización de las personas que desean realizar emprendimientos productivos como son las artesanías.

En el cantón Quevedo ha tenido un importante crecimiento durante los últimos años, pues se ha aumentado el número de microempresas, ya que muchas personas ven las artesanías como una fuente generadora de ingresos para sus familias, además se han constituido para la sociedad una gran oportunidad de adquirir productos reutilizables.

En el sector de Grito de la Libertad actualmente se formó una asociación de mujeres que reciben el bono de desarrollo humano por parte del estado, por esta razón se ha tomado la iniciativa de impulsar un proyecto, en el cual puedan estar involucradas, por lo que se propuso la creación de un centro artesanal para la elaboración y comercialización de artesanías a base de materiales reciclables.

Un centro artesanal que utilice materia prima reciclada en la elaboración de sus productos y se fundamentara en la creación de variados y nuevos diseños de productos que sirvan como fuente de ingresos para sus emprendedoras.

Las beneficiarias del bono de desarrollo humano pretendieron con la elaboración de artesanías mejorar la calidad de vida de sus familias y además de generar empleo para otras personas, por lo cual se impulsó crear productos que vayan enfocados a resaltar la cultura y el turismo del cantón Quevedo, también los productos contaron con una identificación donde se resaltaron que fueron elaborados a base de materiales reciclados y con ello hacer conciencia en las personas para el cuidado del medio ambiente.

Las artesanías elaboradas por las beneficiarias del bono de desarrollo humano del sector Grito de la Libertad fueron realizadas manualmente y no contaron con maquinarias, ya que este proyecto se caracterizó por ser socialmente responsable y no de mando de una cuantiosa inversión.

El presente proyecto de investigación pretendió evaluar la factibilidad para la creación de un centro artesanal con las beneficiarias del bono de desarrollo humano del sector del Grito de la Libertad del cantón Quevedo y con ello poder mejorar su calidad de vida con la obtención de una fuente de ingreso.

Para el desarrollo del proyecto de investigación sobre la creación de un centro artesanal con las beneficiarias del bono de desarrollo humano del sector del Grito de la Libertad del cantón Quevedo, se realizó un estudio de factibilidad en el cual se obtuvo por medio de los estudios de mercado, técnico, económico y financiero la viabilidad y puesta en marcha que tendrá el centro artesanal en el cantón.

CAPÍTULO I
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problematización

1.1.1. Problema de investigación

Actualmente se vienen realizando programas diversos para la protección del medio ambiente debido que las personas no poseen una cultura sobre los procesos de reciclaje que les puedan dar a sus desechos, lo que ha producido la afectación del clima.

El bono de desarrollo humano está destinado a las mujeres de escasos recursos económicos para mejorar su calidad de vida, dado que no cuentan con un empleo que les permita satisfacer sus necesidades.

En el sector del grito la libertad existen 23 mujeres que reciben el bono de desarrollo humano por parte del gobierno, las cuales han venido desarrollando actividades artesanales pero no tienen la inversión para crear un centro artesanal, lo que ocasiona que sea vulnerable su situación social, cultural, económica y productiva.

De igual manera, el bajo nivel de educación de las personas beneficiarias del bono de desarrollo humano y los escasos conocimientos de gestión empresarial e innovación tecnológica de ellas, son factores que pueden influenciar directamente en el nivel de ventas del producto, así como los cambios en los hábitos de consumo (moda, diseños, colores, etc.) de la población que necesita buscar en la competitiva del mercado.

1.1.1.1. Diagnóstico (Causas – Efectos)

A. CAUSAS

- Poco conocimiento en la comercialización de artículos artesanales
- Pocas microempresas que comercialicen artículos a base de materiales de reciclaje
- Costo de introducción al mercado

B EFECTOS

- Desconocimiento de estrategias de comercialización de los artículos
- Investigación de alternativas de comercialización
- Disminución de la demanda del producto

1.1.2.1. Pronóstico

- Incentivo al sector microempresario
- Movilización a diferentes sitios para comercializar el producto
- Hacen falta estudios en asesoría financiera en los negocios.

1.1.2.2. Control del Pronóstico

- Creación de un centro artesanal
- Efectuar estrategias eficientes en la comercialización del producto
- Realizar estudios financieros para conocer rentabilidad de los negocios.

1.1.2. Formulaci3n del problema.

¿C3mo un estudio de factibilidad permitir3 crear un centro artesanal de las beneficiarias del Bono Desarrollo Humano del sector grito de la libertad del cant3n Quevedo?

1.1.3. Sistematizaci3n del problema.

¿De qu3 manera un estudio de mercados determina la factibilidad para la creaci3n de un centro artesanal en el sector grito de la libertad del cant3n Quevedo?

¿C3mo un estudio t3cnico contribuir3 al desenvolvimiento del centro artesanal en el sector grito de la libertad del cant3n Quevedo?

¿De qu3 manera un estudio econ3mico – financiero determinara la rentabilidad de un centro artesanal en el sector grito de la libertad del cant3n Quevedo?

1.2 Objetivo

1.2.1. General.

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro artesanal de las beneficiarias del Bono Desarrollo Humano del sector grito de la libertad del cantón Quevedo

1.2.2. Específicos.

- Efectuar un estudio de mercados que determine la factibilidad para la creación de un centro artesanal en el sector grito de la libertad del cantón Quevedo
- Elaborar un estudio técnico en que se desarrollará el centro artesanal en el sector grito de la libertad del cantón Quevedo
- Determinar la rentabilidad mediante un estudio económico – financiero para la creación del centro artesanal en el sector grito de la libertad del cantón Quevedo

1.3 Justificación

El estudio de factibilidad para la creación de un centro artesanal es de gran importancia ya que aportará con la generación de empleo, factor muy escaso en la zona, puesto que la población en su gran mayoría es de escasos recursos y las familias son incompletas ya que han optado por migrar a otros países.

Resulta de gran importancia la creación del centro artesanal mediante el cual se lograra mejorar la situación socioeconómica y aprovechar las habilidades de las 23 mujeres beneficiarias del bono de desarrollo humano del sector del Grito de la Libertad para elaborar artesanías a base materiales reciclados. Actualmente muchas personas buscan como fuente de empleo la elaboración de artesanías, ya que son productos de un nivel de precio bajo y que se encuentra requeridas por los turistas.

Para el presente proyecto se determinó que los beneficiarios indirectos del centro artesanal son las familias del sector grito de la libertad debido a que podrán mejorar su calidad de vida por la obtención de nuevos ingresos y como beneficiarias directas las 23 mujeres, puesto que podrán tener un empleo para sustentar las necesidades de sus familias.

La creación de un centro artesanal será la solución de muchos de los problemas que atraviesan las beneficiarias del bono de desarrollo humano del sector grito de la libertad ya que permitirá crear una fuente de trabajo y ayudara a la conservación del medio ambiente con la reutilización de materiales de desechados.

CAPÍTULO II
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco Conceptual.

2.1.1. Estudio de factibilidad

Según **Domingo (2010)**, el estudio que incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual (si existe). a partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de estas.

Según **Rojas (2012)**. Consiste en el conocimiento objetivo de las verdaderas posibilidades de desarrollar un proyecto, identificando necesidades, demandas, mercado y recursos disponibles sobre la base de evaluaciones económicas, financieras y técnicas

Según **Chiriboga (2010)**. Han de mercado que se propone a realizar una empresa tomando en cuenta acciones técnicas, económicas o financieras del proyecto a desarrollar, en base a hechos reales y precisos, mide los beneficios o rentabilidad del proyecto

2.1.2. Empresa

Según **Bustamante (2010)**, la empresa es la unidad económica de producción encargada de combinar los factores o recursos productivos, trabajo, capital y recursos naturales, para producir bienes y servicios que después se venden en el mercado.

Según **Varela (2010)**. Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios

Según **Sapag (2012)**. Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital)

2.1.3 Estudio de mercado.

Según **Hores (2010)**, generalmente todo negocio en su primer fase inicia con la identificación de sus posibles clientes, el segmento del mercado al cual se va a llegar con el bien o servicio ofrecido, la cuantificación del volumen de ventas periódicas, la proyección de ese mercado, la definición de las características y atributos del producto, el precio, el canal de distribución más indicado, la forma como se va a dar a conocer el mercado de su existencia y las estrategias de comercialización que más se ajusta al plan de negocios.

Según **Meza (2010)**. Es un estudio de mercado, oferta y precios de un bien o servicio. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo, y el estudio financiero se realizarán a menos que este muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio.

Según **Arboleda (2014)**. El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

2.1.4 Demanda.

Según **Wiers (2010)**, la demanda mide cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda es función de una serie de factores, como son las necesidades reales que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población y otros.

Según **Varela (2010)**. El análisis de la demanda es quizá la parte más importante del estudio de mercado, consiste en analizar el público objetivo al cual nos vamos a dirigir, conocer sus principales características, y procurar descifrar qué tan dispuesto estaría en adquirir nuestros productos o servicios.

Según **Sapag (2010)**. Las personas logran una utilidad o satisfacción a través de la utilización de bienes o servicios. Su demanda refleja las preferencias que tenga este sobre la alternativa que le ofrece el mercado, todo esto en el marco de restricciones de los presupuestos

2.1.5. Oferta

Según **Vizcarra (2010)**, la oferta es la relación entre la cantidad de bienes ofrecidos por los productores y el precio de mercado actual. Gráficamente se representa mediante la curva de oferta

Según **Arboleda (2014)**. Estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del producto

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

2.1.6. Estudio técnico

Según **Sapag N (2010)**, el estudio técnico contribuye a obtener información de las inversiones y costos dentro de un área específica.

Según **Ilpes (2010)**. Los sustantivos en la formación de proyectos son llegar a diseñar la función óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o servicio

Según **Arboleda (2014)**. Por lo general se estima que debe aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernas, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente

2.1.7. Localización

Según **Baca G (2010)**, la localización permite de una mejor determinar la mejor ubicación posible que pueda tener la instalación de una empresa dentro de una área específica.

Según **Arboleda (2014)**. La localización es otro tema del estudio técnico de un proyecto. El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas localizadas con el fin de buscar la localización en que resultante de estas fuerzas produzcan la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

Según **Córdova (2012)**. Es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes de hecho, algunas expresar solo la toman una vez en su historia.

2.1.8. Ingeniería del proyecto.

Según **Sapag N (2010)**, la ingeniería del proyecto es un estudio que se relaciona con la etapa técnica; es decir, con la participación de los ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

Según **Córdova (2012)**. Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

Según **Sapag N (2010)**, En este apartado, se determinan todos los recursos necesarios para cumplir con el tamaño de producción que se haya establecido como óptimo.

2.1.9. Estudio económico.

Según **Mircea (2010)**, El estudio económico permite determinar la rentabilidad del proyecto desde el punto de vista de la economía en su conjunto a precios sombra o de eficiencia para su efecto sobre la rentabilidad de la inversión.

Según **Ilpes (2010)**. El estudio económico o análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyectos. Consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico

Según **Guzmán (2011)**. La evaluación económica viene a definir la rentabilidad del proyecto y para ello se utilizan fundamentalmente la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN), el cual considera un costo de capital o tasa de descuento (TMAR), y ambas técnicas suponen que las ganancias se reinvierten en su totalidad y que al reinvertirse ganan la misma tasa de descuento a la cual fueron calculadas.

2.1.10. Inversión

Según **Díaz (2010)**, la inversión es el flujo del producto destinado al aumento del stock de capital, aumentando así la capacidad productiva de un país. Con esto se deduce que la inversión es necesariamente intertemporal, pues su objetivo es aumentar la capacidad de producción en el futuro

Según **Ilpes (2010)**. Las instituciones financieras brindan créditos aquellos proyectos que cuentan con responsabilidad patrimonial, capacidad técnica y administrativa requerida para el buen éxito del proyecto. La capacidad para el préstamo y para el proyecto se demostrará con los elementos que contengan el propio proyecto

Según **Hores (2010)**. La inversión es el flujo del producto destinado al aumento del stock de capital, aumentando así la capacidad productiva de un país. Con esto se deduce que la inversión es necesariamente intertemporal, pues su objetivo es aumentar la capacidad de producción en el futuro

Según **Hores (2010)**. Se inicia con la búsqueda de los recursos necesarios para poner en funcionamiento el proyecto. Poner el plan de negocios, siguiendo al máximo, el estudio de factibilidad realizado

2.1.11. Costos

Según **Guzmán (2011)**. Representan el valor de activos entregados a cambio de obtener otros activos. El costo se distingue del gasto en el que este representa el valor del activo sacrificado para generar ingresos y se clasifican en fijos y variables

Según **Backer (2011)**. Los costos se clasifican de acuerdo con su identificación con una actividad, departamento o produce en costos directos y costos indirectos

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

2.1.12. Costos fijos

Según **Backer (2011)**. Son los que permanecen constantes dentro de un periodo determinado sin importar si cambia el volumen

Según **Cochran (2010)**. Son aquellos que se deben efectuar aunque no se produzcan nada. Se debe poner énfasis en que los costos no son fijos hasta que se incurre en ellos

Según **Sapag (2010)**. Son costos que se deberán pagar en un periodo determinado independientemente de su nivel de producción (arriendo de bodegas, algunas remuneraciones, seguros de máquinas, entre otros)

2.1.13. Costos variables

Según **Sovero (2010)**. Los costos variables de producción guardan una relación de causalidad con respecto a las fluctuaciones en el nivel de producción y por lo tanto dichos costos varían en total, cuando lo hace el nivel de producción

Según **Backer (2011)**. Fluctúan en relación directa a una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas

2.1.14 Ingresos.

Según **Sapag (2010)**, manifiesta que el ingreso es la influencia de activos que resulta de la venta de artículos o servicios en el curso normal de las operaciones implicando un aumento de capital.

