



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**  
**ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL**  
**TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA**

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA**  
**COMERCIALIZACIÓN DEL CUERO CRUDO EN LAS**  
**CURTIDURÍAS DE LA ZONA CENTRAL DEL PAÍS, PARA EL**  
**SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2014”**

**AUTOR**

**VIDAL DECIDERIO MARTÍNEZ MARTÍNEZ**

**DIRECTOR**

**ING. MARIO ESCOBAR G**

**PARES ACADÉMICOS**

**ING. MARLON GARCÍA S.**

**ING. WILTER CAMACHO A.**

**GUARANDA, ECUADOR**

**AÑO 2015**

## **II. DEDICATORIA**

A mi madre por haberme dado la vida, y hacerme un hombre de bien, a mi esposa e hijos, quienes han sido mi fuerza y valor para seguir adelante en todos mis estudios emprendidos y en esta última etapa en la Universidad Estatal de Bolívar.

**VIDAL**

### **III. AGRADECIMIENTO**

A mi Dios por las bendiciones de salud y conocimiento y para hacer posible la culminación de mis estudios universitarios.

A la empresa KRAFT FOOD en la persona del Ing. Iván Albán por su apoyo, comprensión y compañerismo brindado durante mi estadía en la empresa.

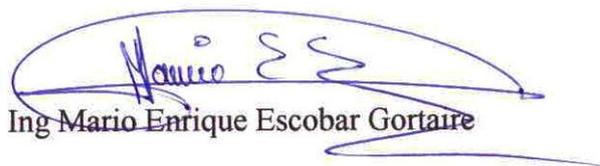
**VIDAL**

#### **IV. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR**

##### **CERTIFICO**

Qué, el Trabajo de Graduación titulado: “**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL CUERO CRUDO EN LAS CURTIDURÍAS DE LA ZONA CENTRAL DEL PAÍS, PARA EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2014**”, de la autoría del estudiante **VIDAL DECIDERIO MARTÍNEZ MARTÍNEZ**; previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, ha sido dirigido y asesorado por mi persona, bajo los lineamientos de la Facultad, por lo que se encuentra listo para la defensa.

Guaranda, 13 de noviembre de 2015

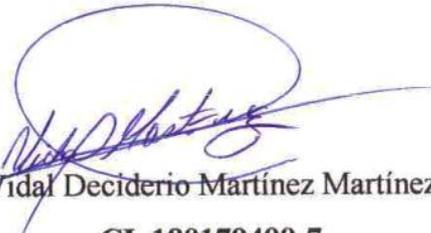


Ing Mario Enrique Escobar Gortaire

**DIRECTOR**

## V. AUTORIA NOTARIADA

El presente Trabajo de Graduación titulado: “**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL CUERO CRUDO EN LAS CURTIDURÍAS DE LA ZONA CENTRAL DEL PAÍS, PARA EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2014**”, es de la autoría y creación del señor **VIDAL DECIDERIO MARTÍNEZ MARTÍNEZ** con cédula de identidad número 1801794007.

  
Vidal Deciderio Martínez Martínez  
CL. 180179400-7





Factura: 001-002-000001421



20150201002D00334

**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20150201002D00334**

Ante mí, NOTARIO(A) HERNAN RAMIRO CRIOLLO ARCOS de la NOTARÍA SEGUNDA , comparece(n) VIDAL DECIDERIO MARTINEZ MARTINEZ CASADO(A), mayor de edad, domiciliado(a) en AMBATO, portador(a) de CÉDULA 1801794007, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE, quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede RECONOCIMIENTO DE FIRMA, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva copia. GUARANDA, a 13 DE NOVIEMBRE DEL 2015, (14:45).

  
VIDAL DECIDERIO MARTINEZ MARTINEZ  
CÉDULA: 1801794007



  
NOTARIO(A) HERNAN RAMIRO CRIOLLO ARCOS  
NOTARÍA SEGUNDA DEL CANTON GUARANDA



## **VI. TABLA DE CONTENIDOS**

<b>II.</b>	<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>II</b>
<b>III.</b>	<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>III</b>
<b>IV.</b>	<b>CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR .....</b>	<b>IV</b>
<b>V.</b>	<b>AUTORIA NOTARIADA .....</b>	<b>V</b>
<b>VI.</b>	<b>TABLA DE CONTENIDOS.....</b>	<b>I</b>
<b>VII.</b>	<b>LISTA DE CUADROS.....</b>	<b>IX</b>
<b>VIII.</b>	<b>LISTA DE ANEXOS.....</b>	<b>XII</b>
<b>IX.</b>	<b>RESÚMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>XIV</b>
<b>X.</b>	<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>XVI</b>
<b>1</b>	<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>1</b>
1.1	TEMA .....	2
1.2	ANTECEDENTES.....	3
1.3	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.4	JUSTIFICACIÓN .....	8
1.5	OBJETIVOS .....	14
1.5.1	General .....	14
1.5.2	Específicos .....	14
1.6	MARCO TEORICO.....	15
1.6.1	Referencial, Georeferencial.....	15
1.6.2	Marco Conceptual .....	16
1.6.3	Teoría Científica.....	19
1.6.4	Marco Referencial .....	35
1.6.5	Marco Legal .....	37
1.7	METODOLOGÍA .....	42
1.7.1	Métodos.....	42
1.7.2	Tipos de investigación.....	42
1.7.3	Universo y muestra .....	44

1.7.4	Procesamiento de datos .....	44
<b>2</b>	<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>46</b>
2.1	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS CURTIDURÍAS DE LA ZONA CENTRAL DEL PAÍS.....	47
2.2	CONCLUSIONES .....	62
2.3	RECOMENDACIONES .....	63
<b>3</b>	<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>64</b>
3.1	ESTUDIO DE MERCADO .....	65
3.1.1	Definición del producto.....	65
3.1.2	Análisis de la Demanda y Proyecciones .....	67
3.1.3	Análisis de la Oferta y Proyecciones .....	71
3.1.4	Análisis de la Demanda Insatisfecha y Proyecciones .....	76
3.1.5	Análisis de precios .....	77
3.1.6	Análisis de la comercialización.....	78
3.2	ESTUDIO TÉCNICO .....	80
3.2.1	Tamaño.....	80
3.2.2	Localización .....	80
3.2.3	Ingeniería o proceso productivo.....	80
3.2.4	Distribución de la planta .....	83
3.2.5	Requerimientos .....	83
3.3	ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL .....	84
3.3.1	Nombre de la empresa.....	84
3.3.2	Accionistas .....	84
3.3.3	Eslogan.....	84
3.3.4	Giro .....	85
3.3.5	Cuadro directivo.....	85

3.3.6	Orgánico Estructural .....	85
3.3.7	Orgánico Funcional .....	87
3.4	ESTUDIO FINANCIERO .....	89
3.4.1	Presupuesto de Costos.....	89
3.4.2	Inversiones .....	91
3.4.3	Financiamiento .....	93
3.4.4	Estructura de costos.....	96
3.4.5	Ingresos .....	97
3.4.6	Punto de equilibrio .....	97
3.4.7	Estado de Resultados.....	99
3.4.8	Estado de Situación Financiera .....	100
3.4.9	Flujo de Fondos de Efectivo Proyectados .....	101
<b>4</b>	<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>103</b>
4.1	EVALUACIÓN FINANCIERA, SOCIAL .....	104
4.1.1	Evaluación financiera.....	104
4.1.2	Valor actual neto VAN.....	104
4.1.3	Tasa interna de retorno TIR .....	105
4.1.4	Período de recuperación de la inversión PRI .....	108
4.1.5	Relación Costo - Beneficio .....	108
4.1.6	Índices Financieros.....	110
4.2	EVALUACIÓN SOCIAL .....	114
<b>5</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>115</b>
<b>6</b>	<b>ANEXOS .....</b>	<b>116</b>

## VII. LISTA DE CUADROS

Cuadro No. 1 Número de Cabezas de Ganado por Especies, Según Región y Provincia .....	5
Cuadro No. 2 Principales Zonas de Producción de Cuero Procesado en el Ecuador..	9
Cuadro No. 3 Curtiembres Zona Central del País.....	44
Cuadro No. 4 Requiere Cuero para su Negocio .....	47
Cuadro No. 5 Tipo de Cuero que adquiere .....	48
Cuadro No. 6 Que Cuero Adquiere.....	49
Cuadro No. 7 Dónde adquiere el Cuero Crudo .....	50
Cuadro No. 8 Frecuencia con que adquiere los Cueros Crudos.....	51
Cuadro No. 9 Unidades de Cuero Crudo que adquiere a la semana .....	52
Cuadro No. 10 Características que tiene el Cuero Crudo que adquiere.....	53
Cuadro No. 11 Cantidad de Cuero Crudo que demandó el año anterior .....	54
Cuadro No. 12 Provincia en la que adquiere los Cueros Crudos .....	55
Cuadro No. 13 Provedores de Cuero Crudo con los que trabaja .....	56
Cuadro No. 14 Se encuentra satisfecho con el servicio que le brindan los comerciantes de Cueros Crudos .....	57
Cuadro No. 15 Le gustaría trabajar con una nueva empresa comercializadora de Cueros Crudos.....	58
Cuadro No. 16 Considera que el precio al que le ofertan el Cuero Crudo en su local es competitivo en el mercado .....	59
Cuadro No. 17 Tiempo máximo de espera para que le entreguen el Cuero Crudo en el local.....	60
Cuadro No. 18 La actividad económica en el primer semestre del presente año que tendencia ha presentado .....	61
Cuadro No. 19 P.I.B. Millones de dólares de 2007.....	67
Cuadro No. 20 Oferta Futura - $OF = OA (1+i)^n$ .....	75

Cuadro No. 21 DEMANDA INSATISFECHA AL AÑO 2015 .....	76
Cuadro No. 22 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA .....	76
Cuadro No. 23 Costo Total .....	89
Cuadro No. 24 PROMEDIO INFLACIÓN ANUAL.....	90
Cuadro No. 25 Inversión Total.....	92
Cuadro No. 26 FINANCIAMENTOS .....	93
Cuadro No. 27 DESGLOSE DE LA INVERSIÓN .....	94
Cuadro No. 28 ESTRUCTURA DE COSTOS .....	96
Cuadro No. 29 PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	97
Cuadro No. 30 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	98
Cuadro No. 31. ESTADO DE RESULTADOS .....	99
Cuadro No. 32. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA .....	100
Cuadro No. 33 Flujo Neto de CAJA PROYECTADO .....	102
Cuadro No. 34. TASA MÍNIMA DE RENDIMIENTO ACEPTABLE.....	104
Cuadro No. 35. VALOR ACTUAL NETO .....	105
Cuadro No. 36. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN .....	108
Cuadro No. 37 Razón Corriente.....	111
Cuadro No. 38. Prueba del Acido .....	111
Cuadro No. 39. Rotación de Activos: .....	111
Cuadro No. 40. Nivel de Endeudamiento: .....	112
Cuadro No. 41. Apalancamiento:.....	112
Cuadro No. 42. Margen Neto en Ventas:.....	113
Cuadro No. 43. Rentabilidad del Patrimonio:.....	113

Gráfico No. 1 *Principales Zonas de Producción de Cuero* Procesado en el Ecuador 9

Gráfico No. 2 Evolución Exportaciones Sector Textiles, Cuero y Calzado .....	11
Gráfico No. 3 Mapa Zona Centro del País .....	35
Gráfico No. 4 Regiones Naturales del Ecuador .....	36
Gráfico No. 5 Distribución por Zonas Económicas del Ecuador.....	36
Gráfico No. 6 Requiere Cuero para su Negocio .....	47
Gráfico No. 7 Tipo de Cuero que Adquiere.....	48
Gráfico No. 8 Que Cuero Adquiere .....	49
Gráfico No. 9 Dónde adquiere el Cuero Crudo.....	50
Gráfico No. 10 Frecuencia con que adquiere los Cueros Crudos .....	51
Gráfico No. 11 Unidades de Cuero Crudo que adquiere a la semana.....	52
Gráfico No. 12 Características que tiene el Cuero Crudo que adquiere .....	53
Gráfico No. 13 Cantidad de Cuero Crudo que demandó el año anterior .....	54
Gráfico No. 14 Provincia en la que adquiere los Cueros Crudos.....	55
Gráfico No. 15 Provedores de Cuero Crudo con los que trabaja.....	56
Gráfico No. 16 Se encuentra satisfecho con el servicio que le brindan los comerciantes de Cueros Crudos .....	57
Gráfico No. 17 Le gustaría trabajar con una nueva empresa comercializadora de Cuerso Crudos.....	58
Gráfico No. 18 Considera que el precio al que le ofertan el Cuero Crudo en su local es competitivo en el mercado .....	59
Gráfico No. 19 Tiempo máximo de espera para que le entreguen el Cuero Crudo en el local .....	60
Gráfico No. 20 La actividad económica en el primer semestre del presente año que tendencia ha presentado .....	61

## VIII. LISTA DE ANEXOS

ANEXO No. 1. MATERIA PRIMA DIRECTA.....	117
ANEXO No. 2. MANO DE OBRA DIRECTA.....	117
ANEXO No. 3. MATERIA PRIMA INDIRECTA .....	117
ANEXO No. 4. DEPRECIACIONES EN PRODUCCIÓN.....	118
ANEXO No. 5. MOVILIZACIÓN Y MANTENIMIENTO .....	118
ANEXO No. 6. AMORTIZACIÓN .....	119
ANEXO No. 7. SUELDOS.....	121
ANEXO No. 8. ÚTILES DE ASEO .....	121
ANEXO No. 9. PAPELERÍA .....	122
ANEXO No. 10. SERVICIOS BÁSICOS .....	122
ANEXO No. 11. DEPRECIACIONES ADMINISTRATIVAS.....	123
ANEXO No. 12. PUBLICIDAD.....	125
ANEXO No. 13. INTERESES – TABLA DE PAGOS .....	127
ANEXO No. 14. TERRENO .....	129
ANEXO No. 15. COSNTRUCCIONES .....	129
ANEXO No. 16. VEHÍCULO .....	129
ANEXO No. 17. MUEBLES Y ENSERES .....	129
ANEXO No. 18. EQUIPO DE OFICINA.....	130
ANEXO No. 19. EQUIPO DE CÓMPUTO .....	130
ANEXO No. 20. ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD .....	130
ANEXO No. 21. GASTOS DE ORGANIZACIÓN .....	130
ANEXO No. 22 MATERIA PRIMA DIRECTA.....	132
ANEXO No. 23 MANO DE OBRA DIRECTA.....	132
ANEXO No. 24 GASTOS DE FABRICACIÓN - MATERIA PRIMA INDIRECTA .....	133

ANEXO No. 25. AMORTIZACIÓN .....	134
ANEXO No. 26 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y GENERALES – SUELDOS .....	135
ANEXO No. 27. DEPRECIACIONES ADMINISTRATIVAS .....	137
ANEXO No. 28 PUBLICIDAD.....	137
ANEXO No. 29 FOTOGRAFÍAS DE LABORES DE COMPRA DE PIELES DE CUEROS CRUDOS.....	138

## **IX. RESÚMEN EJECUTIVO**

El proyecto de inversión presentado en el presente documento propone la creación de una empresa familiar de hecho y que se dedicará a la comercialización del cuero crudo en las curtidurías de la zona central del país.