Según **Baca (2010)**. Comprende todos aquellos que inmediata y directamente implican aumento en el patrimonio y suelen ser por lo general directos e indirectos

Según **Guzmán (2011)**. Manifiesta que el ingreso es la influencia de activos que resulta de la venta de artículos o servicios en el curso normal de las operaciones implicando un aumento de capital

2.1.15. Estudio financiero

Según **Vizcarra (2010)**, la evaluación financiera es la que analiza desde el punto de vista financiero la cuantificación de los ingresos y egresos que se hace con base en la suma de dinero que el inversionista recibe, entrega o deja de recibir.

Según **Ilpes (2010)**. La demostración de la viabilidad financiera del proyecto y del examen de sus sensibilidades o las probables variaciones de las magnitudes que conforman su planteamiento básico se hace con instrumentos de análisis financieros que el documento debe presentar. Los datos para calcularlos se obtiene: de las previsiones de precios y cantidades de mandadas contenidas en el estudio del mercado

Según **Sapag (2010)**. Evaluación financiera es la que analiza desde el punto de vista financiero la cuantificación de los ingresos y egresos que se hace con base en la suma de dinero que el inversionista recibe, entrega o deja de recibir

2.1.16. Valor actual neto (VAN).

Según **Ilpes (2010)**, el valor actual neto es la diferencia positiva y negativa entre los ingresos actualizados (incluida como gasto la inversión) utilizando una cierta tasa de actualización.

Según **Velasco (2013)**, Es el valor actual neto se define como el valor presente de los rendimientos futuros descontados del costo de capital menos el costo de la inversión (Pág. 361)

Según **Hernández (2013)**, El valor actual neto se define como el valor presente de los rendimientos futuros descontados del costo del capital menos el costo de la inversión (Pág. 342)

2.1.17. Tasa interna de retorno.

Según **Guzmán (2011)**. La tasa interna de retorno se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial de un proyecto.

Según **Terranova (2010)**. Es un criterio utilizado para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión, se define como la tasa de interés que hace que el valor actual neto del proyecto sea igual a cero.

Según **Ortega (2010)**. Indica la tasa de interés a la cual la decisión de inversión es indiferente entre el proyecto y el mejor uso alternativo.

2.1.18. Relación beneficio – costo

Según **Hernández (2013)**. Se utiliza para evaluar las inversiones económicas o de interés. Tanto los beneficios como costos no cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada y además se toma en cuenta criterios sociales.

Según **Baca (2010)**. 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 privado, sino que se toman en cuenta criterios sociales

Según **Vizcarra (2010)**. Si el resultado es igual a 1, los beneficios igualan a los sacrificios sin generar riqueza alguna. Por tal razón sería indiferente ejecutar o no el proyecto

2.1.19. Recuperación del capital.

Según **Guzmán (2011)**. Es el número de años requeridos para que la empresa recupere su inversión de acuerdo con las entradas de efectivos calculados

Según **Baca (2010)**. Es simplemente el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial neta mediante los flujos netos de caja

2.2.20. Huj o de fondos.

Según **Vscione (2012)**. El flujo de fondos se refiere a la cantidad de capital de trabajo neto (es decir, activos circulantes menos pasivos circulantes) generada por las operaciones. El flujo de fondos de las operaciones indica hasta qué grado la operación del negocio es una fuente para estos fines

Según **Tarrago (2010)**. También llamado Estado de Huj o de Efectivo, es el estado financiero que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento. Este estado tiene un mayor sentido práctico como presupuesto, siendo una herramienta de vital importancia dentro de la planificación financiera a corto plazo

Según **Ortega (2010)**. Expresa que el flujo de caja sistematizada la información de las inversiones previas a la puesta en marcha, la inversión durante la operación los egresos e ingresos de operaciones, el valor de salvamento del proyecto y la recuperación del trabajo

2.2 Fundamentación Teórica

2.2.1. Estudio de factibilidad

Según **Baca, (2010)**, quien expresa que cuando persisten dudas en torno a la viabilidad del proyecto en algunos de sus aspectos fundamentales, se procede a depurar la información que permita otorgar mejores y más confiables soportes a los indicadores de evaluación. La decisión de pasar de etapa al estudio de factibilidad debe ser tomada por las altas jerarquías, pues siempre implica su elaboración altos gastos financieros y consumo de tiempo y puede en muchos casos, acarrear considerables costos políticos (en el caso de proyectos de gran complejidad como vías troncales, hidroeléctricas disponibles), y otro por otro lado de la evaluación que es la aplicación de ciertas técnicas y criterios para determinar su conveniencia o no

De acuerdo a **Córdova (2012)**, quien manifiesta que la mayoría de los estudios incluyen los dos componentes, sin embargo, las instituciones de financiamiento suelen asignar grupos diferentes de expertos para efectos de revisión de cada una de las partes, con el fin de garantizar objetividad en el manejo de la utilización de indicadores y en la aplicación de criterios

2.2.2. Objetivo del estudio de factibilidad

De acuerdo a **Iniesta, (2010)**, quien indica que los objetivos del estudio de factibilidad son los siguientes:

- Identificar la plena del proyecto a través de los estudios de mercado, tamaño, localización y tecnología apropiada
- Diseñar del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto
- Estimar el nivel de las inversiones necesarias y su cronología, lo mismo que los costos de operación y el cálculos de los ingresos
- Definir de términos de contratación y pliegos de licitación de obras para la adquisición de equipos

- Someter el proyecto si es necesario a las respectivas auditorias de planeación
- Aplicar criterios de evaluación tanto financiero como económico, social y ambiental, que permita allegar argumentos para la decisión de realización del proyecto

Así mismo **Iniesta, (2010)**, señala que en efecto, del estudio de factibilidad se puede esperar o abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable o conveniente; o mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que surgirán de los analistas representantes de las alternas fuentes de financiación o de funcionarios estatales de planeación en los diferentes niveles, nacional, sectorial, regional, local o empresarial

2.2.3. El estudio de mercado

Baca G, (2010). Este estudio va más allá del sólo análisis de la oferta y de demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden pronosticarse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial, mediante el conocimiento de los siguientes aspectos:

- El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto
- El estudio de la competencia es fundamental, para poder conocer las características de los productos o servicios que ofrecen el resto de los productores, con el fin de determinar las ventajas y desventajas que aporta dicha competencia
- El análisis de la comercialización del proyecto depende de los resultados que se obtienen de los estudios del consumidor, la demanda, la competencia y la oferta

2.2.3.1. Objetivo del estudio de mercado

A continuación se muestran los objetivos del estudio de mercado:

- Definir que es demanda, oferta, comercialización
- Explicar cuál es el procedimiento general de la investigación de mercados

- Citar tres métodos de ajuste de curvas y explicar que consiste cada uno de ellos
- Explicar cuáles son las características que debe tener una encuesta
- Describir el procedimiento para la proyección del precio de un producto
- Diferenciar los canales de comercialización que existe para la venta de un producto industrial

2.2.3.2 Oferta

Caldas, (2010). 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 lo generan. Durante el proceso de recolección de datos 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

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

Precio- Se establece que 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

Tecnología- A medida que la tecnología se perfecciona (evoluciona) la producción aumenta

Oferta de los insums.- La abundancia o escasez de los insumos, es una limitante en la cantidad que se pueda ofrecer al consumidor

2.2.3.2 Demanda

Hernández, (2013). El término de demanda se puede definir como el número de unidades de un determinado bien y servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado de tiempo y según determinadas condiciones de precio, calidad, ingresos, gustos de los consumidores

La demanda para 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
- 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 preferencia. Nos dice que si los gustos y preferencia aumentan, la demanda de este aumenta y viceversa

El análisis de la demanda de mercado, se puede dividir en dos grandes rubros: demanda actual, la cual puede ser: local, regional o nacional y exterior

2.2.4 Estudio técnico

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

El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en él.

En particular, los objetivos del estudio técnico para el presente proyecto son los siguientes:

- Determinar la localización más adecuada en base a factores que condicionen su mejor ubicación
- Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto
- Definir el tamaño y capacidad del proyecto
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones
- Especificar el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación
- Incluir un cronograma de inversión de las actividades que se contemplan en el proyecto hasta su puesta en marcha
- Enunciar la estructura legal aplicable al proyecto
- Comprobar que existe la viabilidad técnica necesaria para la instalación del proyecto en estudio

2.1.4.1. Objetivos del estudio técnico

A continuación se muestran los objetivos del estudio de técnico:

- Identificar las partes que conforman un estudio técnico
- Describir tres métodos para representar un proceso
- Explicar cuáles son los factores relevantes para la adquisición de equipos y maquinaria
- Explicar las principales características de los métodos cualitativos y cuantitativos que se emplean en la localización de una planta
- Mencionar cuales son los factores determinantes del tamaño de una planta

- Señalar en que consiste el método SLP para la distribución de una planta
- Explicar la importancia que tienen los aspectos jurídicos y de organización en la evaluación de un proyecto

2.2.4.2 Infraestructura

Cochran, (2011). Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicio, para lo cual se tiene que considerar: El área del local, Las características del techo, la pared y de los pisos y los ambientes

2.2.4.3 Tamaño

Gasper (2012). El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y nivel de operación que a su vez 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, etc.

2.2.5 Estudio Económico-Financiero

Baca, (2010). Este incluye la evaluación del tamaño del proyecto y de la localización. Tamaño del proyecto. Puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima. La primera se refiere al volumen de producción que bajo condiciones técnicas óptimas se alcanza a un costo unitario mínimo.

La capacidad de producción normal es la que bajo las condiciones de producción que se estimen, registrará durante el mayor tiempo a lo largo del período considerado al costo unitario mínimo. La capacidad máxima se refiere a la mayor producción que se puede obtener sometiendo los equipos al máximo esfuerzo, sin tener en cuenta los costos de producción.

Los pasivos o deudas están representados por el monto de los créditos que el inversionista decide contratar para cubrir el valor restante de la inversión inicial, o inversiones durante la operación del proyecto.

Esta mezcla de capital contable y pasivos determina lo que denominamos la estructura financiera del proyecto.

Dado lo anterior, el evaluador de proyectos debe conocer con cierto nivel de profundidad nuestro sistema financiero, tener un dominio sobre el manejo de las tasas de interés, que en créditos, máxime cuando la evidencia empírica nos que debido a las escasas fuentes de financiamiento a largo plazo y a los pocos incentivos para hacer inversiones de capital los proyectos de inversión se han venido financiado con pasivos a corto plazo, lo cual los ha abocado a graves problemas de liquidez, grandes niveles de endeudamiento y altos costos financieros trayendo como consecuencia el fracaso prematuro de los nuevos proyectos.

2.2.5.1. Flujos de fondos

Miranda Miranda, (2010). El primer paso es identificar plenamente los ingresos y egresos en el momento en que ocurren. El "flujo neto de caja" es un esquema que presenta en forma orgánica y sistemática cada una de las erogaciones e ingresos líquidos registrados período por período. El principio básico de la evaluación es que el proyecto resulta recomendable en la medida que los beneficios superen a los costos.

Las complicaciones se derivan normalmente de la dificultad de identificar adecuadamente los beneficios y los costos.

Algunas parecen deliberadamente ocultos; otros que parecen importantes y relevantes, y de hecho, pueden no serlos. Es bien importante resaltar los elementos involucrados en el flujo de caja.

2.2.5.2. Costos no incurridos

Ortega A (2010). Como secuela del punto anterior (sóloamente nos interesan los ingresos y egresos futuros), se desprende claramente que cualquier costo incurrido en el pasado

“hundido” o “muerto”, no tiene incumbencia alguna en la evaluación del proyecto y, en consecuencia, no deberá afectar para nada la decisión de invertir.

En ocasiones se incluyen equívocamente costos incurridos que son claramente irre recuperables. Los recursos gastados en la introducción de un producto en el mercado son costos irre recuperables, pues si el producto no se vende el gasto se pierde. Los recursos utilizados para comprar tierras en un mercado abierto

2.2.6 Reciclaje.

Según **Calderón (2014)**, el reciclar es llevar a cabo un método práctico y conciso que tiene origen de una cosa a otra se hace de una manera precedente que se utiliza para su progresión, es una medida ecológica para favorecer la reutilización que lleva consigo la disminución de residuos y la reducción del consumo de recursos naturales.

2.2.6.1 Tipos de reciclaje.

A Recolección selectiva

Según **Calderón (2014)**, es la separación de los componentes de la basura, para su recuperación directa. Para el éxito de este sistema se necesita, por un lado, la participación ciudadana, al tener que seleccionar en origen (domicilios) y depositar los residuos que se intenta recuperar en recipientes separados.

La recolección selectiva de residuos sólidos implica que las fracciones sean separadas en la fuente y posteriormente recolectadas también en forma separada; esta separación reduce bastante la mezcla y contaminación de materiales, lo que en consecuencia aumenta su calidad.

B Recolección bruta o global

Es un sistema no recomendable para nuestra realidad ya que es más costoso y complicado. Se trata de una técnica a partir de las basuras brutas o globales utilizadas en la industria

minera y metalúrgica, tales como la trituración, cribado y clasificación neumática, separaciones por vía húmeda, electromagnética, electrostática, ópticos y flotación por espumas para la obtención y depuración de metales y vidrios.

2.2.6.2 Proceso de reciclaje

Según **Calderón (2014)**, los materiales se pueden volver a utilizar reciclándolos y para ello necesitan ser recuperados.

Los residuos una vez recolectados pasan por un camino de procesos, diferentes lugares y varios métodos aplicados a los distintos materiales para en su reconstrucción lograr obtener nuevamente materiales útiles.

El proceso del reciclaje tiene por finalidad cumplir con el objetivo de la recuperación de residuos dándole un nuevo uso, y facilitando la defensa del medio ambiente.

2.2.7. Bono de desarrollo humano

El Bono de desarrollo humano es un subsidio monetario directo del Ecuador que fue implementado en septiembre de 1998 durante el gobierno de **Jamil Mahuad** llamado en ese entonces bono solidario. Su objetivo principal fue la compensación a la eliminación de los subsidios en gas y electricidad. Madres de familia pobres recibían \$15.10 mientras que ancianos y discapacitados recibían \$7.60.

Antes de su reestructuración en mayo del 2003, y luego de sufrir varias modificaciones debido a la crisis económica de 1999 y 2000, el bono solidario disminuyó en un 24% para las madres de familia pobres (\$11.50) y un 8% para ancianos y discapacitados (\$7). El grupo de beneficiarios era un 45% de la población 200 000 de personas con un costo para el estado de \$150 millones de dólares 0.5% del PIB.

En el gobierno de **Lucio Gutiérrez**, fue renombrado a bono de desarrollo humano y se lo combinó con el programa de beca escolar que se lo entregaba a familias pobres con la condición de insertar y mantener en el sistema educativo a sus hijos, de esta manera se

condicionó la asistencia para que los beneficiarios mantengan a sus hijos en la escuela y reciban atención médica preventiva.

También se realizó su re focalización disminuyendo la cantidad de beneficiarios a 40 % de la población. Al finalizar la reestructuración el bono aumentó a \$15 para las madres de familias pobres aún inferior al monto inicial y \$11.5 para los ancianos y discapacitados. El costo para el estado del bono fue de 197 000 000 en el 2005 (-0.5 % PIB)

El gobierno de Rafael Correa recibió un bono con impacto presupuestario de 194 000 000 dólares en el 2006 y lo duplicó en el 2007 a \$384 000 000 (0.86 % PIB) ya que aumentó el bono a \$30 el 30 de enero de 2007 (15 días luego de asumir la presidencia), tanto para las madres de familia pobres como para ancianos y discapacitados.

En ese entonces aglutinaba a más de 1.2 millones de beneficiarios, en agosto de 2009 aumentó a \$35 dólares beneficiando a 1.5 millones de personas, desde el 2009 hasta el 2012 no ha recibido un aumento. En enero de 2013 luego de una promesa de campaña fue promulgado un aumento del Bono de Desarrollo Humano, el cual asciende a 50 dólares mensuales.

En la actualidad el Gobierno está empezando una campaña para poder focalizar el bono en aquellas personas que realmente lo necesitan porque es de conocimiento general que actualmente está siendo mal dirigido en cierta forma ya que en muchos casos es cobrado por personas en pleno uso de sus funciones y que gracias al bono no buscan trabajo y se conforman de vivir con los \$50 que reciben cada mes.

2.2.8 Centro artesanal

Un centro artesanal es un proceso manual donde no se requiere el uso de tecnología sofisticada, si no el uso de las materias primas, máquinas y herramientas. Hecho en un pequeño taller familiar o en una comunidad nativa, se dividen en varios tipos: alfarería, carpintería, herrería, bordado, cerámica, entre otros (cultural, 2010)

Alfarería: Es el arte de elaborar objetos de barro o arcilla.

Carpintería: Es el arte donde se trabajan tanto la madera como sus derivados.

Bordado: Es el arte que consiste en la ornamentación por medio de hebras textiles, de una superficie flexible.

Herrería: Es el arte donde se crean objetos con hierro o aluminio.

Cerámica: Es el arte donde se crean recipientes, vasijas y otros objetos de cerámica o arcilla transformados en terracota, loza o porcelana.

Es un proceso eminentemente manual en el que no se utiliza ninguna tecnología avanzada. En este proceso no se utilizan materiales químicos ni industriales, sólo materias como la seda.

2.2.8.1. Historia de la actividad artesanal en el Ecuador

La actividad artesanal se origina con el hombre primitivo. La evolución de la especie humana viene aparejada con la evolución de sus productos manufacturados cada vez más complejos y acabados con gusto, haciendo alusión a las profundas convicciones, creencias, habilidades y desarrollo tecnológico de los pueblos.

La historia, respaldada científicamente por la arqueología, nos demuestra que en el origen de la artesanía, como objetos utilitarios, está en el origen de la comunicación y con ella de la comovisión de los pueblos (Cultural, 2010)

En el Ecuador, el artesano ha participado en la historia como un sector social y productivo con profundos desafíos y retos. Sin lugar a dudas, ha sido el artífice del mercado interno como productor y consumidor de los productos ecuatorianos. Las ciudades se han originado con pobladores artesanos que les dieron fuerza de crecimiento, coherencia de servicios, estructura física y fama.

El campesino marginado de sus tierras fértiles, se acogió al oficio, penetró en el mercado artesanal con las puertas siempre abiertas. El artesano ha forjado su familia integrándola tempranamente en el trabajo solidario, educando a sus miembros alrededor de los valores fundamentales del trabajo y la virtud, para ser buenos ciudadanos. (Cultural, 2010)

En la época precolombina los incas le dieron toda la importancia a su preciada actividad artesanal, se seleccionaba a los mejores artesanos, especialmente tejedores de telas finas, para que mantengan la tecnología y la desarrollen bajo una responsabilidad exclusiva.

Con la llegada de los españoles se fundieron las culturas y con ello las tecnologías que dieron lugar a las ricas artesanías y el arte Quiteño que brilló con luz propia en el mundo. Los tejidos coloniales eran exportados al resto de las colonias y a Europa.

La simbiosis cultural permitió ampliar la gama y calidad de las artesanías: la carpintería, el tallado en diversos materiales, la zapatería, la herrería, son algunos de los oficios que vieron su perfección en la diversidad de las artesanías que poco a poco se hicieron de la fama merecida. El artesano contribuyó enormemente al progreso del país.

Los conocimientos ancestrales unidos a la materia prima se manifiestan en cientos de objetos que muestran la producción de la Artesanía o “Arte Sano” en el Ecuador y reflejan, de manera extraordinaria, la diversidad cultural en todas y cada una de sus provincias. (cultural, 2010)

La actividad artesanal forma parte de las redes sociales, económicas y culturales del medio rural, de las zonas populares de las ciudades y desde luego de las nacionalidades indígenas originarias de nuestro país. Esta actividad se realiza al interior de una economía mayoritariamente doméstica y básicamente de autoconsumo y se debe incentivar para que se transmita de generación en generación.

En muchas ocasiones esta producción artesanal abarca objetos que sirven para el uso cotidiano del hogar y el trabajo, o tienen un objetivo estético asociado a su uso cotidiano o a una finalidad ritual que las hace quedar inmersas en la red de símbolos que constituyen la identidad comunitaria (cultural, 2010)

2.2.8.2 Tipos de artesanías

La artesanía expresa en sus formas, materiales, colores y usos, los aspectos culturales y el sentimiento de quien lo concibe por lo tanto se clasifica en:

Artesanía Indígena.- Artesanía de inmenso valor cultural, ya que fusiona dentro de sí material, identidad y función.

Artesanía Tradicional.- Elaborada por artesanos que han aprendido el oficio de sus padres y abuelos, y es fabricada con materiales propios de cada región.

Artesanía Contemporánea.- Compuesta por objetos producidos en su mayoría en talleres urbanos, que se utilizan técnicas aprendidas en centros de educación formal e informal.

2.2.8.2 Clasificación de la Artesanía

La artesanía tiene la siguiente clasificación:

Artesanía artística.- Es la que está destinada a la elaboración de productos estéticos.

Artesanía utilitaria.- Es la que está destinada a la producción de objetos utilitarios.

Artesanía artística utilitaria.- Son los productos que poseen las cualidades artísticas y son utilizados como adornos.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización

El presente proyecto de investigación está ubicado en el sector del grito de la libertad de la parroquia 20 de Febrero del cantón Quevedo provincia de Los Ríos, con una ubicación geográfica en la zona central del país dentro de las coordenadas 1°02'00" de Latitud sur y 79°27'00" de Longitud Occidental a una altura promedio de 100 metros sobre el nivel del mar, con una población de 173575 según lo estipula el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) en su censo poblacional del 2010. Además la investigación tuvo una duración de 120 días



3.2 Tipos De Investigación

3.2.1. De campo

Contribuyó a agrupar los datos por medio de las encuestas a los habitantes del cantón Quevedo para conocer los gustos y preferencias por los artículos a base de materiales reciclados que se lanzara al mercado

3.2.2. Documental

Esta investigación permitió extraer la información que esté relacionada a la creación de microempresas y a la realización de un estudio de factibilidad en el cantón Quevedo

3.3 Métodos de investigación

3.3.1 Analítico

Contribuyó a analizar la información para realizar el estudio de factibilidad por medio del estudio de campo a los habitantes del cantón Quevedo

3.3.2 Deductivo

Permitió utilizar el razonamiento para analizar la información proporcionada en el estudio de factibilidad para la creación de un centro artesanal por medio de las beneficiarias del Bono Desarrollo Humano del sector grito de la libertad en el cantón Quevedo y así poder determinar si el proyecto es viable

3.3.3 Inductivo

Contribuyó a la realización del estudio para la creación de un centro artesanal por medio de las beneficiarias del Bono Desarrollo Humano del sector grito de la libertad en el cantón Quevedo

3.4 Fuentes de recolección de datos.

3.4.1 Primarias

Se la realizó por medio de recolección de la información de las encuestas y del estudio de campo para poder realizar el estudio de factibilidad

3.4.2 Secundarias

Se obtuvo a través del trabajo de investigación de la biblioteca acerca de estudio de factibilidad ya realizados, además se extrajo información de tesis, folletos, artículos científicos, revista y periódicos

3.5. Diseño de la investigación

3.5.1. Población

La población de presente proyecto de investigación fue tomado del Instituto Nacional de Estadística y Censo, en donde manifiesta que el censo realizado en el 2010 la población del cantón Quevedo era de 173575 habitantes y con una tasa de crecimiento 2.16% para la población en el 2015 es de 193149 habitantes

3.5.2. Muestra

3.6 Instrumentos de investigación

3.6.1. Encuesta

Contribuyó a conocer cuáles son las preferencias del precio y calidad de los artículos que demandan los habitantes del cantón Quevedo por la creación de un centro artesanal por medio de las beneficiarias del Bono Desarrollo Humano del sector grito de la libertad, además las encuestas se realizaron por medio de un cuestionario con preguntas cerradas.

3.6.2. Observación directa

La observación directa permitió obtener la información de acciones, situaciones y hechos que están relacionados con la creación de un centro artesanal por medio de las beneficiarias del Bono Desarrollo Humano del sector grito de la libertad.

3.7. Recursos Humanos y Materiales

3.7.1. Humanos

- Beneficiarias del bono de desarrollo humano
- Encuestadores
- Director de tesis
- Autor

3.7.2. Materiales

Detalle

Materiales	Valor
Copias	50,00
Impresiones	300,00
Cuadernos	10,00

Lapiceros	2,00
Carpetas	5,00
Pen Drive	15,00
Anillado	1,00
Empastados	80,00
Cds.	10,00
Transporte y Alimentación	80,00

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Estudio de mercado

4.1.1.1. Análisis de las encuestas a los habitantes del cantón Quevedo

Pregunta 1.- ¿A introducir al mercado artesanías a base de productos reciclados usted estaría dispuesta a adquirirlo?