Desde el año 2009 gracias a las salvaguardas establecidas por el gobierno, el sector de manufacturas de cuero ha experimentado un interesante repunte, las provincias con mayor producción se encuentran en la Sierra, principalmente en la provincia de Tungurahua, la misma que cuenta con una gran cantidad de talleres artesanales que representan 75,6% de la actividad artesanal de la rama en Ecuador.

Es así que como objetivo principal se plantea desarrollar y evaluar la factibilidad del proyecto, para la adquisición y comercialización de cuero crudo en las curtidurías de la Zona Central del País y tener en el mediano plazo una empresa comercial de reconocimiento local y regional, ofreciendo un producto de calidad a los clientes.

Para este fin se realizó una investigación de mercado dirigida a los clientes actuales y potenciales de la empresa, es decir a 42 curtidurías del segmento de mercado establecido, en esta investigación se concluye que el nivel de demanda presenta una tendencia creciente y aspectos como la calidad, variedad y precio imprescindibles en la oferta de cuero, que el tiempo de entrega de la materia prima debe ser casi inmediata y que el mercado potencial de esta actividad económica se encuentra en la zona central del país.

Por otra parte se efectuó el estudio técnico del proyecto donde se define la localización estratégica en la ciudad de Ambato, se detalla el proceso productivo de comercialización de cuero crudo, se estructura la distribución de la planta y especifica un estudio administrativo organizacional.

Finalmente se desarrolla el estudio económico y la evaluación financiera en las cuales se obtienen datos de interés acerca de la viabilidad y rentabilidad arrojando el proyecto para el primer año de operación y con proyección a cuatro años posteriores, tomando como base las tasas promedio de crecimiento de la demanda y de la inflación anual del país.

En estos capítulos se hallan cálculos en torno al presupuesto de comercialización, presupuesto de gastos, inversiones en activos fijos, inversión en activos diferidos, capital de trabajo, financiamiento de la inversión, cálculo de depreciaciones y amortización de intangibles, presupuesto de costos y gastos proyectados, establecimiento de la estructura de costos, presupuesto de ingresos, punto de equilibrio, estado de resultados, estado de situación financiera, flujo de fondos de efectivo proyectados, tasa de rendimiento económica mínima aceptable, valor actual neto VAN positivo, tasa interna de retorno, período de recuperación de la inversión PRI en el segundo año de inversión, relación costo – beneficio y un análisis de índices financieros de liquidez, endeudamiento y rentabilidad.

## **X. INTRODUCCIÓN**

El sector del cuero involucra cuero y pieles sin curtir, producción de cueros curtidos y adobados mineral o químicamente, pieles finas adobadas y de cuero y pieles curtidas y adobadas sin depilar.

Es un producto intermedio, que sirve a su vez de materia prima para la elaboración de calzado, textiles y marroquinería, Ecuador produce alrededor de 350 mil cueros al año, más del 90% de la demanda es el mercado interno de calzado y marroquinería, especialmente en Tungurahua, Pichincha, Azuay y Guayas y son pocas las empresas que han incursionado en el mercado internacional.

La materia prima principal (cuero crudo) la obtienen dentro del país, principalmente de ganado de la sierra, mientras que entre un 20% y 30% de producto es importado.

En el Ecuador, durante la época de la colonia, la industria del cuero era muy próspera, especialmente la del calzado, además de la fabricación de artículos para la caballería y baúles, entre los principales productos que se producían están: botas, baúles, monturas, riendas, fustas e incluso sillas y asientos para viajes.

A partir de los años sesenta en adelante se consolida la industria del cuero, especialmente en la producción de calzado en las provincias de la sierra ecuatoriana, llegando a ser Tungurahua la principal la provincia donde se concentra el mayor número de empresas de curtiembre, teñido de cuero y producción de artículos de cuero.

La industrialización del cuero constituye una actividad muy importante en el desarrollo del país, puesto que demanda gran cantidad de mano de obra y la diversificación de productos que contribuyen a entregar valor agregado, esta industria satisface la demanda interna e inclusive hay excedentes para la exportación.

La industria del cuero es una de las actividades importantes en generación de riqueza, puesto que durante los últimos diez años se ubica con los textiles, la agricultura y el comercio, en el grupo de los sectores de mayor relevancia.

# **CAPÍTULO I**

## **1.1 TEMA**

Proyecto de inversión para la comercialización del cuero crudo en las curtidurías de la zona central del país, para el segundo semestre del año 2014.

## 1.2 ANTECEDENTES

“El ser humano tiene para su alimentación diversos animales domésticos como gallinas, pavos, cerdos, ganado vacuno o bovino, etc, de los que utiliza su carne, patas, piel o cuero para elaborar una gran variedad de alimentos o artículos de uso personal como chompas, carteras, pantalones, chalecos, etc.

La industria del cuero o manufactura del cuero se remontan a antiguas tradiciones con elementos culturales que han globalizado las economías de algunas ciudades lo que ha conllevando serios retos para esta actividad donde las condiciones tecnológicas, de infraestructura e institucionales suelen ser menos apropiadas para la competencia y mercados globalizados.

La industria del cuero es el resultado de una larga tradición,pues a fines del siglo XVII se realizaron las primeras piezas de cuero salado, un siglo después surgieron los primeros saladeros que modificaron no sólo la forma en que eran preservados los cueros, que hasta ese momento eran secados al sol revalorizando la carne y otros subproductos del animal como la grasa y el cebo e integraron a sectores como la producción ganadera, las curtiembres y la industria manufacturera”. (Ministerio Coordinador de la Producción, 2010)

“La piel, como materia prima para la fabricación de cuero se caracteriza por tener una oferta inelástica, es decir que las variaciones en su precio no alteran las cantidades producidas y su oferta depende de la faena del animal así como en el largo plazo del stock o número de cabezas de ganado vacuno o bovino que posean.

El mercado de la carne determina la oferta de pieles (cueros crudos), que emergen como un subproducto de la actividad de producción de carne de alta calidad que en la piel cubre al animal durante su vida; a ello debemos agregar que el productor de ganado es indiferente al valor potencial de la piel, dado que las utilidades para él son nulas.” (Ministerio Coordinador de la Producción, 2010)

“La producción de cuero ha mantenido un nivel estable durante la última década, siguiendo el comportamiento de faenamiento pero la caída en el número de

cabezas faenadas fue compensada por el aumento en el tamaño y peso medio de los animales.

En la ciudad de Ambato existen algunas curtidoras o curtiembres que utilizan los cueros crudos para procesarlo y elaborar un subproducto que será transformado en zapatos, carteras, chompas, billeteras, etc.

Entre las curtidoras a las que se entregan las pieles saladas son: Curtipiel Martínez, Prodegel; Curtiduría Aldaz, Promepel, Sualu, curtiembre del Sr Naranjo Díaz, etc; las que cancelan en efectivo o por adelantado la compra de pieles en el camal local, en el de otros cantones de la provincia y en otros a nivel nacional; adelantándose a las épocas de escases o para contar con inventarios que les permita suplir la materia prima a sectores tradicionales como Quero, Quisapincha, Pelileo, Cuenca, Otavalo, Atuntaqui, Quito, Guayaquil.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Inec) fueron 41.237 las Unidades de producción agrícola encuestadas, revelando que la provincia del Azuay, Pichincha y Loja son las de mayor producción en la Sierra; y, en la Costa se menciona a Manabí y Guayas.” (Ministerio Coordinador de la Producción, 2010)

En nuestro país, el número de cabezas de ganado por especies, según región y provincia, se puede apreciar en la siguiente tabla: (ANCE, 2012)

**Cuadro No. 1 Número de Cabezas de Ganado por Especies, Según Región y Provincia**

REGIÓN PROVINCIA	Y	NÚMERO TOTAL DE CABEZAS (Machos y Hembras)				
		Vacuno	Porcino	Ovino	Asnal	Caballar
<b>TOTAL NACIONAL</b>		5.358.904	1.831.066	742.963	130.693	343.820
<b>REGIÓN SIERRA</b>		2.732.351	1.328.286	720.036	98.312	171.235
<b>REGIÓN COSTA</b>		1.965.592	431.436	16.924	30.825	122.948
<b>REGIÓN ORIENTAL</b>		660.961	71.344	6.003	1.556	49.637
<b>REGIÓN SIERRA</b>						
<b>AZUAY</b>		430.156	84.167	104.786	1.181	34.525
<b>BOLÍVAR</b>		192.764	65.329	35.269	5.122	17.260
<b>CAÑAR</b>		174.494	22.345	37.274	227	7.795
<b>CARCHI</b>		126.700	8.384	1.090	*	4.817
<b>COTOPAXI</b>		323.012	144.739	185.124	13.922	10.355
<b>CHIMBORAZO</b>		325.406	149.106	265.027	44.582	22.222
<b>IMBABURA</b>		87.347	13.601	12.037	1.031	7.481
<b>LOJA</b>		382.056	122.087	21.968	25.553	28.649
<b>PICHINCHA</b>		360.468	69.320	32.200	1.844	23.669
<b>TUNGURAHUA</b>		180.465	41.133	25.100	4.293	9.067
<b>SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS</b>		149.484	608.075	161	442	5.395
<b>REGIÓN COSTA</b>						
<b>EL ORO</b>		201.996	68.245	5.432	1.721	5.959
<b>ESMERALDAS</b>		297.411	58.776	655	3.693	26.820
<b>GUAYAS</b>		341.713	89.910	8.076	3.974	31.131
<b>LOS RIOS</b>		125.673	51.965	1.266	1.011	14.488
<b>MANABÍ</b>		982.833	157.285	593	19.858	41.954
<b>SANTA ELENA</b>		15.966	5.255	902	568	2.595
<b>REGIÓN ORIENTAL</b>						
<b>NORORIENTE</b>		168.987	21.588	2.034	431	15.270
<b>CENTRO-SURORIENTE</b>		491.974	49.756	3.968	1.125	34.367
INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC) ESPAC – 2011						

Estos datos fueron obtenidos en la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC), realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) al año 2011, registrándose 8,6 millones de cabezas de ganado, de las cuales 5,3 millones pertenecen a ganado vacuno constituyendo

Manabí, la provincia con mayor número de reses con 982.833 cabezas, seguido por Azuay con 430.468 y Pichincha con 360.468 cabezas. (html, 2015)

“La cadena de comercialización y valor del cuero se da entre los ganaderos, los camales, los intermediarios, las tercenas y los comerciantes de carne en los distintos mercados, sin embargo hay personas naturales que comercializan el cuero como un subproducto de la carne lo que reduce las graves deficiencias de aprovechamiento.

Entre los graves problemas por los que atraviesan quienes se dedican a la labor de comercialización del cuero del ganado vacuno son:

- Falta de capital de trabajo para sustentar la actividad ya que los grandes comerciantes compran anticipadamente las reses o ganado vacuno
- Número excesivo de comerciantes de cuero en las ciudades
- Distancia considerable entre los centros de faenamiento
- Recursos y logística mayor de los grandes comerciantes
- Costos de procesamiento del cuero en salado y transporte desde los centros de faenamiento hacia la ciudad de Ambato
- Disminución de las cabezas de ganado vacuno en el país

A esto se debe agregar otros problemas como la identificación de los animales con marcas de fuego, uso de alambres de púas, transporte inadecuado, escasa limpieza de las pieles, profusión de enfermedades parasitarias como la garrapata, la falta de salado, los ganaderos y comerciantes de pieles venden el cuero como un subproducto de la carne y no obtienen diferencia de precio en función de la calidad de los cueros.” (Ministerio Coordinador de la Producción, 2010)

### **1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

La falta de un proyecto de inversión incide en la comercialización del cuero crudo en las curtidurías de la zona central del país.

## 1.4 JUSTIFICACIÓN

“Ante el crecimiento de las ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato así como del consecuente incremento de la demanda (calzado, bolsos, billeteras, carteras, manufacturas de cuero, etc.); y, de políticas de protección industrial, se inició la industrialización del sector manufacturero del cuero, producto de la desgravación arancelaria y la ausencia de la política pública de fomento a la manufactura.

En el año 2009, mediante la aplicación de medidas comerciales como las salvaguardas, el sector de manufacturas de cuero ha experimentado un interesante repunte, estas variaciones de la política pública otorgan condiciones favorables para el crecimiento endógeno del sector con ciertos problemas de producción y calidad de las pieles crudas lo que no permiten cubrir la demanda existente de pieles.

La manufactura de ropa de vestir elaborada en cuero es un sector productivo capaz de asimilar importantes niveles de empleo, dada la tecnología, condiciones y precios, razones más que suficiente para que las autoridades económicas lo consideren un sector prioritario, lo que supone trascender el ámbito sectorial para determinar las condiciones necesarias y definir los encadenamientos requeridos que eleven los niveles de producción con miras a establecer nuevos estándares de calidad (en especial de la materia prima).