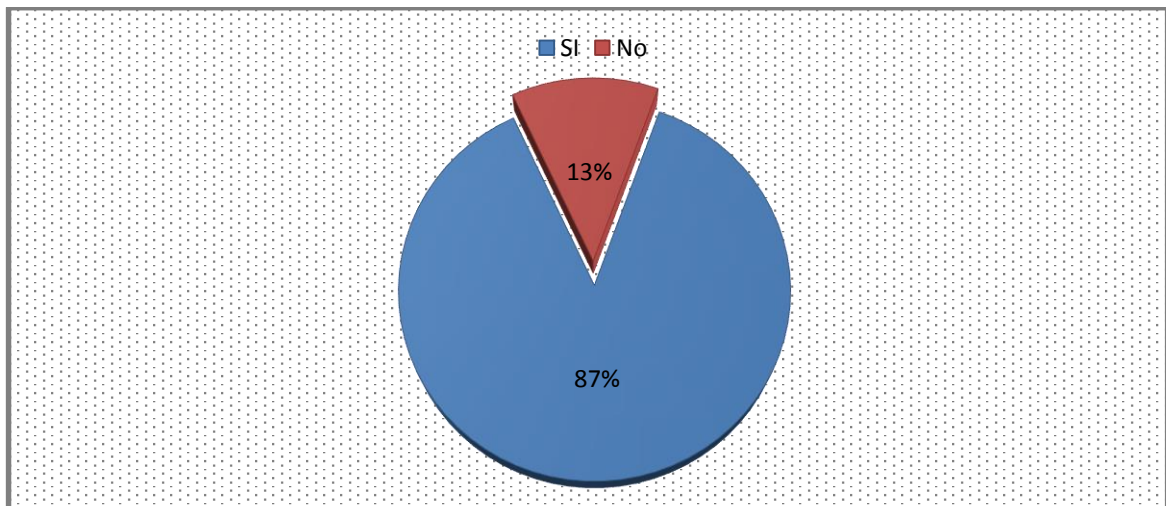
Tabla 1.- Disposición por adquirir artesanías de productos reciclados

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	335	87 %
NO	48	13 %
TOTAL	383	100 %

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Figura 1.- Disposición por adquirir artesanías de productos reciclados



Análisis.- De acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Quevedo el 87% expresaron que si estarían dispuestos a adquirir artesanías a base de productos reciclado 13% no estarían dispuestos, en base a esto podríamos determinar que la aceptación del centro artesanal es mayoritaria.

Pregunta 2- ¿Qué tipo de productos elaborados en el centro artesanal le gustaría adquirir?

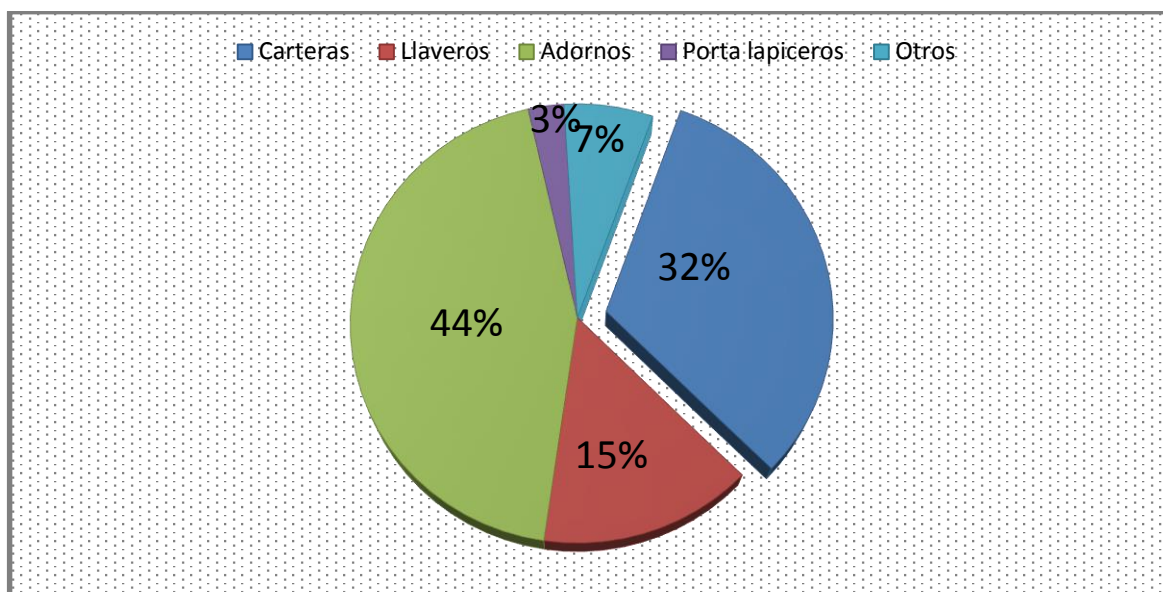
Tabla 2- Tipo de productos con deseo de adquirir

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Carteras	122	32 %
Llaveros	57	15 %
Adornos	169	44 %
Porta lapiceros	10	3 %
Otros	25	7 %
TOTAL	383	100 %

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Figura 2 Tipo de productos con deseo de adquirir



Análisis.- De acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Quevedo el 44% expresaron que les gustaría en el centro artesanal producto como adornos, el 32% carteras, el 15% llaveros, el 7% otros tipos de productos y el restante 3% porta lápices. En base a esto podemos determinar que los productos serían destinados mayoritariamente para hogares y oficinas.

Pregunta 3- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por artesanías a base de productos reciclados?

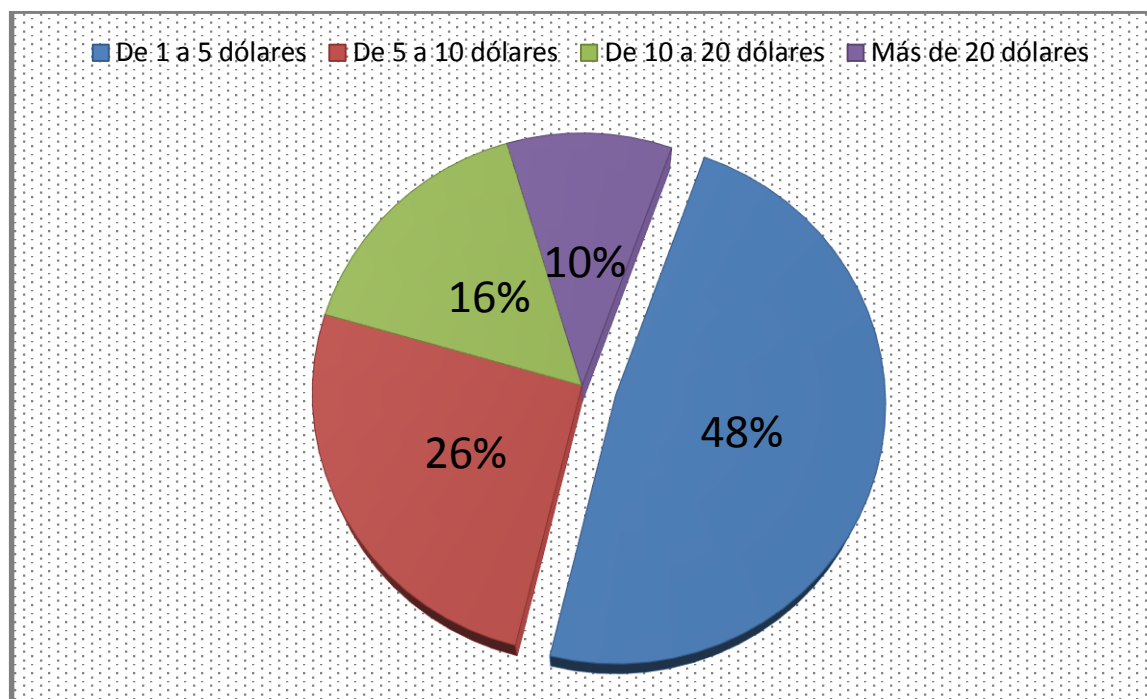
Tabla 3- Precio dispuesto a pagar

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
De 1 a 5 dólares	185	48 %
De 5 a 10 dólares	98	26 %
De 10 a 20 dólares	61	16 %
Más de 20 dólares	39	10 %
TOTAL	383	100 %

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Figura 3- Precio dispuesto a pagar



Análisis.- De acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Quevedo el 48% que el precio que estarían dispuesto a comprar un producto sería este entre 1 a 5 dólares, el 26% entre 5 a 10 dólares, el 16% de 10 a 20 dólares y el 10% en cambio estaría dispuesto a pagar más de 20 dólares.

Pregunta 4- ¿Cuál sería su lugar de preferencia para adquirir artesanías a base de productos reciclados?

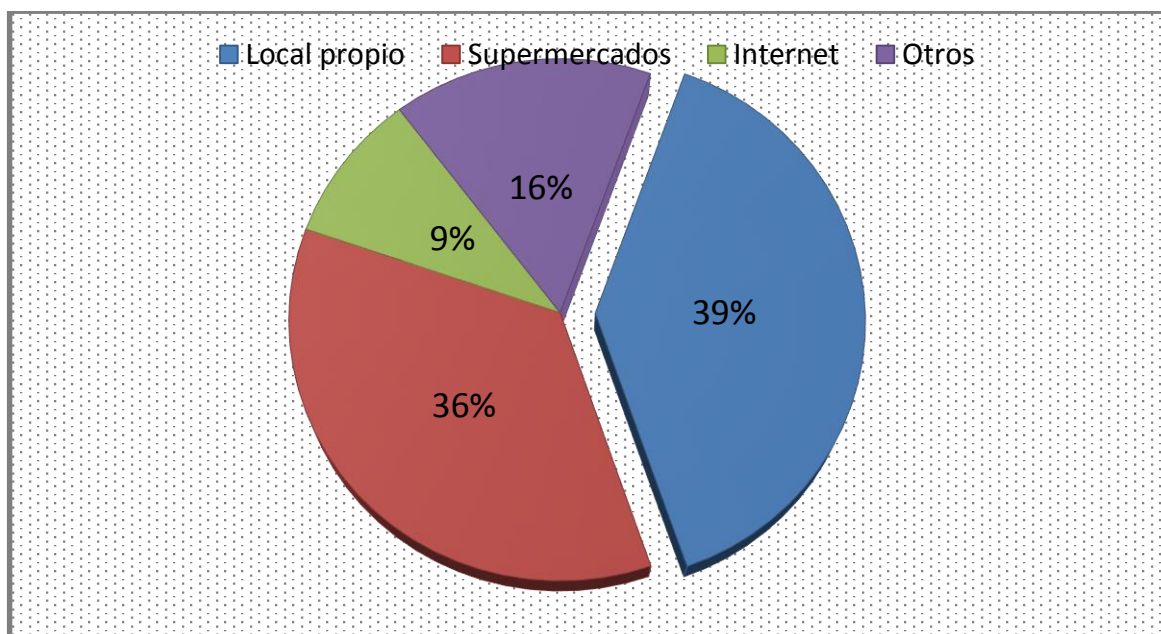
Tabla 4- Lugar de preferencia de compra

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Local propio	150	39 %
Super mercados	136	36 %
Internet	36	9 %
Otros	61	16 %
TOTAL	383	100 %

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Figura 4- Lugar de preferencia de compra



Análisis.- De acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Quevedo el 39% manifestaron que el lugar de preferencia para comprar los productos sería un local propio de la empresa, el 36% en los supermercados, el 16% en otros sitios y el 9% en cambio prefieren por medio del internet. Por lo cual determinamos que tendríamos un local de venta en nuestro centro artesanal donde tendríamos todo el surtido.

Pregunta 5- ¿Cuál sería la finalidad que le daría usted a las artesanías a base de productos reciclados?

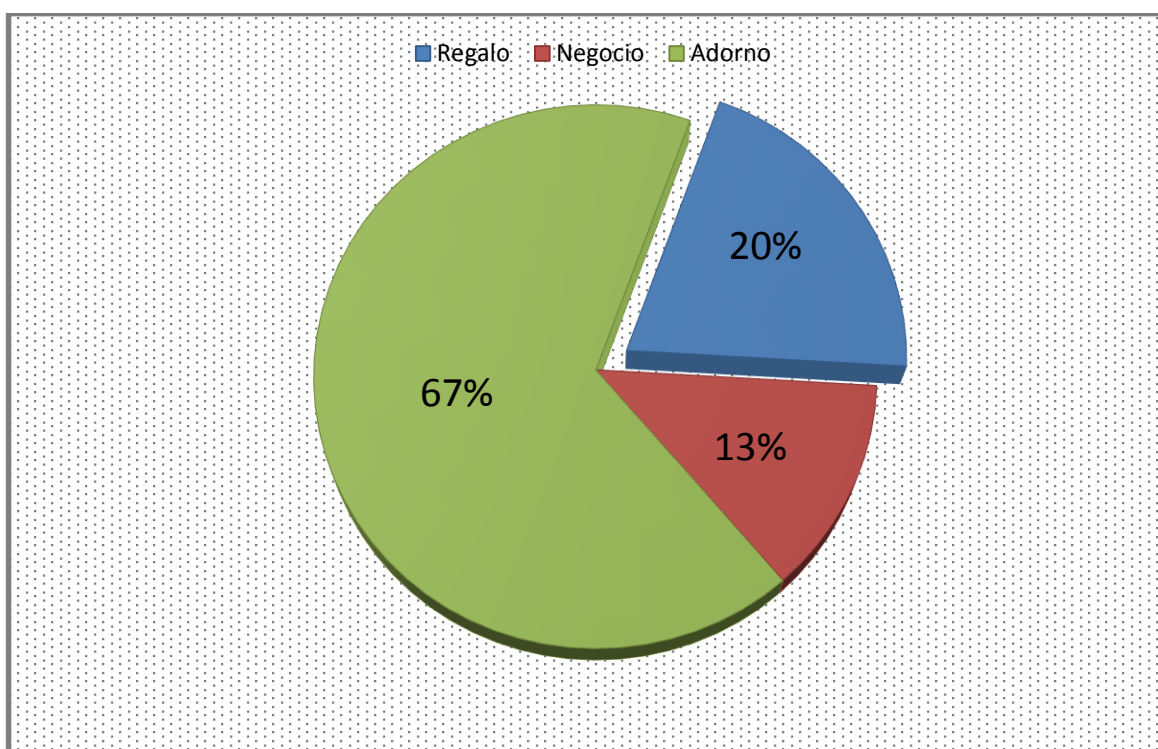
Tabla 5.- Utilidad a las artesanías

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Regalo	78	20 %
Negocio	49	13 %
Adorno	256	67 %
TOTAL	383	100 %

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Figura 5.- Utilidad a las artesanías



Análisis.- De acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Quevedo el 67 % manifestaron que la utilidad que le darían a los productos reciclados sería para adornos el 20% sería para poder dar un regalo y el 13% en cambio manifiesta que poder instalar un negocio o de reventa con las artesanías.

Pregunta 6- ¿Con que frecuencia usted adquiere adornos para su hogar?

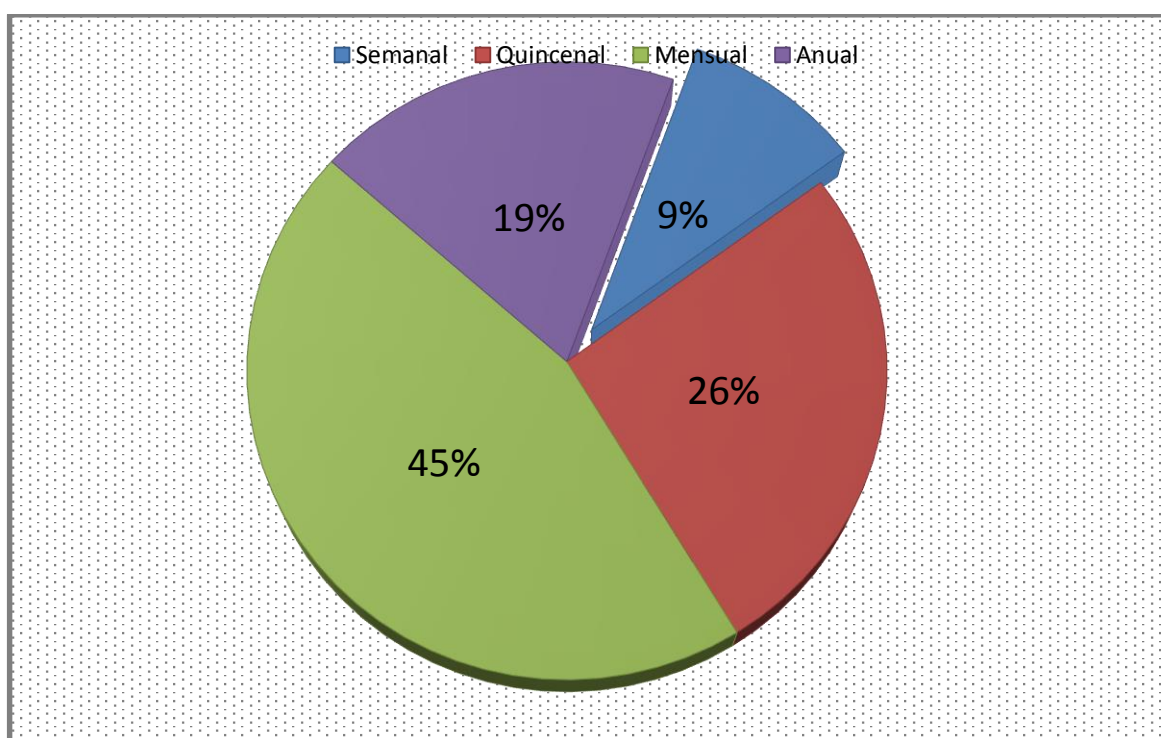
Tabla 6- Frecuencia adquisición de adornos

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Semanal	36	9 %
Quincenal	101	26 %
Mensual	173	45 %
Anual	73	19 %
TOTAL	383	100 %

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Figura 6- Frecuencia adquisición de adornos



Análisis.- De acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Quevedo el 45 % indicaron que ellos adquieren adornos para sus hogares mensualmente, el 26 % quincenalmente, el 19 % anualmente y el 9% en cambio manifestaron que lo hacen semanalmente.

Pregunta 7.- ¿Al momento de comprar artesanías a base de productos reciclados en que se fija usted?

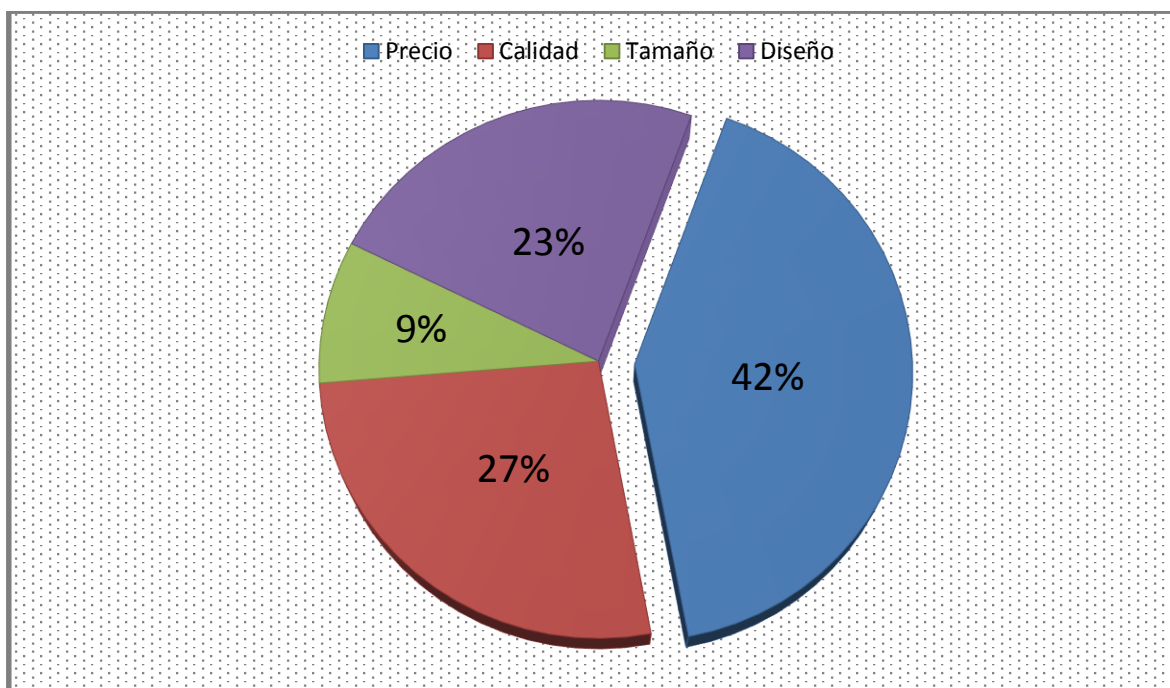
Tabla 7.- Fijación al momento de comprar

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Precio	159	42 %
Calidad	102	27 %
Tamaño	33	9 %
Diseño	89	23 %
TOTAL	383	100 %

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Figura 7.- Fijación al momento de comprar



Análisis.- De acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Quevedo el 42% indicaron que al momento de comprar un producto se fijan en el precio, el 27% en la calidad, el 23% el diseño que tenga el producto y el 9% se fijan en el tamaño del producto

Pregunta 8- ¿Prefiere usted adquirir adornos para su hogar Dentro o Fuera de la ciudad?

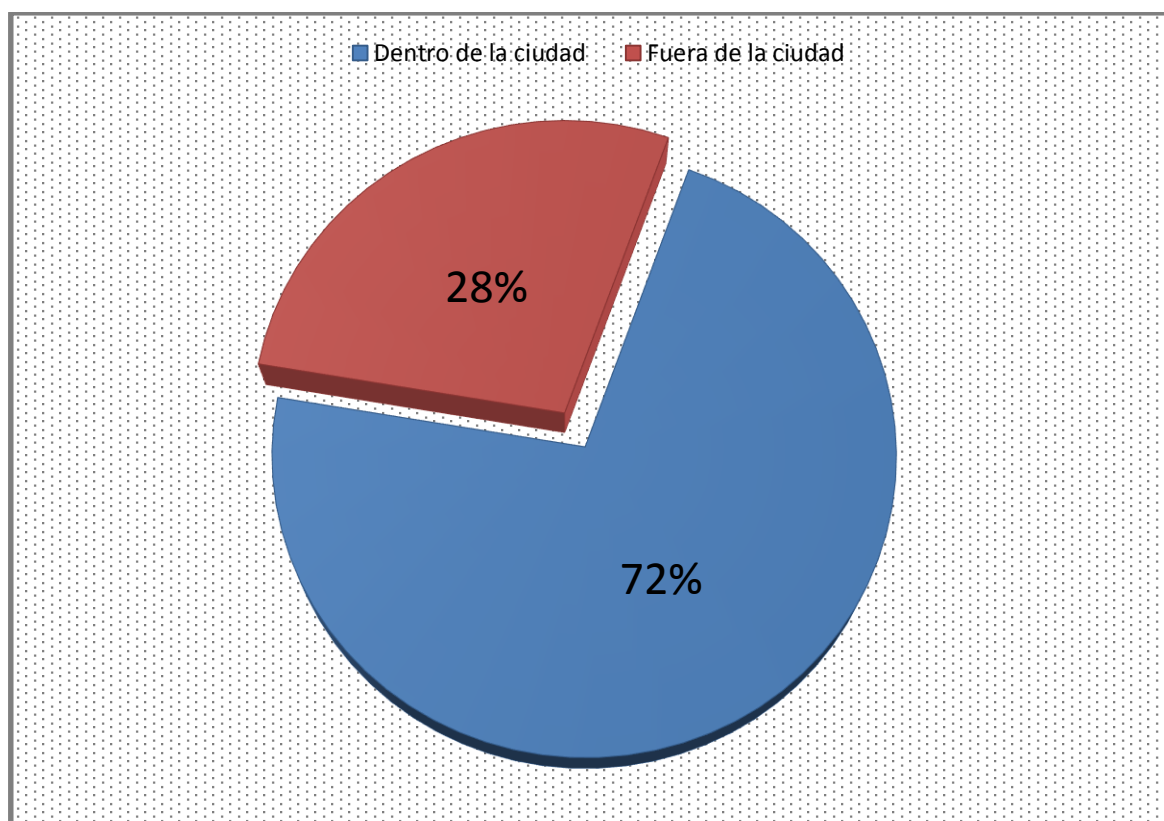
Tabla 8- Lugar de adquisición de adornos

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Dentro de la ciudad	276	72 %
Fuera de la ciudad	107	28 %
TOTAL	383	100 %

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Figura 8- Lugar de adquisición de adornos



Análisis.- De acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Quevedo el 72% de las personas expresaron que los adornos para su hogar lo hacen habitualmente dentro de la ciudad y el 28% en cambio expresaron que fuera de la ciudad.

Pregunta 9.- ¿Cuál es el medio publicitario que usted más utiliza?

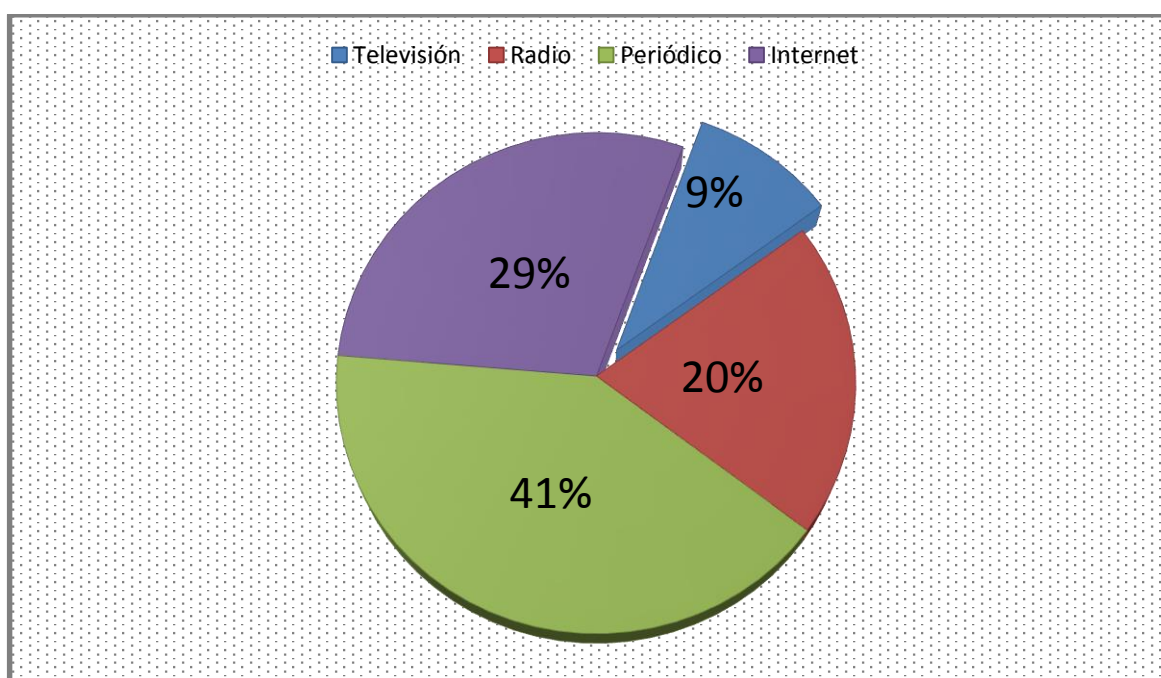
Tabla 9.- Publicidad para el centro artesanal

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Televisión	36	9 %
Radio	78	20 %
Periódico	157	41 %
Internet	112	29 %
TOTAL	383	100 %

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Figura 9.- Publicidad para el centro artesanal



Análisis.- De acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes para saber cuál es el mayor medio publicitario del cantón Quevedo el 41% indicaron que el Periódico, el 29% internet, el 20% por la radio y el 9% la televisión

Pregunta 10.- ¿Está de acuerdo usted con la creación de un centro artesanal en el cantón Quevedo?