Las provincias con mayor producción de cuero y de manufactura se encuentran en Tungurahua, Imbabura, Azuay y Cotopaxi; según datos de la Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador (ANCE), la provincia del Tungurahua cuenta con 1.770 talleres artesanales dedicados a la confección de prendas de vestir de cuero, marroquinería y zapatería” (Ministerio Coordinador de la Producción, 2010)

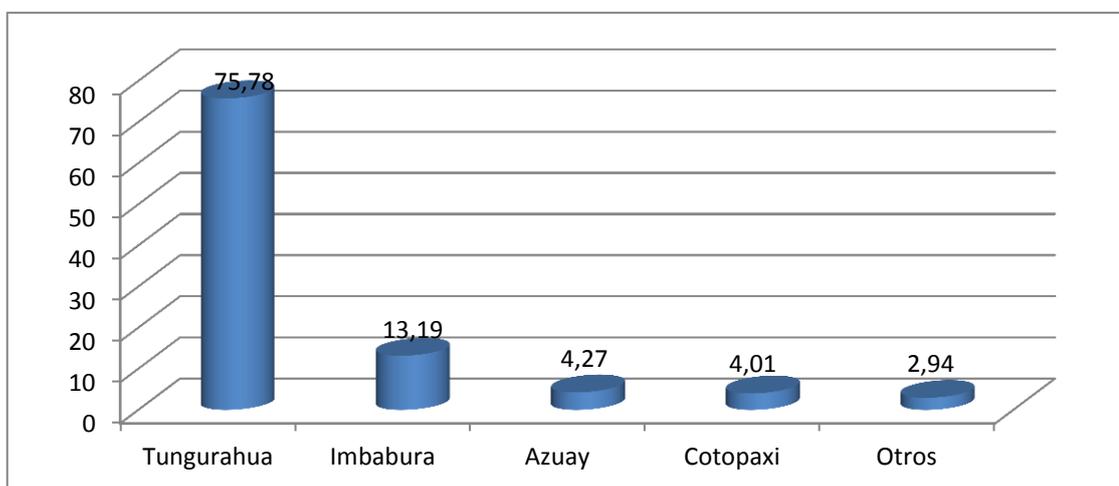
**Cuadro No. 2 Principales Zonas de Producción de Cuero Procesado en el Ecuador**

PROVINCIAS	PORCENTAJE
Tungurahua	75,58%
Imbabura	13,19%
Azuay	4,27
Cotopaxi	4,01
Otras	2,94

**Fuente:** Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador.

**Elaborado por:** Vidal Martínez

**Gráfico No. 1 Principales Zonas de Producción de Cuero Procesado en el Ecuador**



**Fuente:** Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador.

**Elaborado por:** Vidal Martínez

Esta cantidad de talleres representa el 75,6 % de la actividad artesanal en el Ecuador y se encuentra distribuida en los cantones de Ambato, Baños, Cevallos y Quisapincha; cuya actividad industrial tiene alrededor de 40 años de historia, en Tungurahua se concentra el 68 % de la producción nacional. (Ministerio Coordinador de la Producción, 2010)

La provincia de Imbabura cuenta con 309 talleres artesanales dedicados a la confección en cuero y a la talabartería; esta provincia tiene el 13,2 % de los talleres de la rama registrados en el país, los principales se encuentran en el Cantón Cotacachi, con una producción de alta calidad; otras provincias donde se

pueden encontrar talleres artesanales dedicados a esta actividad son Azuay con 100 unidades productivas y Cotopaxi, con 94 talleres. En ambas provincias se realizan confecciones de cuero y artículos de talabartería representando el 4,3% y 4,0%, de la actividad en artesanías de cuero y afines del país.(ANCE, 2012)

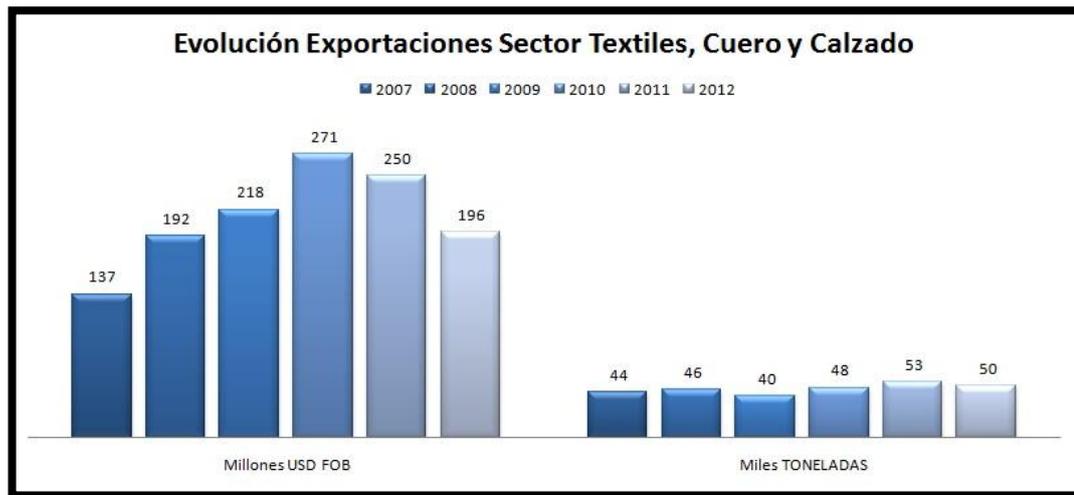
En las restantes provincias, la producción de prendas de vestir de cuero y otras manufacturas de este material es marginal, se cuentan 69 talleres artesanales; es decir; una participación porcentual del 2,9 %, dentro del universo global en la actividad relacionada con cueros y afines.

Ecuador produce de acuerdo a la misma fuente alrededor de 350.000 cueros y pieles al año, una buena parte de la demanda se orienta al mercado interno de calzado, marroquinería y confecciones, otra parte se exporta.

“Las exportaciones de cuero (pieles) y sus confecciones, ascienden a 26,6 millones US\$ FOB y sus principales destinos fueron Italia, Venezuela, Perú y Colombia; por su parte, las exportaciones del sector calzado ascienden a 38,9 millones US\$ FOB y sus destinos principales fueron Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos.” (FRANKEL, 2009)

En Ecuador, la industria del cuero, tiene una trayectoria relevante, el desarrollo del sector curtidor, hasta los años 70, mantiene un nivel artesanal, pero ante el crecimiento se está planteando la industrialización. (ANCE, 2012)

**Gráfico No. 2 Evolución Exportaciones Sector Textiles, Cuero y Calzado**



**Fuente:** ANCE

“El cuero tiene actualmente problemas en cuanto al nivel de producción y a la calidad de las pieles crudas que no cubren la demanda existente; sin embargo, es un sector que ha superado crisis y generado uno de los mayores niveles de empleo en el país.

El sector del cuero, junto con los textiles, genera el 15,7% del PIB y el precio del cuero ecuatoriano terminado es de \$ 1.40 centavos el pie y el del cuero Bue Blue, semiprocesado es de \$ 0.70 centavos el pie

La caracterización y mapeo de la cadena de producción del cuero en Ambato, Guayaquil y Cuenca, han sentido el impacto de las restricciones del calzado como un factor positivo, al igual que en Guayaquil y Cuenca.” (Ministerio Coordinador de la Producción, 2010)

“En promedio, la producción de las curtiembres en Ambato es de 1´600.000 decímetros al mes, en Cuenca la comercialización bordea los 91.440 y en Guayaquil se producen alrededor de 200 hojas de suela de calzado, las limitaciones de la mayoría de empresas de cuero es el financiamiento así como la infraestructura, maquinaria para aumentar la productividad, la falta de personal adecuado o capacitado para la producción y la calidad de la materia prima.

Al ser una cadena productiva genera fuentes de empleo para cientos de familias, por lo que el sector curtidor está invirtiendo en maquinaria y asesoramiento técnico para competir con mercados mucho más grandes, esta ruta del cuero se define como uno de los procesos más complicados dentro de la industria, donde se requiere un conocimiento profundo para la elaboración de prendas de calidad; sin embargo no le dan un apropiado cuidado y tratamiento al ganado en pie los propietarios, por lo que la industria local hace lo posible por conseguir materia prima de buena calidad, resultando muy difícil que se obtenga cuero crudo de ganado de buena calidad.

Los grandes, medianos y pequeños productores del cuero tienen su propio mercado, aunque muchos artesanos del cuero han desaparecido, en la actualidad subsisten fábricas grandes que abastecen al mercado nacional, en especial en las ciudades de Ambato, Quito, Guayaquil y Cuenca”.

Así los artesanos de Quisapincha, Picaihua, Tisaleo, Cevallos, Quero, Atahualpa (Constantino Fernández), Agosto Martínez, Montalvo y sectores periféricos del cantón Ambato como Terremoto, Huachi Chico, Huachi Grande y Huachi el Progreso son los principales compradores de cuero en la provincia de Tungurahua,

El cuerdo Blue Blue lo exportan las curtiembres, Curtipiel Martínez, Curtiduría Herdoíza, Hebb Cía. Ltda y Curtiduría Promepel a países como Italia, India, Singapur, Korea del Sur, China y España, gracias a la política del gobierno que prohibió la exportación de cuero con pelo, lo que favoreció la apertura de fuentes de trabajo para los artesanos de la Provincia de Tungurahua y del Centro del país, adicionando valor agregado a la materia prima. (ANCE, 2012)

En la Sierra Centro se encuentra las tres provincias que más se dedican a esta actividad para lo que han desarrollado áreas ganaderas que abastecen de materia prima cuya producción es vendida a Colombia en forma legal e ilegal; es decir, no cumple con los requerimientos necesarios para hacerla de una forma correcta.

La ciudad de Ambato cuenta con instalaciones donde se faena y desuella unas 800 cabezas de ganado por semana, al mes son 3.200 y al año 38.400; obteniendo

pieles de alta calidad, contando para ello con camales e infraestructura para realizar este proceso.

El uso de piel sin curtir en las curtimbres da como producto final carnaza cruda que servirá para que los productores utilicen esta materia prima en la talabartería, industria del calzado, vestuario, marroquinería y alimentos.

Existen diferentes maneras de comercializar el cuero, sea directamente del productor al consumidor o a través de intermediarios, pero su participación encarece el valor del producto.

Con el proyecto de inversión se realizarán los estudios respectivos a fin de mejorar la y estandarizar la cadena de comercialización y valor del cuero crudo, pasando de un negocio familiar al establecimiento de una empresa que se dedique a la comercialización de pieles crudas del ganado vacuno en la Región Central de la Sierra y que abastezca a las curtiembres en la ciudad de Ambato. (ANCE, 2012)

Este proyecto es factible de desarrollarlo por la creciente demanda de pieles en las curtiembres así como por la experiencia de la familia Martínez que mantiene en este campo, con más de 15 años de trabajo en el mercado nacional; contando para ello con los recursos económicos para realizar la investigación y elaboración del estudio de factibilidad en el que se aplicará los conocimientos adquiridos en las aulas de la Universidad Estatal de Bolívar.

Finalmente el tema objeto de esta investigación es de gran interés para la región y sector de la industria del cuero en la ciudad de Ambato sobre la cadena de comercialización de este producto, pues la demanda es cada vez más creciente.

## **1.5 OBJETIVOS**

### **1.5.1 General**

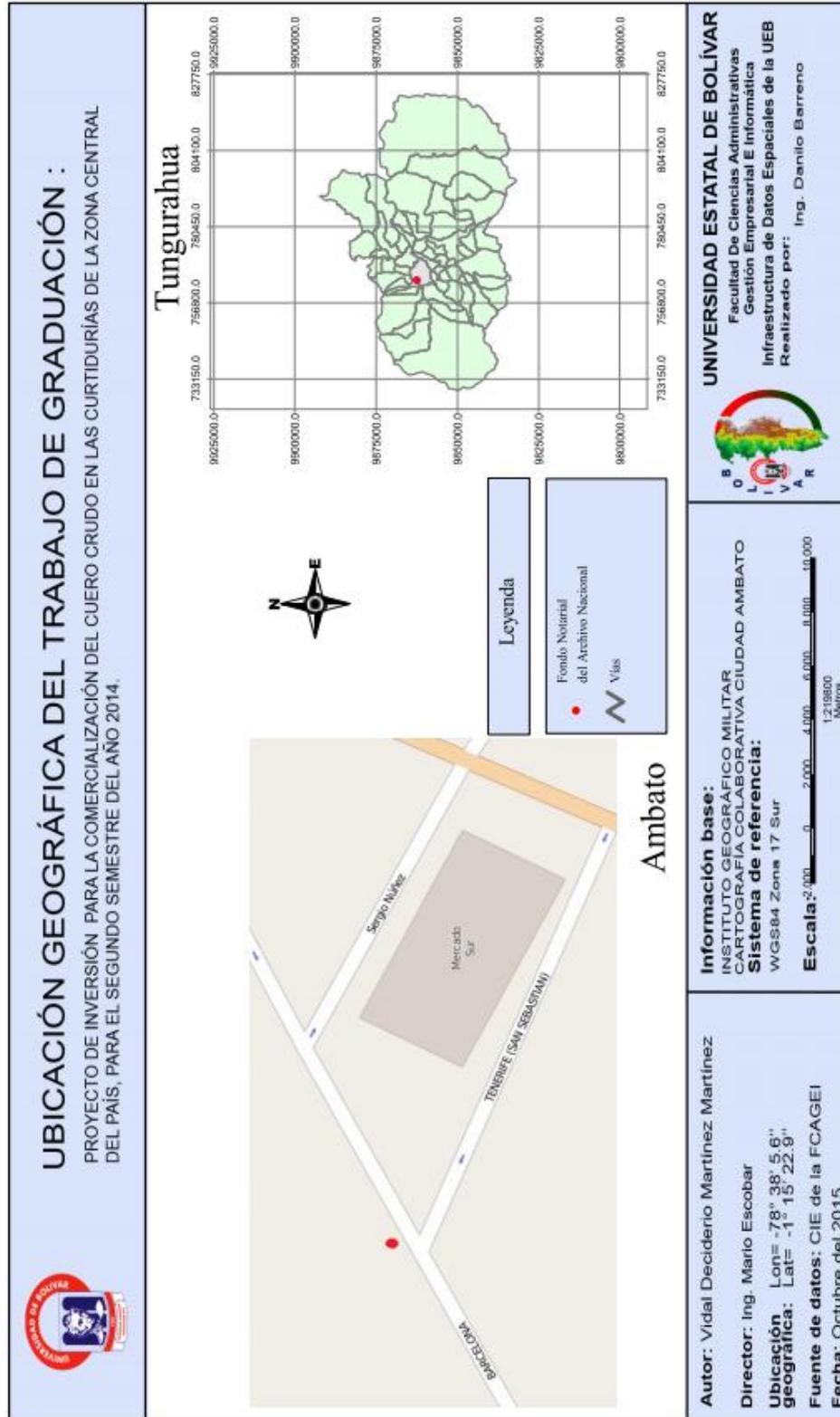
Elaborar el proyecto de inversión para la comercialización del Cuero Crudo en las Curtidurías de la Zona Central del País, para el segundo semestre del año 2014.

### **1.5.2 Específicos**

- Identificar los principales demandantes, oferentes y demanda insatisfecha del cuero crudo de ganado vacuno mediante el estudio y segmentación del mercado.
- Determinar los requerimientos necesarios para la comercialización de cuero crudo hacia las principales curtiembres.
- Estructurar los costos de producción, administración, ventas y financieros así como la inversión y financiamiento del proyecto.
- Evaluar financiera y socialmente el proyecto.

## 1.6 MARCO TEORICO

### 1.6.1 Referencial, Georeferencial



### **1.6.2 Marco Conceptual**

**Administración.-** Es la acción de gestionar o dirigir empresas u organizaciones distribuyendo los recursos disponibles de la misma para conseguir alcanzar los objetivos definidos.(administracion. com 2015)

**Calidad.-** Conjunto de cualidades que debe cumplir un producto para que sea aceptado y pueda permanecer en el mercado.

**Capital Propio.-** Es la cantidad de recursos, bienes y valores disponibles para satisfacer una necesidad o llevar a cabo una actividad definida. Estos recursos, bienes y valores pueden generar una ganancia. (WEBB, 2013 )

**Comercialización.-** Dará a conocer las características de un producto o servicio para poder vender y que se cumpla con los objetivos de la empresa y generen una rentabilidad para mantenerse en el mercado.

**Consumidor.-** Es quien adquiere un producto o servicio sin importarle la marca, es decir, no tiene relación ni fidelidad por la marca, por lo tanto, pasa a ser un consumidor fugaz.

**Costo.-** Es la acción que realiza la empresa es decir invierte dinero en la compra de materia prima para fabricar un producto en el cual se recupera cuando el producto se lo vende.

**Cliente.-** Persona que realiza la compra y que está relacionado con la marca.

**Demanda.-** Es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir, casi todos los seres humanos del planeta demandan un bien o un servicio, oro, arroz, zumo de naranja, educación superior. No obstante lo más interesante de la oferta y la demanda es cómo interactúan la una con la otra. (WEBB, 2013 )

**Demanda Insatisfecha.-** Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta

**Distribución.-** Se define como la acción de repartir un producto desde donde lo

fabrican a varios lugares diferentes con la finalidad de ponerlo a la venta.

**Empaque.-** El empaque es el recipiente o la envoltura de un producto que tiene la finalidad de contener, envolver y proteger el núcleo del producto, así como facilitar su manipulación, transporte y almacenamiento. Pero además de estas funciones, el empaque cumple un papel importante en la promoción del producto, ya que permite hacerlo más atractivo, diferenciarlo de los demás productos de la competencia, y hacerle publicidad adicional.

**Estrategia.-** Es la acción que se hace para dirigir una empresa, es decir como gestiona el desarrollo de la empresa.

**Financiamiento.-** En esencia es buscar recursos de terceras personas, es decir adquirir un préstamo para pagar con una tasa de interés en un tiempo determinado.

**Gasto.-** Es la acción que realiza la empresa para distribuir el producto y para administrarlo es decir no se recupera en el transcurso de funcionamiento de la empresa.

**Ganancia.-** Es un beneficio monetario que obtiene una entidad por cualquier actividad productiva, pero también más financieramente se considera como la diferencia entre los ingresos totales y los gastos operacionales. (WEBB, 2013 )

**Inversión.-** Cantidad de dinero necesario que se debe adquirir para tener los factores de producción y poner en funcionamiento la microempresa.

Para la economía y las finanzas las inversiones tienen que ver tanto con el ahorro, como con la ubicación del capital y aspectos vinculados al consumo, una inversión es típicamente un monto de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones con el fin de que el mismo se incremente producto de las ganancias que genere ese fondo o proyecto empresarial, toda inversión implica tanto un riesgo como una oportunidad, un riesgo en la medida en que la devolución del dinero invertido no está garantizada, como tampoco las ganancias.

**Investigar.-** Consiste en averiguar, recopilar información de distintas fuentes que avalen un proyecto debiendo recurrir a varios tipos de investigación.

mejora frente a productos de la competencia.

**Marca.-** Es el nombre, término, símbolo, diseño o la combinación de estos elementos que permite identificar el producto y los distingue de la competencia.

**Mercado.-** Lugar donde se reúnen los compradores y vendedores para realizar transacciones comerciales.

**Microempresa.-** Forma de organización legal que permite el desarrollar actividades en nuestro caso comerciales mediante la venta de nuestro producto al mercado, cumpliendo normas y estándares en procesos productivos que apoyan al cambio de la Matriz productiva..

**Oportunidad.-** Es una circunstancia donde existen posibilidades de mejora o desarrollo de un lugar determinado, debido a una acción de un sujeto que logre cambios significativos.

**Producto.-** Aquello que ha sido elaborado y que se va a ofrecer en el mercado para satisfacer determinadas necesidades.

**Producción.-** Son actividades que mediante la utilización de maquinaria y tecnología, permiten la transformación de la materia prima en productos con valor agregado que posteriormente se pondrá a la venta.

**Procesar.-** Se llama de esta manera a la acción de someter una sustancia o producto a un determinado proceso que la transforme química, física o biológicamente..

**Rentabilidad.-** Es la capacidad económica que tiene una empresa para generar una ganancia y que la empresa se mantenga en equilibrio.

**Riesgo.-** En un proyecto de inversión se define como la variabilidad de los flujos de caja reales con los flujos de caja estimados, es decir un evento que puede ocurrir o no, mientras mayor sea los flujos de caja mayor es el riesgo que puede presentarse en el proyecto ya sea del fracaso del mismo. (TAYLOR, 2013 )

**Stock.-** Cantidad de un producto que se tiene disponible para la venta a clientes.

Tasa de Interés.- Es el porcentaje que se paga por el uso del dinero que se ha solicitado a una entidad financiera acorde al monto que adquirió como préstamo.

### **1.6.3 Teoría Científica**

Activo y Pasivo Circulante.- Los contables definen de forma arbitraria todo activo o pasivo, que se convertirá en caja en un plazo inferior al año, como circulante y todos los demás activos y pasivos como de largo plazo o fijo. El inventario es un activo circulante porque hay motivos para pensar que se venderá y generará caja dentro del año. Las cuentas a pagar son pasivos a corto plazo porque deben ser pagados antes de un año. (Higgins, 2004)

Balance General.- El balance general ofrece una instantánea de la situación financiera de una empresa en un punto específico en el tiempo a una fecha determinada. De manera que el balance general capta los efectos acumulativos de todas las decisiones financieras anteriores.

En un punto determinado en el tiempo, el balance general muestra los activos que son propiedad de la empresa, sus pasivos (o deudas) por pagar o en circulación y la cantidad que los propietarios invirtieron en la empresa (capital social). (Longenecker M. P., 2010).

Control de Calidad.- Se deben determinar los sistemas de control de calidad a aplicar en cada fase del proceso de producción o de prestación de servicios.

La calidad del producto debe ser muy tenida en cuenta en cualquier empresa, además los sistemas de control de calidad evitan los productos defectuosos y aseguran que se cumplan los estándares de calidad establecidos. (Sánchez, 2008)

Cultura Organizacional Ética.- La integridad en un negocio requiere una cultura organizacional que la respalde. En teoría todo directivo y empleado debería resolver de manera instintiva cada problema ético, al hacer simplemente lo correcto. Una cultura ética requiere un entorno en el que los empleados de cualquier nivel sientan la confianza de que la empresa está plenamente comprometida con la conducta honorable. No obstante a media que una pequeña empresa crece, las interacciones personales entre el propietario y sus empleados

cada vez son menos frecuentes, lo que crea la necesidad de articular y reforzar los principios de integridad de formas que complementen el ejemplo personal del emprendedor. Un buen inicio es establecer una política ética para la empresa. (POSO, 2012 )

Inversión.-Corresponde al proceso de implementación del proyecto, una vez seleccionado el modelo a seguir, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha en este contexto se debe considerar lo siguiente:

- La compra del terreno, la construcción de la planta de producción, oficinas e instalaciones.
- La compra e instalación de maquinaria, equipo y herramientas.
- Selección y administración de sistemas operacionales y administrativos.
- Selección, contratación, inducción y capacitación personal.
- Operación inicial del negocio.

Proyecto de Inversión.- Es la búsqueda de una solución viable e inteligente a problemas que afectan a un sector determinado de una población, para lo cual dicho proyecto se respaldara mediante el proceso investigativo y coherente para su realización.

“Los proyectos pueden ser:

- De instalación o implantación de un conjunto integrado de bienes de producción.
- De operación dirigidos a la racionalización del uso de factores de producción.

Existe una categoría de un proyecto que se organiza según la actividad económica que puede ser la producción de bienes, infraestructura económica o social y la prestación del servicio.

Las fases del proyecto son la serie de acciones que llevan a la identificación y materialización de un proyecto y los elementos de la secuencia de tareas. Se dividen en cinco fases principales:

- Identificación y definición del problema o de la oportunidad
- Recopilación de la información
- Análisis de información
- Identificación de las restricciones que limitan la solución del problema o el aprovechamiento de la oportunidad
- Definición de una medida de eficiencia en función de los objetivos del sistema en donde aparece el problema o la oportunidad
- Construcción y validación del modelo, el cual es la representación del sistema.

Búsqueda de alternativas para generar soluciones posibles al problema o al aprovechamiento de la oportunidad

Evaluación de alternativas por medio de su valoración y escogiendo la mejor de ellas en función de los criterios de exigencia.

Ejecución y control por medio de la puesta en práctica de la alternativa escogida y controlando que la ejecución de la solución satisfaga los objetivos.

Evaluación ex – post el cual se lleva a cabo después que el proyecto termine para determinar si el proyecto funcionó según lo programado.” (TAYLOR, 2013 )

Las inversiones de un proyecto son clasificadas según su objetivo como sigue:

Inversiones de reemplazos

Inversiones de expansión

Inversiones de modernización

## Inversiones estratégicas

Las inversiones de reemplazo son aquellas que solo implican cambiar algo que ella estaba en marcha y que se deterioró, pero que no implica mejora tecnológica, de capacidad, de factores económicos, de formas o de estrategias de operación.

Las inversiones de expansión son las que están orientadas a crecer la capacidad de producción, a generar un nuevo producto, a enfrentar un nuevo mercado, etc.

Las inversiones de modernización están destinadas a buscar una mejora tecnológica, una mayor tasa de producción, una mejor calidad, a permitir el uso de una materia prima de menor costo o disminuir el consumo de energía.

Las inversiones estratégicas son las que están orientadas a dar fortaleza a la organización a largo plazo, como las destinadas a servir de base para la integración vertical u horizontal, las de investigación y desarrollo, las de desarrollo de personal o las de gestión tecnológica.

Cualquiera que sea el objetivo todas las inversiones presentan características que son necesarias tener en cuenta por las implicaciones que para la evaluación de un proyecto pueden llegar a tener. Algunas de sus características son las siguientes:

- Se dan hacia futuro y por lo tanto es necesario hacer pronósticos de comportamiento del ambiente comercial, técnico, económico, financiero y tecnológico en el que la entidad ejecutora de la inversión se desenvuelve, introduciendo el concepto de riesgo.
- Se dan en ambientes económicos que cambian rápida y notablemente y que se deben tener en cuenta las variaciones de aspectos tales como la inflación, la devaluación, las leyes tributarias, las políticas arancelarias, la apertura económica, etc.
- Se plantean generalmente a largo plazo y sus efectos son duraderos y prácticamente irreversibles.

Las etapas en la preparación y ejecución de un proyecto de inversión son los pasos

por los que transita un proyecto desde la identificación de la idea, los anteproyectos preliminares o estudios previos de factibilidad, el anteproyecto definitivo o estudio de factibilidad y el proyecto completo de ingeniería y de ejecución. Las etapas que reducen el grado de riesgo e incertidumbre tienen las siguientes etapas:

**Idea inicial:** Se analiza, se completa y se ordena en forma superficial para tomar la decisión de suspender el estudio o continuar el procedimiento. Se formula el nombre del proyecto y sus objetivos, la localización en el ámbito regional, los aspectos institucionales etc.

**Estudio de prefactibilidad:** Se detallan los aspectos señalándolos como términos de referencia, profundizando en los cálculos, estimaciones e investigaciones, a fin de identificar las alternativas convenientes, que se estudiarán como factibles.

**Estudio de factibilidad:** Se detallan y amplían con toda precisión los puntos básicos tratados en la idea inicial y en el estudio de prefactibilidad y se presentan, recogen y analizan las conclusiones de los estudios de mercado, del tamaño del proyecto, de la localización así como los aspectos económicos de la organización administrativa.

**Ciclo de Vida de los Proyectos.-** El ciclo de vida de un proyecto de inversión se inicia con un problema originado en una necesidad, a la cual debe buscarse solución coherente, los proyectos de inversión atraviesan por cuatro grandes fases:

**Etapas de Idea.-** En esta etapa se identifica el problema o la necesidad que se va a satisfacer y se identifican las alternativas básicas mediante las cuales se resolverá el problema, también corresponde al proceso sistemático de búsqueda de posibilidades para solucionar problemas o ineficiencias en el entorno y aprovechar las oportunidades de negocio.

En esta etapa la evaluación del proyecto se hace a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia; en términos monetarios solo presenta cálculos globales de las inversiones, los costos y los ingresos sin entrar a investigaciones profundas.

- Aspectos que se deben investigar en esta etapa son:
- Mercado o destino de la producción.
- Indicación del tamaño de la inversión.
- Identificación del tipo de proceso tecnológico.
- Caracterización de la localización.
- Comentarios sobre los aspectos ambientales y sociales.

Etapa de Perfil.- El estudio de perfil es el más preliminar, estático y basado en información secundaria y cualitativa (opiniones de expertos).

Etapa de Pre Factibilidad.- Conocida como anteproyecto, es un análisis que profundiza la investigación en las fuentes secundarias y primarias.

En esta etapa se realiza una evaluación más profunda de las alternativas encontradas viables y se determina la bondad de cada una de ellas.

Etapa de Factibilidad.- La factibilidad está enfocada al análisis de la alternativa más atractiva estudiada la pre factibilidad, abordando en general los mismos aspectos, pero con mayor profundidad y dirigidos a la opción más recomendable.

Etapa de Diseño.- Una vez decidida la ejecución del proyecto, en esta etapa se elabora el diseño definitivo.

Etapa Ejecución.- En esta etapa se materializa el proyecto, sus actividades son:

- Revisión y actualización del documento-proyecto.
- Actualización y detalle de cronogramas para la ejecución del proyecto.
- Negociación de créditos y recursos destinados al proyecto a fin de garantizar que se provean en las condiciones más favorables.
- Organización institucional y administrativa del proyecto y definición sobre la responsabilidad de implantación.

- Gestión de recursos humanos (reclutamiento, selección, incorporación, entrenamiento) y materiales (licitaciones, contrataciones y adquisiciones).