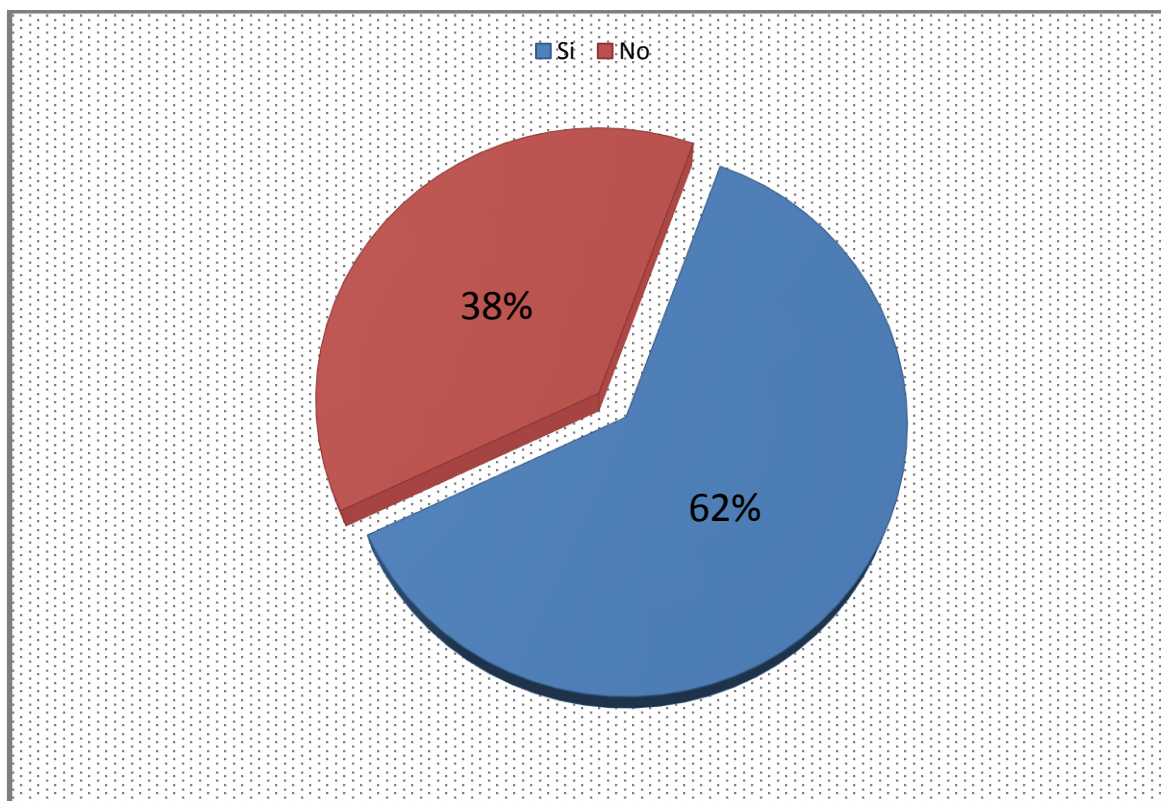
Tabla 10.- De acuerdo con la creación del centro artesanal

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	239	62 %
No	144	38 %
TOTAL	383	100 %

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Figura 10.- De acuerdo con la creación del centro artesanal



Análisis.- De acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Quevedo el 62% de las personas expresaron que si están de acuerdo con la creación de un centro artesanal debido que esto traerá nuevas fuentes de empleo y genera un cuidado al medio ambiente y el 38% en cambio expresaron que no debido que este tipo de centro artesanales no cuenta con la suficiente aceptación de sus productos en la población por ser reciclados

Pregunta 11.- ¿Cree usted que la creación de un centro artesanal en el cantón Quevedo que utilice materia prima de reciclaje permitirá mejorar el medio ambiente?

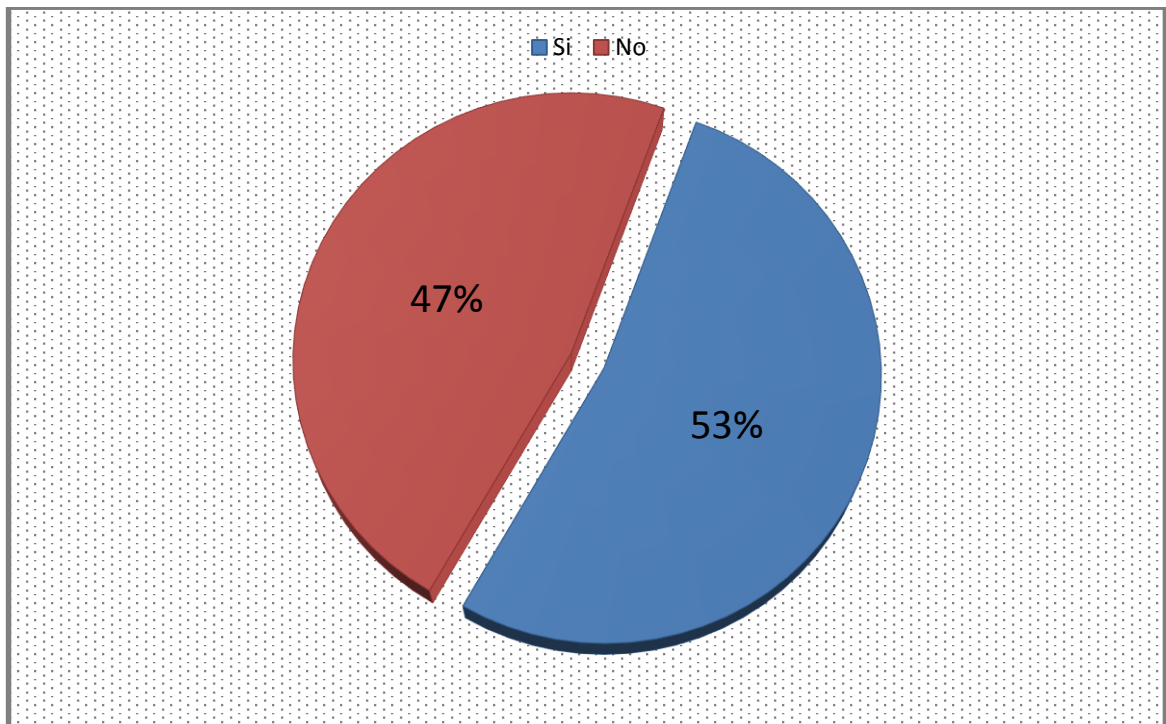
Tabla 11.- Mejora del medio ambiente

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	202	53 %
NO	181	47 %
TOTAL	383	100 %

Fuente: Habitantes del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Figura 11.- Mejora del medio ambiente



Análisis.- De acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Quevedo el 53 % de las personas expresaron que el centro artesanal si permitirá mejorar y el 47 % en cambio manifestó que no permitirá mejorar el medio ambiente

4.1.1.2 Demanda

Para establecer la demanda actual, se tomara como referencia a la población del cantón Quevedo que es de 173575 habitantes más el índice de crecimiento poblacional (2.16%) tenemos que en la actualidad hay 193149 habitantes de los cuales según la encuesta realizada en la pregunta 1, en donde se establece que el 87% estarían dispuestos a adquirir sus productos

Tabla 12. Demanda Actual

AÑOS	DEMANDA
2015	172528
2016	177186
2017	181970
2019	186883
2020	191929

Fuente: Cámara del Comercio del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

4.1.1.3 Oferta

Para determinar la oferta del centro artesanal se estableció por medio de la observación, ya que actualmente existen ofertando productos artesanales 18 negocios en el cantón Quevedo, de los cuales tienen un promedio de 200 clientes mensuales

Tabla 13. Oferta Actual

AÑOS	OFERTA
2015	43200
2016	44366
2017	45564
2019	46795
2020	48058

Fuente: Cámara del Comercio del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

4.1.1.4 Demanda insatisfecha

Tabla 14. Demanda insatisfecha

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	43200	172528	-129328
2016	44366	177186	-132820
2017	45564	181970	-136406
2019	46795	186883	-140088
2020	48058	191929	-143871

Fuente: Cámara del Comercio del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

4.1.1.4 Demanda a capitalizar

Tabla 15. Demanda a capitalizar por el Centro Artesanal

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE A CAPTAR	DEMANDA POR CAPTAR
2015	129328	25 %	32332
2016	132820	25 %	33205
2017	136406	25 %	34102
2019	140088	25 %	35022
2020	143871	25 %	35968

Fuente: Cámara del Comercio del cantón Quevedo

Elaborado: Autor

4.1.1.5 Logotipo



Figura 12. Logotipo

4.1.2 Estudio técnico

4.1.2.1 Organigrama estructural



Figura 13. Organigrama

4.1.2.2. Organigrama funcional

ADMINISTRADOR

- Título de Administración de Empresas
- Experiencia mínima 3 años.
- Desarrollar metas a corto y largo plazo junto con los objetivos anuales.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes y socios proveedores de productos para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- Realizar evaluación periódica acerca del cumplimiento de las funciones del personal.
- Realizar la función de administrador el cual se encargara de administrar los recursos financieros de la empresa para realizar operaciones necesarias.
- Realizar programas de mercadeo para la comunicación de ventajas competitivas.
- Establecer objetivos de rentabilidad

SECRETARIA

- Estudiante de CPA
- 2 años de experiencia como mínimo
- Conocimiento de las normas tributarias
- Elaboración y registro de comprobantes de egreso.
- Registro de comprobantes de ingreso (facturas).
- Elaboración del diario mayor y balances.

BODEGUERO

- Poseer conocimientos en áreas de bodega.
- Tener el adecuado manejo y almacenamiento
- 2 años de experiencia como mínimo
- Archivar en orden los pedidos del día.
- Mantener limpia y ordenada la bodega.
- Tener conocimiento sobre los diferentes movimientos que se realiza.

- Velar que no haya roedores u otra plaga que destruya los productos

DEPARTAMENTO DE MARKETING

- Crear diseños para las diferentes líneas de productos de la empresa.
- Revisar los pedidos realizados por ventas y programar los productos a ser comercializados, estableciendo la fecha límite de entrega.
- Permanentemente supervisar el avance de los pedidos realizados, para asegurar la continuidad de las operaciones, el cumplimiento de los plazos establecidos, la productividad del personal y el uso eficiente de los recursos.
- Controlar los materiales recibidos y los productos para asegurar altos estándares de calidad
- Tomar todas las decisiones que sean necesarias para solucionar problemas diversos que pueden presentarse en el proceso de comercialización

VENDEDOR

- Su función es dar atención al cliente y vender los productos de la empresa
- Elaborar pronósticos de ventas
- Establecer precios
- Realizar publicidad y promoción de ventas
- Llevar un adecuado control y análisis de las ventas
- Mantener una relación directa con bodega y comercialización

4.1.2.3 Misión y visión

MISIÓN- Satisfacer las necesidades del consumidor a través de la venta por catálogo y productos de calidad

VISIÓN- Ser en 5 años, una empresa de prestigio en el país, en el proceso de venta de productos artesanales a base de materiales reciclados de calidad y exclusividad, apoyados por un equipo humano capacitado que permita un crecimiento económico para la empresa y sociedad

4.1.2.4 Ubicación del centro artesanal

MACROLOCALIZACIÓN

El presente proyecto estará ubicado en la provincia de Los ríos, cantón Quevedo, debido que estará fundamentada la localización por ser un cantón en donde existen empresas que se dedican al reciclaje