Operación.-Es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución. Una vez instalado, el proyecto entra en operación y se inicia la generación del producto, orientado a la solución del problema.

El proyecto se institucionaliza mediante la creación de una organización responsable por su operación en el tiempo o mediante la entrega de dicha responsabilidad a una entidad ya existente.

A medida que la fase operativa del proyecto avanza, la gerencia debe estar atenta para introducir modificaciones o mejoras que aumenten la eficiencia del sistema.

Pero hay otras dos situaciones que se van presentando en el tiempo:

- La necesidad de ampliación del sistema para extender su cobertura a nuevos usuarios.
- El desgaste y obsolescencia de las instalaciones y equipos implican la necesidad de renovación-reposición.

Evaluación de Resultados.- Si el proyecto es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar, después de un tiempo razonable de su operación, que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto.

De no ser así, se requiere introducir las medidas correctivas pertinentes: la evaluación de resultados cierra el ciclo, preguntándose por los efectos de la última etapa a la luz de lo que inició el proceso: el problema.

La evaluación de resultados tiene por lo menos dos objetivos importantes:

- Evaluar el impacto real del proyecto ya entrado en operación, para sugerir las acciones correctivas que se estimen convenientes. para enriquecer el nivel de conocimientos y capacidad para mejorar.
- Simular la experiencia para enriquecer el nivel de conocimientos y capacidad para mejorar.

En cualquiera de las etapas y de las sub etapas reseñadas, la evaluación del proyecto significa tener que decidir entre tres cursos de acción.

**Rechazo:** Si el proyecto no resulta conveniente de acuerdo con el análisis realizado con la información disponible en esa sub etapa, debe optarse por no continuar con su estudio, ejecución u operación.

**Demora:** Si el proyecto muestra ventajas, pero se estima que su conveniencia aumentará si se estudia, ejecuta u opera más adelante, se debe tomar la alternativa de demorar su paso a la siguiente sub etapa.

**Aceptación:** Si el proyecto resulta conveniente, de acuerdo con la información disponible, se puede pasar a la siguiente sub etapa de análisis o comenzar su ejecución u operación.

El ciclo de vida del proyecto puede ser visto como un proceso de compra de certidumbre. Esto significa que el pasaje de una etapa a la siguiente, y en particular de cada sub etapa de la pre inversión a la que le sigue, está dado no solo por la bondad del proyecto sino también porque los beneficios de un estudio más profundo que permite reducir la incertidumbre superan a los costos del mismo. (Sánchez, 2008)

**Estudio Organizacional.-** Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularán las actividades durante el período de operación. Mediante este estudio se concretan todos los aspectos concernientes a la nómina de personal y a la remuneración prevista para cada uno de los cargos.

La organización es el proceso de determinar qué es lo que debe hacerse para lograr una finalidad dada, así como dividir las actividades necesarias en segmentos suficientemente pequeños para que puedan ser desempeñados por una persona de modo que no se desperdicien esfuerzos y los miembros de una

organización no interfieran unos con otros.

La estructura organizacional de la empresa se hace mediante una representación gráfica, llamada Organigrama, que al mismo tiempo nos muestra los elementos del grupo y sus relaciones respectivas, de acuerdo a la definición anterior, decimos que un organigrama es el instrumento en donde se representa toda la estructura organizacional de una empresa, designando la acción de cada elemento.

Los objetivos que persigue un organigrama son los siguientes:

- 1.- Mostrar los principales cargos (quién hace qué)
- 2.- Los principales canales de comunicación (quién reporta a quién)
- 3.- Mostrar los niveles jerárquicos
- 4.- Mostrar las principales unidades de organización.” (TAYLOR, 2013 )

“Estudio Técnico.- Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr, producir y vender el producto con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, etc. (POSO, 2012 )

Estudio Financiero.- Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto, recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional, las etapas mencionadas son secuenciales, lo que indica que se deben realizar en este orden, una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para el bien o servicio, que no existen impedimentos de orden técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación, y a definir los ingresos y costos durante el periodo de evaluación del proyecto. Esta información se realiza a través de indicadores de rentabilidad, la evaluación financiera del proyecto. (POSO, 2012 )

Evaluación de Proyectos.- Analiza las principales técnicas de medición de rentabilidad de un proyecto individual comparando los beneficios proyectados asociados con una decisión de inversión.

Equipo Productivo.- Consta de toda la maquinaria y el personal que la manipula durante el proceso de transformación.

Investigación de Mercado.- Es el proceso que supone la captación de datos sobre el mercado y que ayuda a identificar problemas y oportunidades dentro del mismo, es la ejecución de un sistema ordenado, objetivo y técnico de procedimientos que permite obtener, generar y analizar la información que existe en el mercado a fin de contribuir a la toma de decisiones adecuadas y oportunas.

Ingeniería del Proyecto.- Es resolver todo lo que concierne a la instalación y el funcionamiento de la planta desde la adquisición de equipos de de la maquinaria donde se determina la distribución óptima de la planta.

Insumos.- Son aquellos elementos sobre los cuales se efectuará una transformación con el fin de llegar a obtener un producto final.

Marketing.- La filosofía de una empresa, es cualquier tarea orientada a satisfacer las necesidades del cliente.

Como proceso o actividad, el marketing consiste en identificar las necesidades de las personas y cómo satisfacerlas, orientando las decisiones clave del marketing mix.(Sánchez, 2008)

Mercado Consumidor.- La información que entrega el mercado consumidor es por lo general, la más importante para el proyecto, la forma que se hace, se ve, se usa o valora algo varía, no solo entre una sociedad y otra, sino también entre personas.

Los cambios en los gustos y preferencias, los hábitos de consumo y motivaciones, o el grado de aceptabilidad o rechazo a una campaña promocional varían. Para cada proyecto y lugar, dado el fuerte componente subjetivo de la decisión.Solo conociendo con detalle que hacen las empresas de la industria se podrán diagnosticar las causas de éxito o fracaso de unas sobre otras, en base en estos

antecedentes se podrá definir una estrategia comercial competitiva que permita lograr la participación de mercado esperada.

**Mercado Distribuidor.-** En muchos casos especialmente cuando el proyecto estudia la generación de un producto más que de un servicio, la magnitud del canal de distribución para llegar al usuario o al consumidor final explicara parte importante de su costo total. Si el canal es muy grande, probablemente se llegara a más clientes, aunque con un mayor precio final, debido a los costos y márgenes de utilidad agregada en la intermediación.

Al estudiar entre precio y cantidad, se debe, en consecuencia, trabajar con el precio al que el consumidor recibirá el producto ofertado, incluyendo el efecto de todos los costos márgenes de intermediación. La complejidad de este tema radica en que cada canal tiene asociados distintos costos y niveles de efectividad en las ventas.

**Mercado Proveedor.-** Se deben estudiar tres aspectos fundamentales: el precio, la disponibilidad y la calidad de los insumos, el precio de los insumos determinara una parte de los costos del proyecto e influirá en el monto de las inversiones, tanto de activos fijos como del capital operativo, deberá establecer las condiciones de crédito y las políticas de descuento ofrecidas por los proveedores.

**Mercado Competidor.-** El estudio de mercado competidor tiene doble finalidad de permitir al evaluador conocer el funcionamiento de empresas similares a las que se instalarían con el proyecto y ayudarla a definir una estrategia comercial competitiva con ellas.

**Mercado de Competidor Indirecto:** Busca identificar las relaciones comerciales que deberá asumir el proyecto para lograr contar con un personal especializado, insumos, servicios, distribuidores y proveedores que garantice su normal funcionamiento cuando sea implementado.

**Mercado de Competidor Directo:** Es sin duda la principal fuente de información a la que una persona no experta en un tema puede recurrir para conocerlo.

Se considera el concepto ampliado de producto, ya que lo que percibe el usuario, más que el producto intrínseco, es un conjunto de atributos.

En la correcta determinación de los atributos, tanto de los servicios como de los productos de la competencia como los que se definirán para el propio proyecto. (POSO, 2012 )

Proyecto.- Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana.

Proyecto de Inversión Privada.- Es un instrumento de decisión. Orienta y apoya el proceso racional de toma de decisiones, permite juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y las desventajas en la etapa de asignación de recursos para determinar la rentabilidad socioeconómica y privada del proyecto, en base a la cual, se debe programar la inversión. (POSO, 2012 )

Pre Inversión.- Consiste en identificar, formular y evaluar el proyecto y establecer cómo se llevaría a cabo para resolver el problema o atender la necesidad que le da origen.

Esta fase corresponde al estudio de factibilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos y tiene varias etapas

Plan de Marketing.- Describe la forma en que la empresa llegara a los clientes dentro de un mercado determinado en otras palabras como convencer a los clientes que utilicen el producto que se fabrica.

Proceso de Producción.- Es un procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos es decir en otras palabras es la transformación de una serie de materias primas, selección determinada de la tecnología que utilizara para la fabricación, la flexibilidad de los procesos y equipos para poder procesar los insumos por lo tanto ayudará a evitar los tiempos muertos.

**Pronostico de Ventas.-** Es la estimación de cuanto de un producto se venderá dentro de un mercado determinado en un periodo de tiempo y puede expresar en unidades o en dinero. (POSO, 2012 )

**Punto de Equilibrio.-** El punto de equilibrio representa el nivel o cifra de ventas que, para un precio determinado, ofrece cobertura a los costos fijos y variables; es decir las unidades vendidas por encima de ese punto constituyen beneficios para la empresa y por debajo constituirán pérdidas. Por tanto la empresa situándose en ese punto de cifra de ventas, permanece en equilibrio: ni gana ni pierde.

Este parámetro constituye un indicador de importancia primordial para el emprendedor, el punto de equilibrio se suele expresar en unidades de producto, pero también es habitual encontrarlo definido en términos de cifra global de ventas, esta modalidad es más aconsejable cuando la empresa vende diferentes tipos de productos. (Chain, 2012)

**Proceso.-** Son operaciones que realiza el personal utilizando la maquinaria para la elaboración del producto final.

**Productos.-** Son los bienes finales que se obtubieron del resultado del proceso de transformación.

**Residuos o Desechos.-** Consecuencia del proceso con o sin valor. (Chain, 2012)

**Segmentación de Mercados.-** Es la división de un mercado en varios grupos más pequeños con necesidades similares.

**Suministros.-** Recursos necesarios para realizar el proceso de transformación.

**Tamaño Óptimo de un Proyecto.-** Es la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año, se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

**Tasa Interna de Retorno (TIR).-** Evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales. (Chain, 2012)

Valor Actual Neto (VAN).- Plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados.

Disponibilidad de Insumos.- Se deduce del estudio de la existencia de la capacidad productiva en toda la cadena de abastecimiento y determinara en definitiva el costo al cual podrá adquirirlo el proyecto, si hay disponibilidad de materias primas, el precio al que podrá comprar será inferior al que lograría si no existiese disponibilidad

Búsqueda y definición del financiamiento: Se procede a la determinación del esquema de financiamiento más adecuado que conlleva a una optimización del retorno económico del proyecto.

Evaluación del proyecto: Examinar con determinados criterios los resultados de una acción o propósito por medio de la evaluación de inversiones y la evaluación financiera.

Ingeniería y construcción: Corresponde al periodo de diseño de ingeniería y arquitectura para la construcción de instalaciones así como el levantamiento mismo de las instalaciones hasta dejarlas listas para la instalación de los equipos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

Puesta en marcha y operación: El estudio de mercado para la justificación del proyecto, permite una confluencia de personas e instituciones en actitud de ofrecer o demandar bienes o servicios y de cuyas acciones surge la formación de un precio, en un lugar y a un determinado tiempo.

Existen cinco agentes que tiene influencia sobre las decisiones de mercado: Los proveedores, los competidores, los distribuidores, los consumidores y el mercado externo.

La viabilidad o no de un proyecto reside principalmente en el mercado consumidor, que será quien decida la adquisición del producto que genere la empresa creada por el proyecto.

Proceso de investigación de mercados: Para realizar una investigación de mercado se deben seguir ciertos pasos para cumplir con el objetivo que se busca con esta.

Primero se debe identificar y formular los problemas y las oportunidades con el fin de determinar cuál es la información necesaria y cómo puedo obtenerla de manera eficiente y eficaz. El objetivo de la investigación de mercados consiste en proporcionar información obtenida de investigaciones profundas para la toma de decisiones.

Seguido de este paso es necesario pasar a la creación del diseño de la investigación el cual es un plan que se va a seguir para cumplir los objetivos de investigación de mercados; estructura o marco para resolver un problema específico. Esto se puede hacer por medio de estudios descriptivos o estudios causales.

Después se pasa a la selección del método básico de investigación. Estas pueden ser:

Investigación por encuesta: Investigación en la cual el entrevistador interacciona con el entrevistado para obtener hechos, opiniones y actitudes.

Investigación por observación: Estudio descriptivo que vigila las acciones de los observados sin interactuar directamente con ellos.

#### Comercialización del Cuero Crudo

Las diversas formas o estados de comercialización en los que se puede encontrar al cuero dentro del comercio desde el inicio hasta el final de su cadena de valor es:

Cabe destacar que estos estados de comercialización no son los únicos pero si los que cubren la mayor parte de la comercialización del mercado mundial del cuero.

Cuero Crudo o Verde: Es el cuero fresco que el frigorífico entrega a la curtiembre, esta forma de comercialización obliga a la curtiembre a poner los cueros en proceso apenas llegan a ella o de lo contrario, arbitrar los medios como para conservarlos.

Existe la posibilidad que se arbitren los medios para una conservación temporaria sobre todo cuando el cuero debe recorrer largas distancias, así por ejemplo cueros frescos de muy alta calidad se envían de Alemania a Italia pretrinchados y enfriados.

**Cuero Salado:** Cuero tratado con sal con el objeto de preservarlo de la degradación bacteriana por períodos prolongados de tiempo y así poder comercializarlo o hacer stock en la misma curtiembre.

Esta forma de comercialización es una de las más antiguas de la industria y si bien trae aparejado grandes problemas, pues la sal (cloruro de sodio) que queda como residuo es muy difícil de disponer, todavía no ha podido ser desplazado como método a nivel mundial.

#### 1.6.4 Marco Referencial

Gráfico No. 3 Mapa Zona Centro del País

#### ZONA CENTRAL DEL PAÍS



**Gráfico No. 4 Regiones Naturales del Ecuador**



**Gráfico No. 5 Distribución por Zonas Económicas del Ecuador**



## **1.6.5 Marco Legal**

### **Constitución de la República del Ecuador**

#### **Derechos del Buen Vivir**

#### **Trabajo y Seguridad Social**

##### **Artículo 33.**

El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

#### **Sección novena**

#### **Personas Usuarias y Consumidoras**

##### **Artículo 52**

Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

##### **Artículo 54.**

Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la

descripción que incorpore.