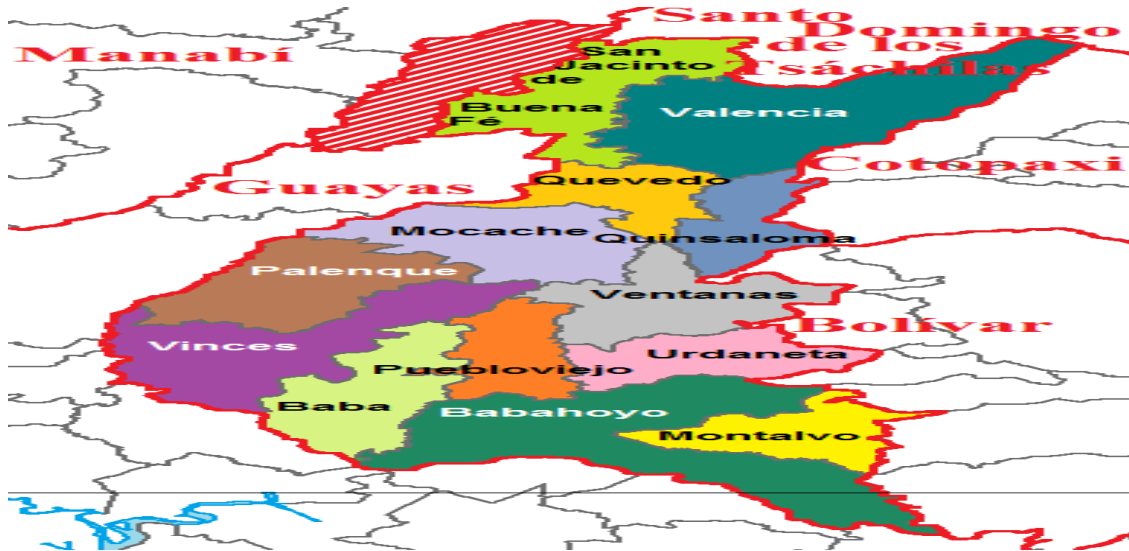


Figura 14. Macrolocalización

MICROLOCALIZACIÓN

El centro artesanal RECI – ARTE estará ubicado en la parroquia 20 de Febrero sector grito de la libertad del cantón Quevedo, tendrá un espacio físico de 1000 metros cuadrados



Gráfico 15. Microlocalización

4.1.2.5 Distribución del local

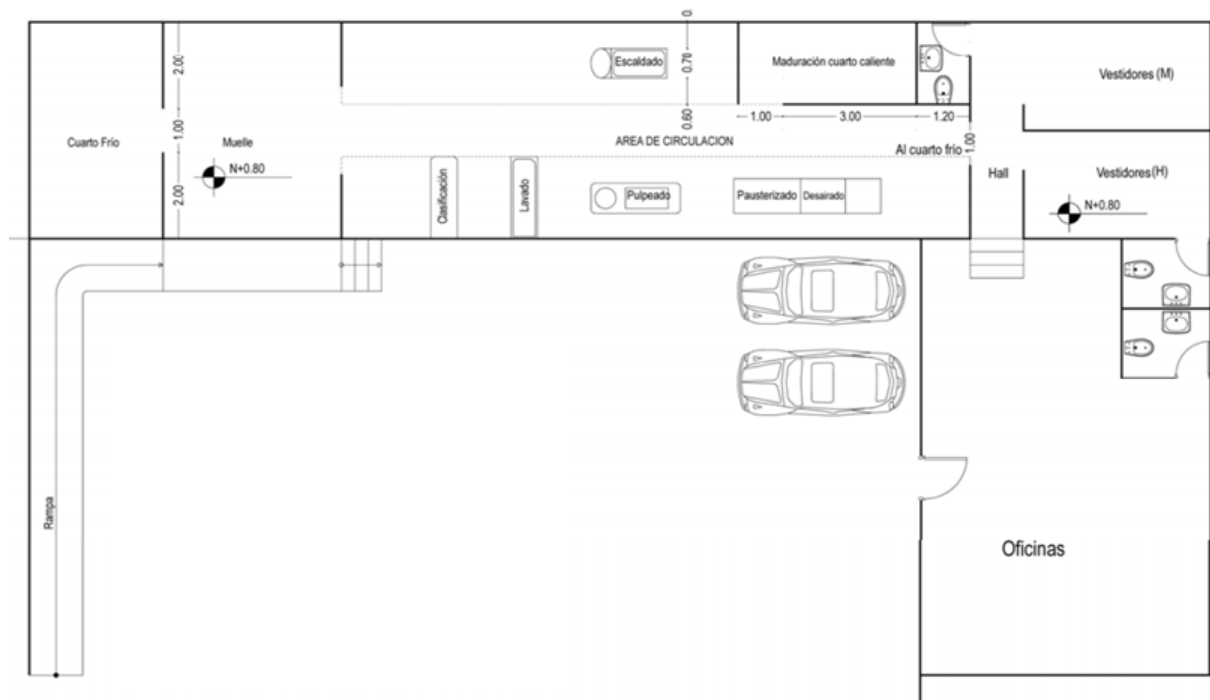


Figura 16 Distribución del local

4.1.3 Estudio económico

4.1.3.1 Inversión de activos fijos

Tabla 16. Inversiones de activos fijos

DETALLE	CANT	VALOR (\$) UNITARIO	VALOR (\$) TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
Sillas giratorias	4	120,00	480,00
Muebles para la tienda	4	135,00	540,00
Perchas de madera	5	220,00	1.100,00
Mesas mostradores	2	60,00	120,00
Mesas de trabajo	3	140,00	420,00
Escritorios	4	180,00	720,00
TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES			3.380,00
EQUIPOS Y MAQUINARIA			
Alicates	3	4,75	14,25
Guantes	20	10,00	200,00
Tapones de oídos	20	20,00	400,00
Gafas	10	12,00	120,00
Tijeras	10	2,50	25,00
Martillos	10	12,00	120,00
Esmeril	10	700,00	7.000,00
Soplete	2	500,00	1.000,00
Cortador de vidrio	1	650,00	650,00
TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA			9.529,25
EQUIPO DE OFICINA			
Aire acondicionado	1	350,00	350,00
Teléfono	2	25,00	50,00
TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA			400,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Computadora	5	500,00	2.500,00
Impresora	5	100,00	500,00
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN			3.000,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS TANIBLES			16.309,25
ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES			
Gastos de constitución			700,00
Trámites legales			500,00
Gastos de capacitación			500,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES			1.700,00
TOTAL IMPREVISTO			18.009,25
TOTAL			18.909,71

4.1.3.2 Inversión en capital de trabajo

Tabla 17. Inversiones en capital de trabajo

DETALLE	VALOR MENSUAL (\$)	VALOR ANUAL (\$)
Suel do y sal ari o	5.595,11	67.141,34
Ser vi ci o bási co	500,00	6.000,00
Mat eri ales de li mpi eza	60,00	720,00
Mat eri ales de ofi ci na	50,00	600,00
Al qui ler del local	1.000,00	12.000,00
Uni for mes	500,00	500,00
TOTAL		86.961,34

Elaborado: Autor

Tabla 18. Total de inversiones

DETALLE	VALOR TOTAL (\$)
Inversi ones en acti vos fijos	18.909,71
Inversi ones en capital de trabajo	86.961,34
TOTAL	105.871,05

Elaborado: Autor

4.1.3.3 Financiamiento

Tabla 19. Financiamiento

DETALLE	PORCENTAJE	VALOR (\$)
Apor te de soci os	30 %	31.761,32
Crédit o bancari o	70 %	74.109,74
TOTAL	100 %	105.871,05

Elaborado: Autor

4.1.3.4 Egresos

Tabla 20. Egresos

RUBROS	AÑOS PRODUCTIVOS				
	1	2	3	4	5
	(\$)	(\$)	(\$)	(\$)	(\$)
Gastos Fijos					
Sueldos y Salarios	67.141,34	70.498,41	74.023,33	77.724,49	81.610,72
Servicios Básicos	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
Materiales de limpieza	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Materiales de oficina	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
Alquiler del local	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
Uniformes	500,00	525,00	551,25	578,81	607,75
Publicidad	500,00	525,00	551,25	578,81	607,75
Depreciación	2.035,60	2.035,60	2.035,60	2.035,60	2.035,60
Amortización	19.114,89	19.114,89	19.114,89	19.114,89	19.114,89
Total de Gastos Fijos	108.611,83	112.984,90	117.576,62	122.397,92	127.460,30
Gastos Variables					
Materia prima	10.000,00	10.500,00	11.025,00	11.576,25	12.155,06
Total de Gastos Variables	10.000,00	10.500,00	11.025,00	11.576,25	12.155,06
TOTAL DE EGRESOS	118.611,83	123.484,90	128.601,62	133.974,17	139.615,36

Elaborado: Autor

4.1.3.5 Ingresos

Tabla 21. Ingresos

DETALLE	INGRESOS (\$)
PRECIO PROMEDIO DE LOS ARTICULO	5.00
DEMANDA INSASTIFECHA (25%)	32332 personas
TOTAL	161.660.00

Elaborado: Autor

Tabla 22. Ingresos futuros

AÑOS	INGRESOS (\$)
2015	161.660.00
2016	169.743.00
2017	178.230.15
2019	187.141.66
2020	196.498.74

Elaborado: Autor

4.1.3.6 Punto de equilibrio

Tabla 23. Punto de equilibrio

DETALLE	VALORES
Egresos	118.611,83
Costo variables	10.000.00
Costo fijo	108.611,83
Ingresos	161.660.00
PUNTO DE EQUILIBRIO	115.773.36

Elaborado: Autor

4.1.3.7. Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 24. Estado de pérdidas y ganancias

DETALLE	1	2	3	4	5
	(\$)	(\$)	(\$)	(\$)	(\$)
INGRESOS	161.660,00	169.743,00	178.230,15	187.141,66	196.498,74
EGRESOS	118.611,83	123.484,90	128.601,62	133.974,17	139.615,36
UTILIDAD BRUTA	43.048,17	46.258,10	49.628,53	53.167,48	56.883,38
UTILIDAD ANTES DE 15 % PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	6.457,23	6.938,72	7.444,28	7.975,12	8.532,51
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	36.590,94	39.319,39	42.184,25	45.192,36	48.350,88
IMPUESTO A LA RENTA	9.147,74	9.829,85	10.546,06	11.298,09	12.087,72
UTILIDAD NETA	27.443,21	29.489,54	31.638,19	33.894,27	36.263,16

Elaborado: Autor

4.1.4 Estudio financiero

4.1.4.1 Flujo de efectivo

Tabla 25. Flujo de efectivo

DETALLE	0	1	2	3	4	5
	(\$)	(\$)	(\$)	(\$)	(\$)	(\$)
INGRESOS		161.660,00	169.743,00	178.230,15	187.141,66	196.498,74
TOTAL DE INGRESOS		161.660,00	169.743,00	178.230,15	187.141,66	196.498,74
EGRESOS						
INVERSIÓN INICIAL	-74.109,74					
DEPRECIACIONES		2.035,60	2.035,60	2.035,60	2.035,60	2.035,60
GASTOS ADMINISTRATIVOS		67.141,34	70.498,41	74.023,33	77.724,49	81.610,72
GASTOS FINANCIEROS		19.114,89	19.114,89	19.114,89	19.114,89	19.114,89
TOTAL DE EGRESOS	-74.109,74	88.291,83	91.648,90	95.173,82	98.874,98	102.761,21
FLUJO NETO	-74.109,74	73.368,17	78.094,10	83.056,33	88.266,67	93.737,53

Elaborado: Autor

4.1.4.2. Valor actual neto

4.1.4.3. Tasa Interna de retorno

4.1.4.4. Beneficio – costo

VAN INGRESOS

VAN EGRES OS

4.2 Discusión

Mediante la realización de estudio de mercado se determinó los siguientes parámetros: que existe demanda insatisfecha de 124.839 personas, el nombre para la microempresa será RECI ARTE y el 87% de los encuestados manifestaron que creen importante la creación de este tipo de negocios, lo que concuerda con Hernández (2013), 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.

Mediante la investigación se determinó que el centro artesanal RECI ARTE puede atender al 100% de la demanda insatisfecha para el primer año que corresponde a 124.839 personas, lo que concuerda con Baca (2010), manifiesta que el tamaño de un proyecto se refiere a la escala o nivel de producción que puede alcanzar, es decir la capacidad de producción a la que se ha decidido operarlo durante un período de tiempo.

El valor actual neto es de \$ 233.905.03 positivo, coincidiendo con lo manifestado por Hernández (2013), 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.

La tasa interna de retorno es de 101% la cual resultó superior a la tasa de interés del mercado, por lo tanto el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico. Ortega (2010), indica la tasa de interés a la cual la decisión de inversión es indiferente entre el proyecto y el mejor uso alternativo.

La relación beneficio costo da \$ 1.45, es decir que por cada dólar invertido retorna un dólar con cuarenta y cinco centavos, lo que concuerda con Hernández (2013), se utiliza para evaluar las inversiones económicas o de interés. Tanto los beneficios como los costos no cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada, y además se toma en cuenta criterios sociales.