## **Sistema Económico y Política Económica**

### **Artículo. 283**

El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

### **Artículo 284.**

La política económica tendrá los siguientes objetivos:

1. Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional.
2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad, sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la Integración regional.
3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética.
4. Promocionar la incorporación de valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.
5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la Integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural.

6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.
7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza.
8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.

### **Sección octava**

#### **Sistema Financiero**

##### **Artículo 311.**

El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro y micro, pequeñas y medianas empresas. Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria.

### **Capítulo sexto**

#### **Trabajo y Producción**

##### **Sección primera**

##### **Formas de Organización de la Producción y su Gestión**

##### **Artículo 319.**

Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la

naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda Interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

### **Artículo 320.**

En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

### **Plan Nacional del Buen Vivir**

Enfocado en un nuevo modo de generación de riqueza y búsqueda de redistribución de la misma con la intervención del Estado para lograr el Buen Vivir, y garantizar que se cumplan los derechos de la ciudadanía.

También tenemos como objetivo del Plan Nacional del Buen Vivir la erradicación de la pobreza de manera progresiva.

Se pretende la inversión para que se mantenga una economía sostenible y poder lograr el buen vivir.

### **Ley de Economía Popular y Solidaria**

La economía social y solidaria está basada en valores humanos y principios de solidaridad, que propugnan el reconocimiento de la otra persona como fundamento de la acción humana y eje de la renovación de la política, la economía y la sociedad. Incluye al conjunto de actividades y organizaciones de carácter comunitario, asociativo, cooperativo, mutualista y demás formas colectivas creadas para responder a las necesidades de empleo y de bienestar de los pueblos, así como a movimientos ciudadanos orientados a democratizar y transformar la economía.

### **La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor del Ecuador**

Establece los derechos que tiene toda persona natural o jurídica que adquiera,

utilice o consuma un bien o servicio determinado, así como las obligaciones de todo proveedor para garantizar los derechos del consumidor.

Existen derechos fundamentales para el consumidor, los cuales se pueden agrupar de la siguiente manera: El derecho a recibir productos y servicios de óptima calidad, garantizando la salud, vida, seguridad en el consumo y la satisfacción de necesidades fundamentales; el derecho a tener información veraz, adecuada, clara y completa sobre el bien o servicio que se ofrece; el derecho a la protección contra la publicidad engañosa y abusiva; y el derecho a una tutela efectiva para la protección de sus derechos y reparación de daños. (POSO, 2012 )

### **Requisitos legales específicos por actividad**

#### **Registro Sanitario:**

Todas las personas naturales o jurídicas o negocios que se encuentren dentro de la elaboración de procesos alimenticios, productos cosméticos y productos higiénicos deberán obtener el registro sanitario para poder comercializar sus productos.(Sánchez, 2008)

## **1.7 METODOLOGÍA**

Para el desarrollo de la investigación se utilizó varias herramientas que facilitaron la recopilación, análisis e interpretación de la información requerida para el presente trabajo.

### **1.7.1 Métodos**

Los métodos utilizados en la investigación fueron los analíticos y estadístico que me permitieron cuantificar y comparar situaciones respecto del proyecto de inversión para la comercialización del cuero crudo en las curtidurías de la zona central del País.

Esta investigación requirió la utilización de los siguientes métodos:

**Método Inductivo.** Se partió de hechos a investigar en los camales de las ciudades en las que se adquieren las pieles, lo cual permitió analizar el presente y proyectarlas al futuro.

**Método Deductivo.** Este método me permitió conocer la posible demanda de cueros crudos requeridos por las curtiembres de la localidad para luego definirlos en la propuesta.

**Método Analítico.** Porque se descompuso el problema en partes para una mejor comprensión, lo que facilitó observar, describir y hacer un examen crítico del tema de estudio.

### **1.7.2 Tipos de investigación**

Los tipos de investigación que se manejaron para el desarrollo de la presente proyecto fueron: bibliográfica, documental, de campo, histórica, descriptiva y explicativa.

Bibliográfica y documental se utilizó como una de las fases esenciales de toda investigación pues se analizó la información sobre el objeto de estudio a través de libros, tesis de grado referentes al tema en estudio, información de revistas

científicas e internet, en bibliotecas y centros de información, para conocer las contribuciones científicas del pasado y establecer diferencias y relaciones con el conocimiento actual.

La modalidad de campo se manejó para estudiar sistemáticamente los hechos en el lugar en el cual se producen, en este caso en las curtidurías de la localidad y de las ciudades donde se adquieren los cueros a través del contacto directo del investigador con la realidad y se recolectaron datos primarios referentes al tema de estudio, de acuerdo con la definición del universo de estudio y determinación del tamaño de la muestra, población a la que se aplicaron los instrumentos de investigación.

### **Histórica**

Se recopilaron los datos históricos relacionados con la producción y comercialización del cuero a nivel de la zona central del país.

Investigación exploratoria, se aplicó para identificarla posibilidad de crear una empresa comercial de cuero crudo que abastezca el mercado local y regional.

Investigación Descriptiva, detalló la relación de la empresa con los potenciales clientes que demandan el producto, los resultados obtenidos de la investigación fueron descritos tal como han sido manifestados por la población seleccionada (fuentes primarias) para la compilación de los datos formulados en los instrumentos de investigación.

Investigación Explicativa, se aplicó para establecer el grado de aceptación o no del producto dentro del proceso de comercialización a las empresas curtidoras y demandantes del cuero crudo que se estima ofertar; y, por otra parte determinar la factibilidad de ejecutar el proyecto.

### **Técnicas e instrumentos para la obtención de datos**

Se utilizó técnicas como entrevistas y encuestas, que me permitieron recoger las opiniones de los dueños de las curtiembres y en los camales de las provincias de la

región central del país.

### **Fuentes Primarias**

Encuestas a las personas encargadas en las empresas de escoger al proveedor de los artículos de cuero e información adicional de las principales empresas competidoras.

### **Fuentes secundarias**

Información sobre las principales empresas competidoras en este sector.

### **1.7.3 Universo y muestra**

La población definida para la presente investigación fueron los dueños de las curtidurías, jefes de comercialización, directivos y empleados así como los administradores de los camales.

<b>Cuadro No. 3 Curtiembres Zona Central del País</b>	
<b>PROVINCIAS</b>	<b>No.</b>
Tungurahua	40
Cotopaxi	2
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>

**Fuente:** Investigador

**Elaborado por:** Vidal Martínez

Para realizar la investigación de campo empleando la encuesta o entrevista se aplicará a todo el Universo por ser una población finita

### **1.7.4 Procesamiento de datos**

Para el procesamiento de la información se siguió las siguientes etapas:

- Recolección de la información a través de la encuesta o entrevista.
- Limpieza de la información defectuosa: contradictoria, incompleta y no pertinente.

- Vaciado de datos
- Tabulación o cuadros estadísticos según variables: manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados.
- Análisis e interpretación de resultados
- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de los resultados
- Establecimiento de las conclusiones y recomendaciones

El procesamiento de datos lo realice aplicando el paquete informático Excel para elaborar los cuadros con el análisis respectivo, de tal manera que al obtener los resultados con cuadros y gráficos se elaboraran las conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO II**

## 2.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS CURTIDURÍAS DE LA ZONA CENTRAL DEL PAÍS

### PREGUNTA No 1

¿USTED REQUIERE CUERO PARA SU NEGOCIO?

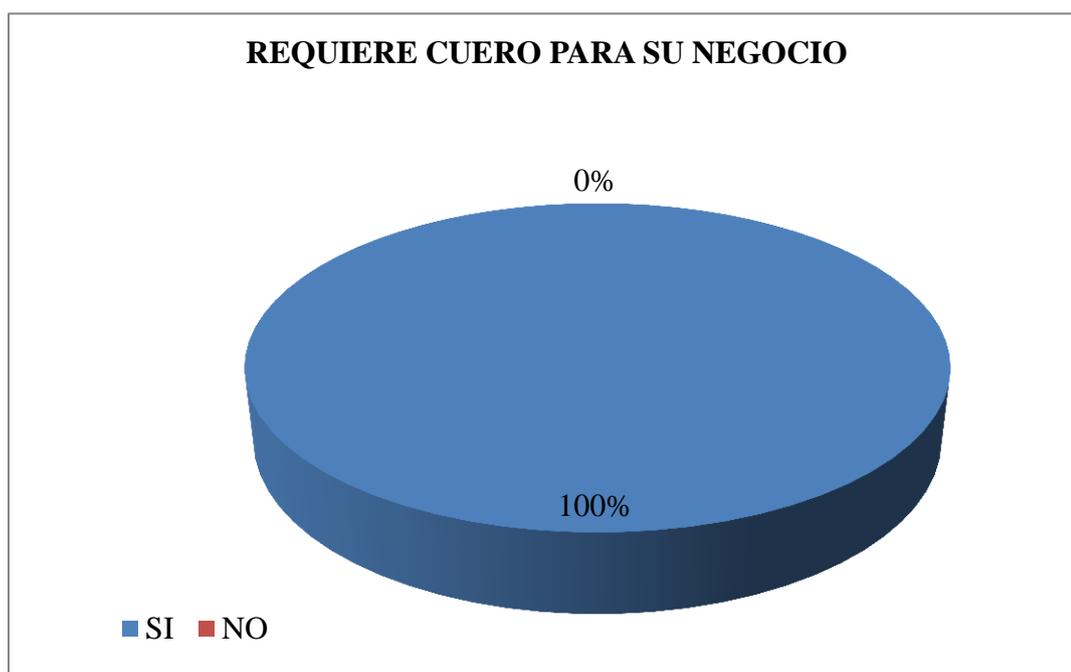
Cuadro No. 4 Requiere Cuero para su Negocio

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	42	100 %
No	0	0 %
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Vidal Martínez

Gráfico No. 6 Requiere Cuero para su Negocio



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** Todos los encuestados productores de curtiembres, pequeños artesanos, talabarteros y zapatero, manifestaron que requieren de cuero para su actividad industrial y microempresarial.

## PREGUNTA N° 2

### ¿QUÉ TIPO DE CUERO ADQUIERE?

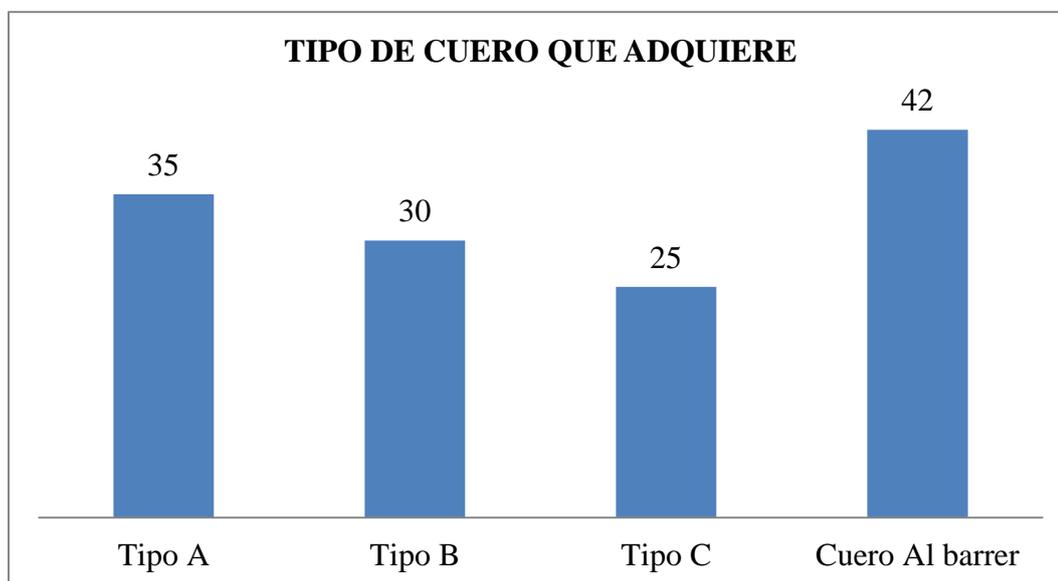
**Cuadro No. 5 Tipo de Cuero que adquiere**

OPCIÓN	NÚMERO
Tipo A	35
Tipo B	30
Tipo C	25
Cuero Al Barrer	42

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Vidal Martínez

**Gráfico No. 7 Tipo de Cuero que Adquiere**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** De los encuestados todos adquieren cueros crudos para su actividad y prefieren en orden de importancia Cueros al Barrer, Tipo A, Tipo B y Tipo C, ya que son de mejor calidad.

### PREGUNTA N° 3

#### ¿QUE CUERO ADQUIERE?

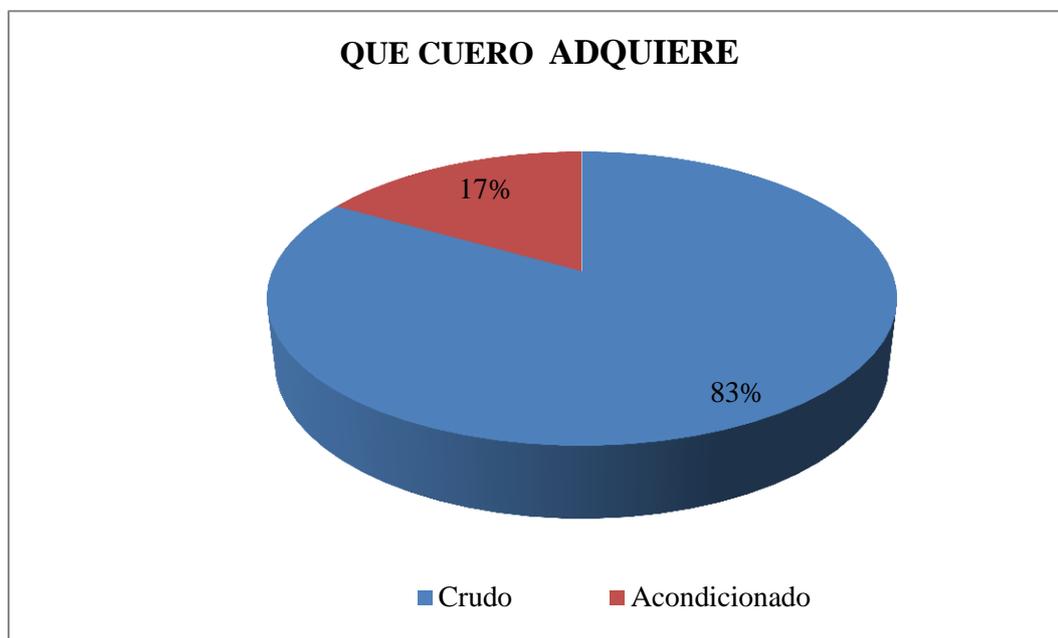
Cuadro No. 6 Que Cuero Adquiere

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Crudo	35	83 %
Acondicionado	7	17 %
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Vidal Martínez

Gráfico No. 8 Que Cuero Adquiere



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** El Cuero que adquieren los dueños o propietarios de negocios, es el Cuero Crudo en su gran mayoría, ya que en base del proceso de curtiembre lo procesan para su posterior traslado a la industria del calzado, marroquinería, etc.

#### PREGUNTA N° 4

#### ¿DÓNDE ADQUIERE EL CUERO CRUDO?

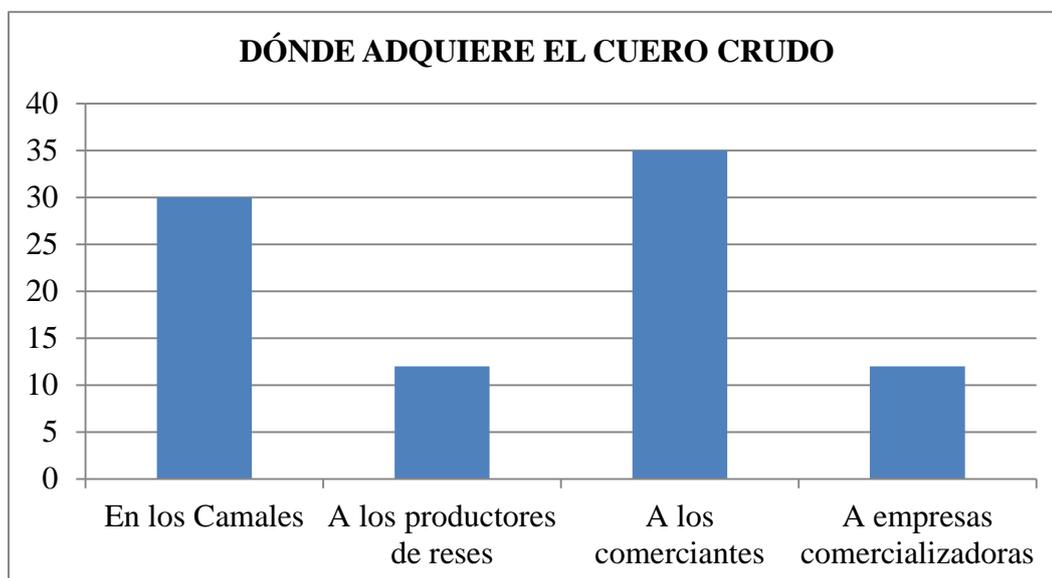
**Cuadro No. 7 Dónde adquiere el Cuero Crudo**

CONCEPTO	NÚMERO
En los Camales	30
A los productores de reses	12
A los comerciantes	35
A empresas comercializadoras	12

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado:** Vidal Martínez

**Gráfico No. 9 Dónde adquiere el Cuero Crudo**



**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado:** Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** En relación a donde adquieren los cueros, los productores se desplazan personalmente a los diferentes camales o buscan a los intermediarios o comerciantes, otros van directamente a las fincas a negociar con los hacendados y muy pocos utilizan las empresas comercializadoras de cueros

## PREGUNTA N° 5

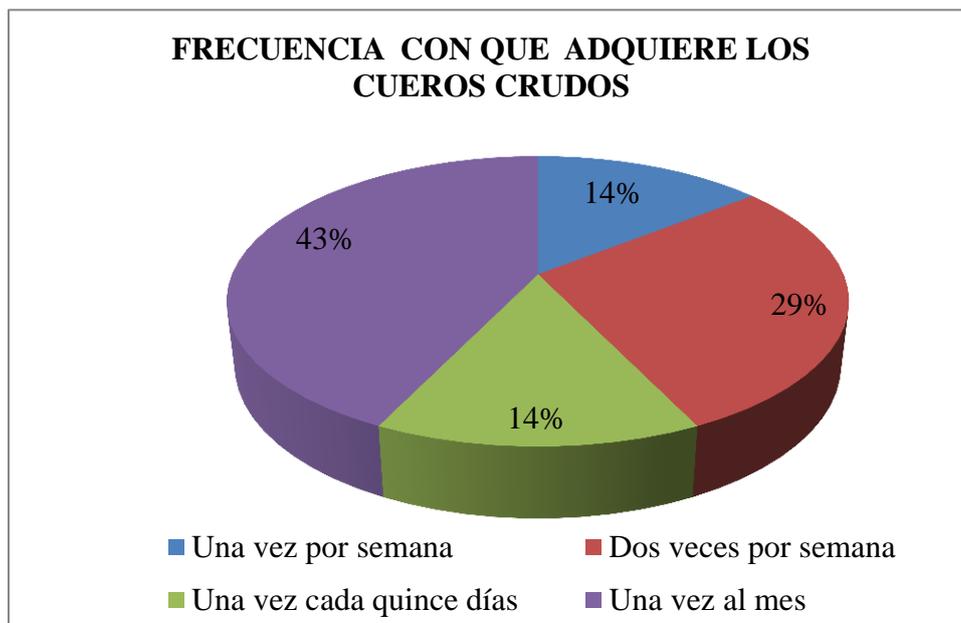
### ¿CON QUÉ FRECUENCIA ADQUIERE EL CUERO CRUDO?

**Cuadro No. 8 Frecuencia con que adquiere los Cueros Crudos**

OPCION	NUMERO	PORCENTAJE
Una vez por semana	5	14
Dos veces por semana	10	29
Una vez cada quince días	5	14
Una vez al mes	15	43
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100</b>

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Gráfico No. 10 Frecuencia con que adquiere los Cueros Crudos**



Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** Los encuestados adquieren los cueros crudos en forma mensual, dos veces a la semana o cada quince días, pero depende de las condiciones del mercado, toda vez que existe un crecimiento de la demanda en el sector de manufactura en productos de cuero, es por esta razón que las empresas curtidoras tienen la necesidad de adquirir con mayor frecuencia el producto

## PREGUNTA N° 6

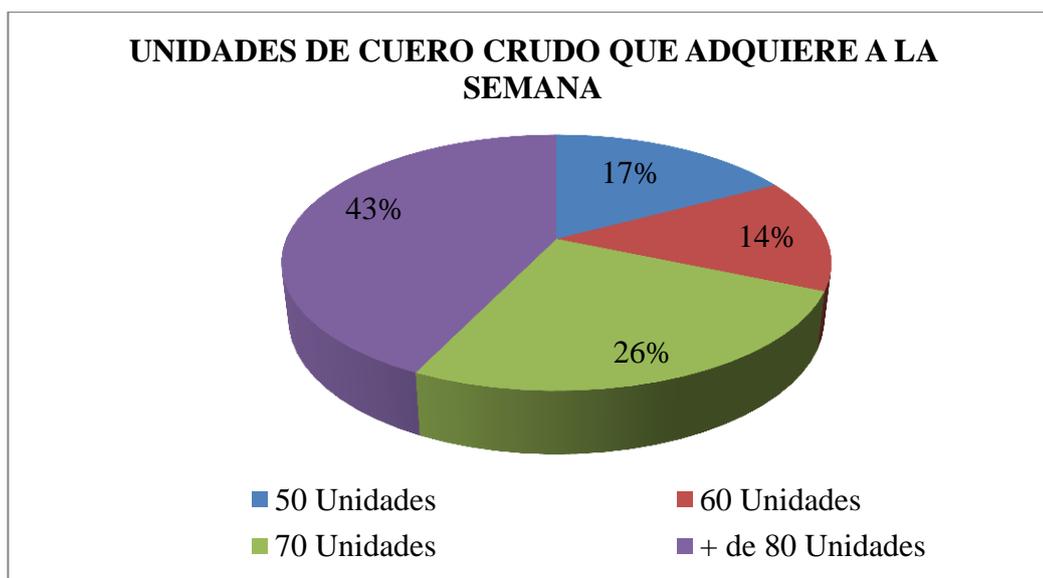
**¿CUÁNTAS UNIDADES DE CUERO CRUDO ADQUIERE PARA SU NEGOCIO?**

**Cuadro No. 9 Unidades de Cuero Crudo que adquiere a la semana**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
50 Unidades	6	17 %
60 Unidades	5	14 %
70 Unidades	9	26 %
+ de 80 Unidades	15	43 %
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Gráfico No. 11 Unidades de Cuero Crudo que adquiere a la semana**



Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** Existe una gran demanda de cuero por parte de los fabricantes de artículos de cuero, adquiriendo desde 50 hasta más de 80 unidades de cuero crudo

## PREGUNTA N° 7

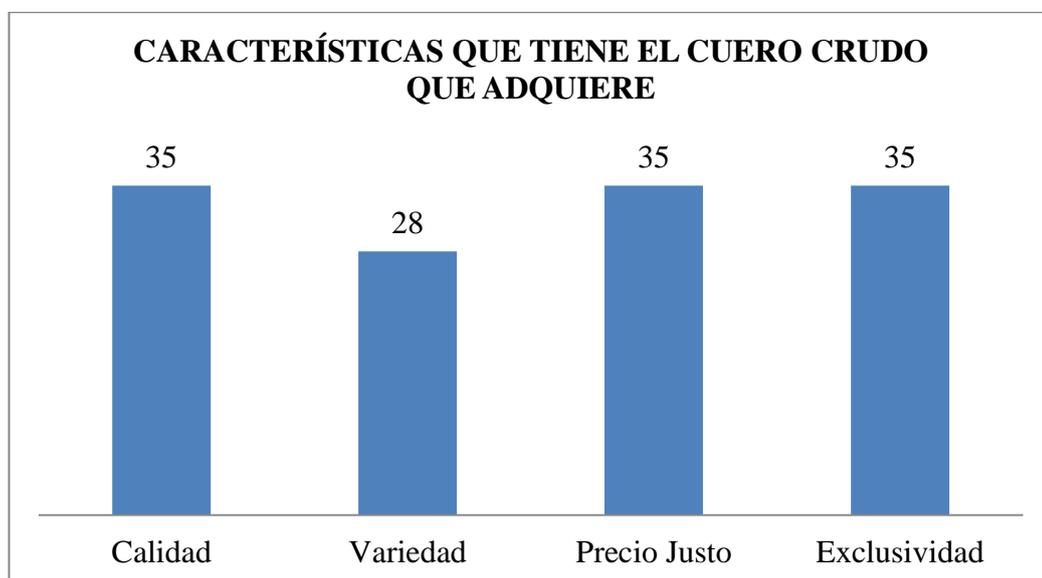
### ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE EL CUERO QUE ADQUIERE?

**Cuadro No. 10 Características que tiene el Cuero Crudo que adquiere**

CONCEPTO	NÚMERO
Calidad	35
Variedad	28
Precio Justo	35
Exclusividad	35

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Gráfico No. 12 Características que tiene el Cuero Crudo que adquiere**



Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** Del cien por ciento de los encuestados señalan que la calidad es la característica sobresaliente en la decisión de compra, a que de ella depende la presentación del producto final ante el mercado de consumidores; así también como segunda característica importante se encuentra la variedad, debido a que las exigencias del mercado y la variedad de necesidades, deseos y preferencias predisponen a la cadena de comercialización desde su inicio hasta el final contar con diferentes tipos de cuero; en tercer lugar se encuentra al precio como un factor importante al tener que encontrarse dentro de los parámetros de la competencia.

## PREGUNTA N° 8

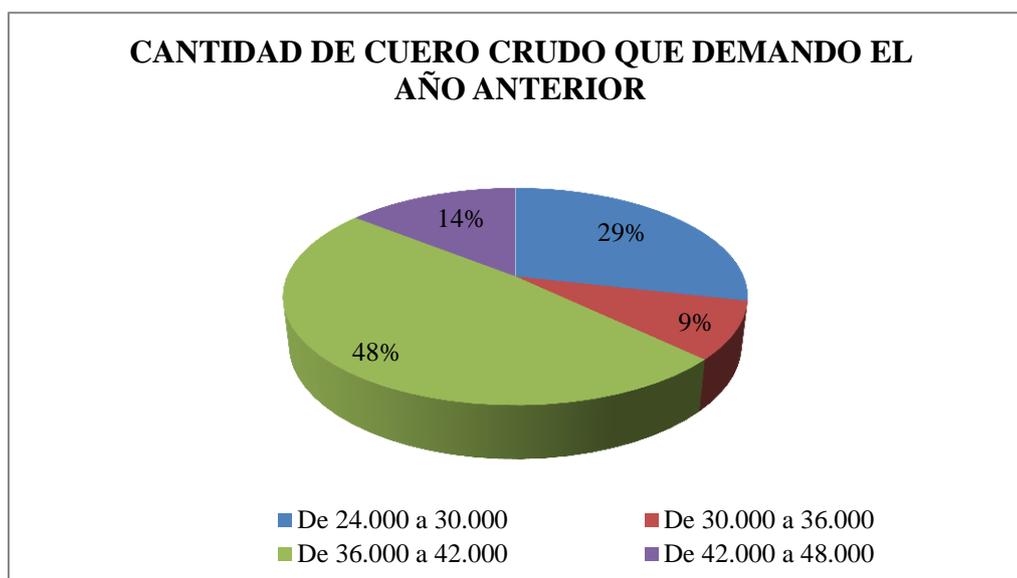
¿CUÁL FUE LA CANTIDAD DE CUERO CRUDO QUE DEMANDÓ EL AÑO ANTERIOR?

**Cuadro No. 11 Cantidad de Cuero Crudo que demandó el año anterior**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
De 24.000 a 30.000	10	29 %
De 30.000 a 36.000	3	9 %
De 36.000 a 42.000	17	49 %
De 42.000 a 48.000	5	14 %
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Gráfico No. 13 Cantidad de Cuero Crudo que demandó el año anterior**



Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** Del cien por ciento de los encuestados el 49 % asevera que su demanda anual de cuero durante el año anterior oscila de 36.000 a 42.000 unidades de cuero crudo, lo que equivale según la información obtenida a 3.500 unidades mensuales; seguida de un pequeño grupo de curtidores que definen su demanda anual del año 2012 entre las 42.000 a 48.000 unidades.