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- ✓ Cumpliendo como lo manifiesta el primer objetivo de la investigación sobre la elaboración un estudio de mercado este demostró que es alta la aceptación que tiene la población por la creación de un centro artesanal debido a la demanda insatisfecha que tiene este tipo de negocio en el cantón Quevedo

- ✓ El centro artesanal RECIARTE estará conformada por 10 personas (Administrador, Secretaria, ventas, jefe de marketing y bodegueros) los cuales la empresa tendrá un gasto anual por concepto de sueldos y salarios de \$ 67.141.34. Se determinó que la mejor ubicación para el centro artesanal será en el sector del grito de la libertad de la parroquia 20 de febrero

- ✓ Por medio del estudio económico - financiero se determinó que el proyecto es viable ya que el VAN es positivo con un valor de \$ 233.905.03; la TIR es mayor que la tasa del mercado $101\% > 10.5$ y la B/C Indico que por cada dólar invertido retornara \$ 1.45 (un dólar con cuarenta y cinco centavos)

5.2 Recomendaciones

- ✓ Se recomienda en base a la demanda insatisfecha obtenida a través del estudio de mercado la creación del centro artesanal para las beneficiarias del bono de desarrollo humano del sector grito de la libertad del cantón Quevedo y emprender en el corto plazo la expansión del negocio en base a un estudio de mercado que demostró el crecimiento de la demanda a nivel local, aprovechando la capacidad instalada del centro.
- ✓ Se recomienda tomar la decisión de crear el centro artesanal en el sector grito de la libertad de la parroquia Venus del río Quevedo debido a los factores influyentes que nos dio el estudio de mercado, adicional logramos determinar la estructura organizacional y el personal idóneo.
- ✓ Recomendamos tomar la decisión de invertir, considerando que el análisis económico y financiero de muestran la rentabilidad y recuperación de la inversión en el corto plazo, la inversión que requiere el proyecto refleja la liquidez y fluidez de efectivo de la empresa al encontrarse dentro del margen de una estabilidad económica, proyectados en el estado de resultados y flujo de efectivo, que sirven de base para la evaluación financiera de la inversión, aplicando indicadores como el VAN, B/C y el TIR.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura citada

Arboleda, S.P. (2014) Evaluación financiera de inversión (cuarta edición). Guayaquil - Ecuador: Editorial cañizares.

Baca, G (2010). *Evaluación de proyectos (tercera edición)*. México: Mc Graw Hill.

Backer, B (2011) Guía para la elaboración de plan de negocios. España: BC galicia

Bustamante, D (2010). *Elaboración y formulación de proyectos de inversión* México: Editorial Mc Graw Hill

Caldas, H (2010). *Economía, Administración y mercadeo agropecuario* Colombia: Ediciones ECOE

Calderon, O (2014) Marketing Gratuito. España: Ecoe ediciones.

Cochran, J. (2011). *Marketing Gratuito* España: Ecoe ediciones.

Corдова. (2012). *Formación y evaluación proyectos* Bogotá: Ecos ediciones.

Chiriboga, F. (2010) Proyectos formulación y criterios de evaluación. Colombia: Editorial alfaomega

Díaz, F. N. (2010). *Proyectos formulación y criterios de evaluación*. Colombia: Editorial alfaomega.

Domingo, A. A. (2010). *Dirección y gestión de proyecto un enfoque práctico (segunda edición)*. México: Editorial alfa omega Ra - M.

Flores, U. J. (2010). *Proyecto de inversión para las PYMES, creación de empresas (primera edición)*. Bogotá - Colombia: Ecoe ediciones.

- Gispert, A (2012). *Marketing y mercados*. España: McGraw Hill.
- Guzman, J. (2011) *Marketing de gestión o marketing de satisfacción*. Marketing & Ventas. México: McGraw Hill.
- Hernandez, H (2013). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión (cuarta edición)*. México: Thomson learning
- Ilpes, J. (2010). *Guía de preparación de proyectos*. México: Ediciones siglo XXI.
- Iriesta, I. (2010). *Master de marketing*. Barcelona - España: Prentice hall.
- Meza, J. S (2010) *Proyecto de inversión*. México: McGraw Hill Interamericano ediciones S. A
- Mranda, M (2010). *gestión de proyecto: identificación, formulación, evaluación financiera - económica - social - ambiental*. Colombia: Ediciones MM
- Murcia, J. (2010). *Proyectos, formulación y evaluación de criterios*. Colombia: Editorial Alfa - Orinda colombiana S A
- Ortega, A (2010). *Proyectos de inversión*. México: Compañía editorial continental.
- Rojas, M(2012) *Fundamentos de evaluación financiera*. Ecuador: McGraw Hill.
- Sapag N (2010). *Preparación y evaluación de proyectos*. México: McGraw Hill.
- Sovero, S(2010) *El Plan de marketing en la Pyme*. Madrid - España: Editorial ESI C
- Tarrago, J. (2010). *Fundamentos de economía de la empresa*. México: McGraw Hill.
- Varela, R (2010). *Innovación empresarial*. México: Editorial Prentice Hill.

Velasco R (2013). Innovación empresarial. México: Editorial Prentice Hall. (2013)

Visciões, J. A (2012). Análisis financiero principios y métodos. México: Editorial Limusa.

Vizcarra, J. (2010). *Economía - terminos, ideas y fenomenos económicos*. México : Prentice Hall.

Weiers, R (2010). *Investigación de mercados*. México: Prentice Hall hispanoamericana.

LINKOGRAFIA

Calderón, C (02 de Febrero de 2014). *eumed.net*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2015, de <http://www.eumed.net/rev/delos/19/reciclaje-baterias.html>

CAPÍTULO VI
ANEXOS



ANEXO 1. ENCUESTA

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

Pregunta 1- ¿A introducir al mercado artesanías a base de productos reciclados usted estaría dispuesta a adquirirlo?

SI

NO

Pregunta 2- ¿Qué tipo de productos elaborados en el centro artesanal le gustaría adquirir?

Carteras

Wallas

Adornos

Porta lapiceros

Otros

Pregunta 3- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por artesanías a base de productos reciclados?

De 1 a 5 dólares

De 5 a 10 dólares

De 10 a 20 dólares

Más de 20 dólares

Pregunta 4- ¿Cuál sería su lugar de preferencia para adquirir artesanías a base de productos reciclados?

Local propio

Super mercados

Internet

Otros

Pregunta 5- ¿Cuál sería la finalidad que le daría usted a las artesanías a base de productos reciclados?

Regalo

Negocio

Adorno

Pregunta 6- ¿Con que frecuencia usted adquiere adornos para su hogar?

Semanal

Quincenal

Mensual

Anual

Pregunta 7- ¿Al momento de comprar artesanías a base de productos reciclados en que se fija usted?

Precio

Calidad

Tamaño

Diseño

Pregunta 8- ¿Prefiere usted adquirir adornos para su hogar dentro o fuera de la ciudad?

Dentro de la ciudad

Fuera de la ciudad

Pregunta 9- ¿Cuál es el medio publicitario que usted más utiliza?

Televisión

Radio

Perifoneo

Internet

Pregunta 10.- ¿Está de acuerdo usted con la creación de un centro artesanal en el cantón Quevedo?

SI

NO

Pregunta 11.- ¿Cree usted que la creación de un centro artesanal en el cantón Quevedo que utilice materia prima de reciclaje permitirá mejorar el medio ambiente?

SI

NO

ANEXO 2 DEPRECIACIÓN

Tabla 26. Depreciaciones

DETALLE	VA	VU	VR	TOTAL
Muebles y enseres	3 380.00	10	5 %	321.10
Equipos y maquinaria	9 529.25	10	10 %	742.50
Equipo de oficina	400.00	5	10 %	72.00
Equipo de computación	3 000.00	3	10 %	900.00
TOTAL				2 035.60

ANEXO 3. SUELDOS Y SALARIOS

Tabla 27. Sueldos y salarios

Nº	CARGO	Salario	10 ero	10 4to	VAC	IESS	Me ns ual	Anual
1	Ad mi ni strador	900,00	75,00	28,33	37,50	100,35	1.141,18	13.694,20
1	Secret ari a	400,00	33,33	28,33	16,67	44,60	522,93	6.275,20
1	Vendedor	600,00	50,00	28,33	25,00	66,90	770,23	9.242,80
6	Oper ari os	2.124,00	177,00	56,66	88,50	236,83	2.682,99	32.195,90
1	Bodeguero	360,00	30,00	28,33	15,00	40,14	477,77	5.733,24
TOTAL							5.595,11	67.141,34

ANEXO 4. TABLA DE AMORTIZACIÓN

Tabla 28. Tabla de amortización

BENEFICIARIO		MICROEMPRESA RECIARTE			
INSTITUCIÓN FINANCIERA		CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN)			
MONTO EN USD		\$ 74.109,74			
TASA DE INTERÉS		10,50 %	T EFECTIVA		11,0203 %
PLAZO		5	años		
GRACIA		0	años		
FECHA DE INICIO		19/01/2016			
MONEDA		DOLARES			
AMORTIZACIÓN CADA		30	días		
Número de períodos		60	para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		74.109,74			
1	19-ene-2016	73.165,29	648,46	944,45	1.592,91
2	18-feb-2016	72.212,58	640,20	952,71	1.592,91
3	19-mar-2016	71.251,53	631,86	961,05	1.592,91
4	18-abr-2016	70.282,08	623,45	969,46	1.592,91
5	18-may-2016	69.304,14	614,97	977,94	1.592,91
6	17-jun-2016	68.317,64	606,41	986,50	1.592,91
7	17-jul-2016	67.322,51	597,78	995,13	1.592,91
8	16-ago-2016	66.318,68	589,07	1.003,84	1.592,91
9	15-sep-2016	65.306,06	580,29	1.012,62	1.592,91
10	15-oct-2016	64.284,58	571,43	1.021,48	1.592,91
11	14-nov-2016	63.254,16	562,49	1.030,42	1.592,91
12	14-dic-2016	62.214,73	553,47	1.039,43	1.592,91
13	13-ene-2017	61.166,20	544,38	1.048,53	1.592,91
14	12-feb-2017	60.108,50	535,20	1.057,70	1.592,91
15	14-mar-2017	59.041,54	525,95	1.066,96	1.592,91
16	13-abr-2017	57.965,25	516,61	1.076,29	1.592,91
17	13-may-2017	56.879,54	507,20	1.085,71	1.592,91
18	12-jun-2017	55.784,32	497,70	1.095,21	1.592,91
19	12-jul-2017	54.679,53	488,11	1.104,79	1.592,91

20	11-ago-2017	53.565,07	478,45	1.114,46	1.592,91
21	10-sep-2017	52.440,85	468,69	1.124,21	1.592,91
22	10-oct-2017	51.306,81	458,86	1.134,05	1.592,91
23	09-nov-2017	50.162,83	448,93	1.143,97	1.592,91
24	09-dic-2017	49.008,85	438,92	1.153,98	1.592,91
25	08-ene-2018	47.844,77	428,83	1.164,08	1.592,91
26	07-feb-2018	46.670,50	418,64	1.174,27	1.592,91
27	09-mar-2018	45.485,96	408,37	1.184,54	1.592,91
28	08-abr-2018	44.291,06	398,00	1.194,91	1.592,91
29	08-may-2018	43.085,70	387,55	1.205,36	1.592,91
30	07-jun-2018	41.869,79	377,00	1.215,91	1.592,91
31	07-jul-2018	40.643,24	366,36	1.226,55	1.592,91
32	06-ago-2018	39.405,96	355,63	1.237,28	1.592,91
33	05-sep-2018	38.157,86	344,80	1.248,11	1.592,91
34	05-oct-2018	36.898,83	333,88	1.259,03	1.592,91
35	04-nov-2018	35.628,79	322,86	1.270,04	1.592,91
36	04-dic-2018	34.347,64	311,75	1.281,16	1.592,91
37	03-ene-2019	33.055,27	300,54	1.292,37	1.592,91
38	02-feb-2019	31.751,60	289,23	1.303,67	1.592,91
39	04-mar-2019	30.436,52	277,83	1.315,08	1.592,91
40	03-abr-2019	29.109,93	266,32	1.326,59	1.592,91
41	03-may-2019	27.771,73	254,71	1.338,20	1.592,91
42	02-jun-2019	26.421,83	243,00	1.349,90	1.592,91
43	02-jul-2019	25.060,11	231,19	1.361,72	1.592,91
44	01-ago-2019	23.686,48	219,28	1.373,63	1.592,91
45	31-ago-2019	22.300,83	207,26	1.385,65	1.592,91
46	30-sep-2019	20.903,05	195,13	1.397,78	1.592,91
47	30-oct-2019	19.493,05	182,90	1.410,01	1.592,91
48	29-nov-2019	18.070,70	170,56	1.422,34	1.592,91
49	29-dic-2019	16.635,92	158,12	1.434,79	1.592,91
50	28-ene-2020	15.188,57	145,56	1.447,34	1.592,91
51	27-feb-2020	13.728,57	132,90	1.460,01	1.592,91
52	28-mar-2020	12.255,78	120,12	1.472,78	1.592,91
53	27-abr-2020	10.770,11	107,24	1.485,67	1.592,91

54	27- may-2020	9. 271, 44	94, 24	1. 498, 67	1. 592, 91
55	26-jun-2020	7. 759, 66	81, 13	1. 511, 78	1. 592, 91
56	26-jul-2020	6. 234, 65	67, 90	1. 525, 01	1. 592, 91
57	25- ago-2020	4. 696, 30	54, 55	1. 538, 35	1. 592, 91
58	24-sep-2020	3. 157, 94	41, 09	1. 551, 81	1. 592, 91
59	24- oct-2020	1. 606, 13	27, 63	1. 565, 28	1. 592, 91
60	23- nov-2020	40, 85	14, 05	1. 578, 85	1. 592, 91

ANEXO 5. PUBLICIDAD

Tabla 29. Publicidad

DETALLE	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
Libretas	150	1.00	150.00
Calendario	300	0.50	150.00
Agendas	100	1.50	150.00
Lapiceros	200	0.25	50.00
TOTAL			\$ 500.00