## PREGUNTA N° 9

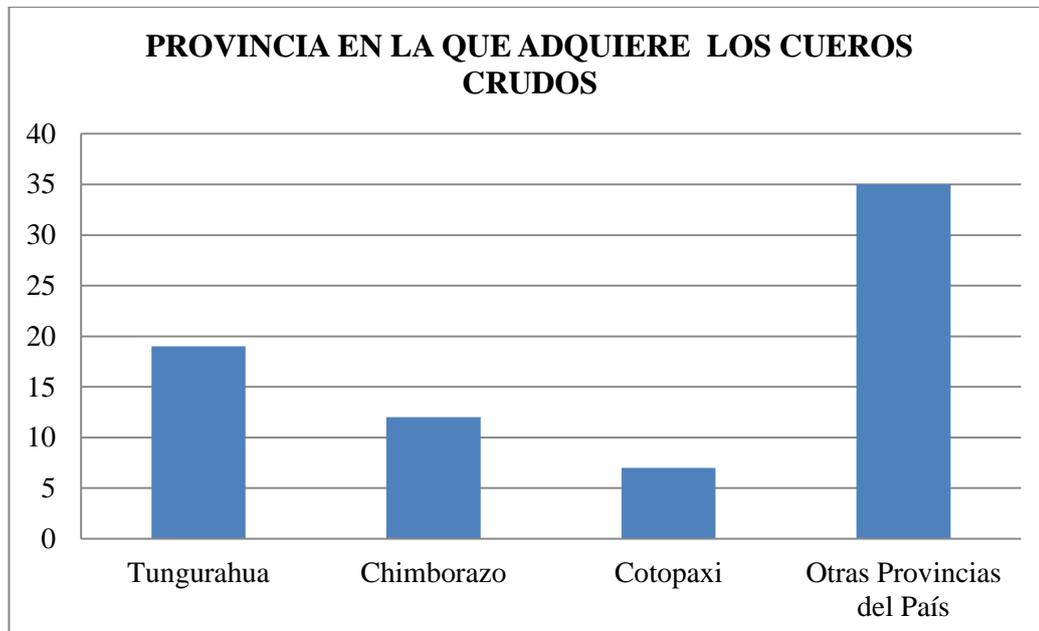
¿ EN QUE PROVINCIA ADQUIERE LOS CUEROS CRUDOS PARA SU NEGOCIO?

**Cuadro No. 12 Provincia en la que adquiere los Cueros Crudos**

CONCEPTO	NÚMERO
Tungurahua	19
Chimborazo	12
Cotopaxi	7
Otras Provincias del País	35

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Gráfico No. 14 Provincia en la que adquiere los Cueros Crudos**



Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** Del cien por ciento de los encuestados, la mayoría no se centra en una sola plaza sino que buscan camales o centros de faenamamiento de ganado a nivel nacional, puesto que encuentra la mayor cantidad de camales en todas las provincia del Ecuador, es así que tomando dicha acción se favorece una entrega más rápida, acciones de negociación más ágiles y mayor nivel de confianza.

## PREGUNTA N° 10

**¿CON CUÁNTOS PROVEEDORES DE CUERO CRUDO TRABAJA USTED?**

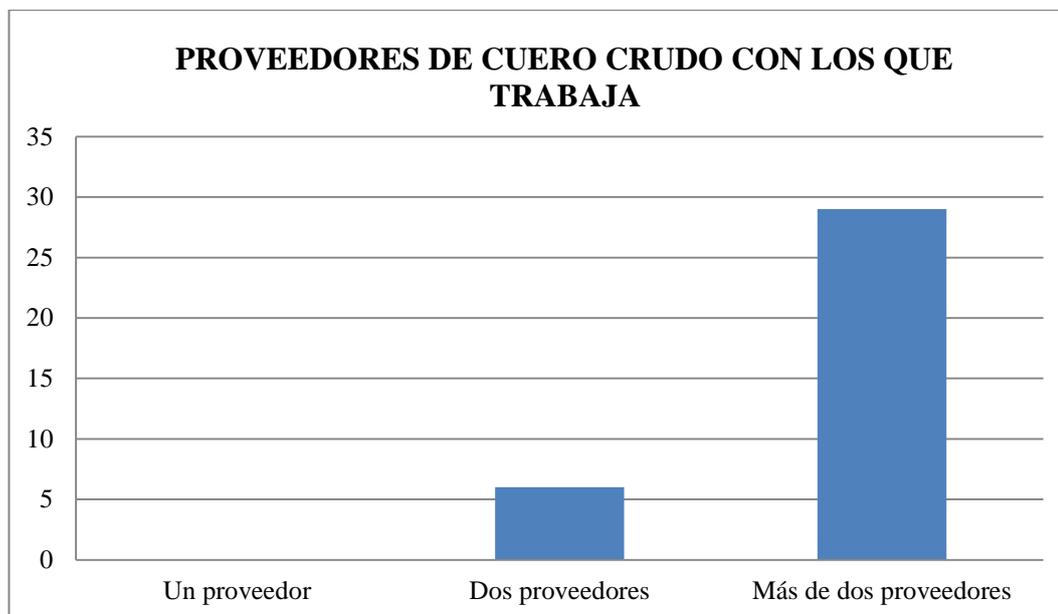
**Cuadro No. 13 Proveedores de Cuero Crudo con los que trabaja**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Un proveedor	0	0
Dos proveedores	6	17 %
Más de dos proveedores	29	83 %
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Vidal Martínez

**Gráfico No. 15 Proveedores de Cuero Crudo con los que trabaja**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** Los dueños o administradores de las empresas de curtiembres, trabajan con más de dos proveedores de cuero crudo para satisfacer su nivel de demanda; en tanto que otros trabajar con dos proveedores y se ve lo suficientemente abastecido para cumplir sus compromisos comerciales.

## PREGUNTA N° 11

**¿SE ENCUENTRA SATISFECHO CON EL SERVICIO QUE LE BRINDAN LOS COMERCIANTES DE CUEROS CRUDOS?**

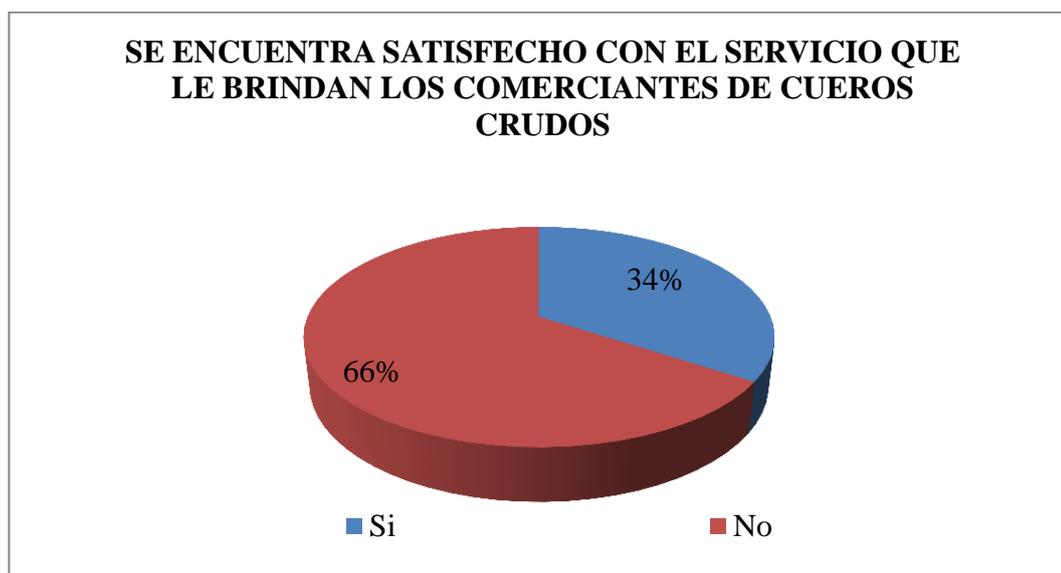
**Cuadro No. 14 Se encuentra satisfecho con el servicio que le brindan los comerciantes de Cueros Crudos**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	12	34 %
No	23	66 %
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100,00 %</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Vidal Martínez

**Gráfico No. 16 Se encuentra satisfecho con el servicio que le brindan los comerciantes de Cueros Crudos**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** Del cien por ciento de los encuestados el 34 % afirma encontrarse satisfecho con el servicio brindado por quienes les abastecen de unidades de cueros crudos, en términos de calidad, variedad, precio y basto conocimiento del producto y del mercado, lo cual favorece la relación de comercialización entre ambas partes, en tanto que el 66 % afirma no encontrarse satisfecho con el servicio por la oferta de otros proveedores en el mercado.

## PREGUNTA N° 12

### ¿LE GUSTARÍA TRABAJAR CON UNA NUEVA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE CUEROS CRUDOS?

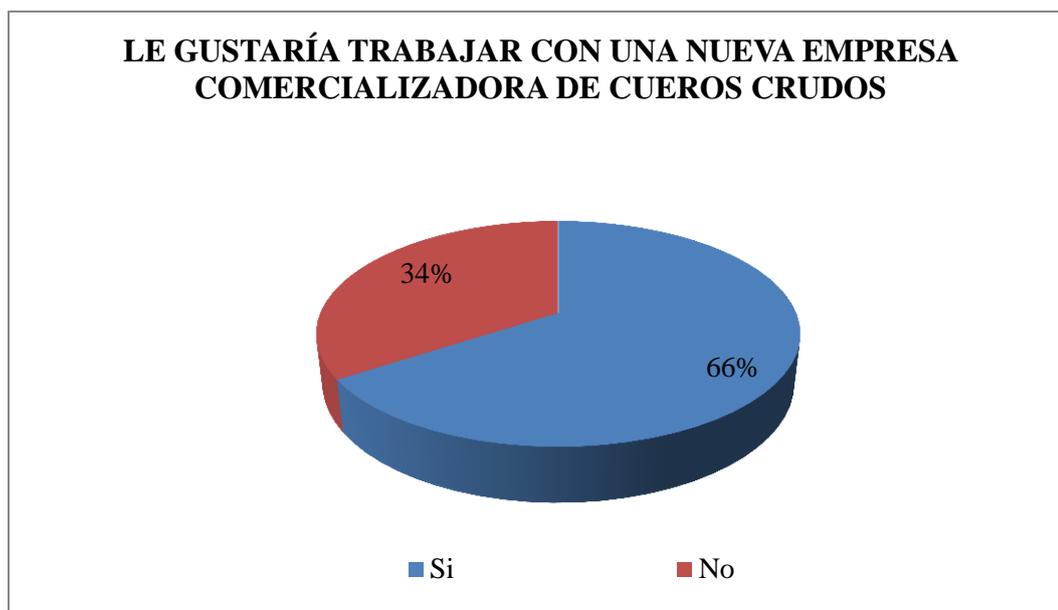
**Cuadro No. 15** Le gustaría trabajar con una nueva empresa comercializadora de Cueros Crudos

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	23	66 %
No	12	34 %
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100,00 %</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Vidal Martínez

**Gráfico No. 17** Le gustaría trabajar con una nueva empresa comercializadora de Cuerso Crudos



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** Correlativamente a la pregunta anterior, quienes están conformes con el servicio que reciben actualmente no van a cambiar de proveedor, en tanto que los descontentos, si van y les gustaría trabajar con una empresa comercializadora de cueros crudos.

### PREGUNTA N° 13

**¿CONSIDERA QUE EL PRECIO AL QUE LE OFERTAN EL CUERO CRUDO EN SU LOCAL ES COMPETITIVO EN EL MERCADO?**

**Cuadro No. 16** Considera que el precio al que le ofertan el Cuero Crudo en su local es competitivo en el mercado

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Sí	18	51 %
No	17	49 %
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100,00 %</b>

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Gráfico No. 18** Considera que el precio al que le ofertan el Cuero Crudo en su local es competitivo en el mercado



Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** Del cien por ciento de los encuestados el 51 % consideran que el precio de venta de cuero crudo ofertado actualmente para la comercializadora es competitivo.

#### PREGUNTA N° 14

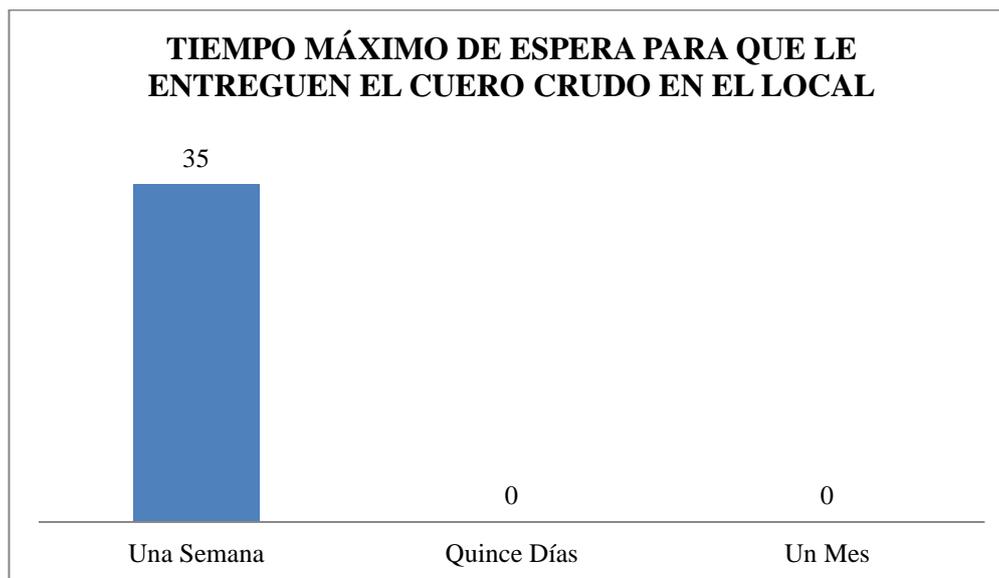
**¿CUÁL CONSIDERA ES EL TIEMPO MÁXIMO DE ESPERA PARA QUE LE ENTREGUEN EL CUERO CRUDO EN EL LOCAL?**

**Cuadro No. 17 Tiempo máximo de espera para que le entreguen el Cuero Crudo en el local**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Una semana	35	100%
Quince días	0	0
Un mes	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Gráfico No. 19 Tiempo máximo de espera para que le entreguen el Cuero Crudo en el local**



Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** Respecto del tiempo necesario para la entrega de los cueros crudos, el cien por ciento o todos los encuestados coincide en que el tiempo máximo de entrega a las curtidorías es de una semana, ya que es un producto de alta rotación, requerido continuamente en las diferentes empresas y negocios de manufactura para la venta de cada uno de los productos que se expenden en el mercado.

## PREGUNTA N° 15

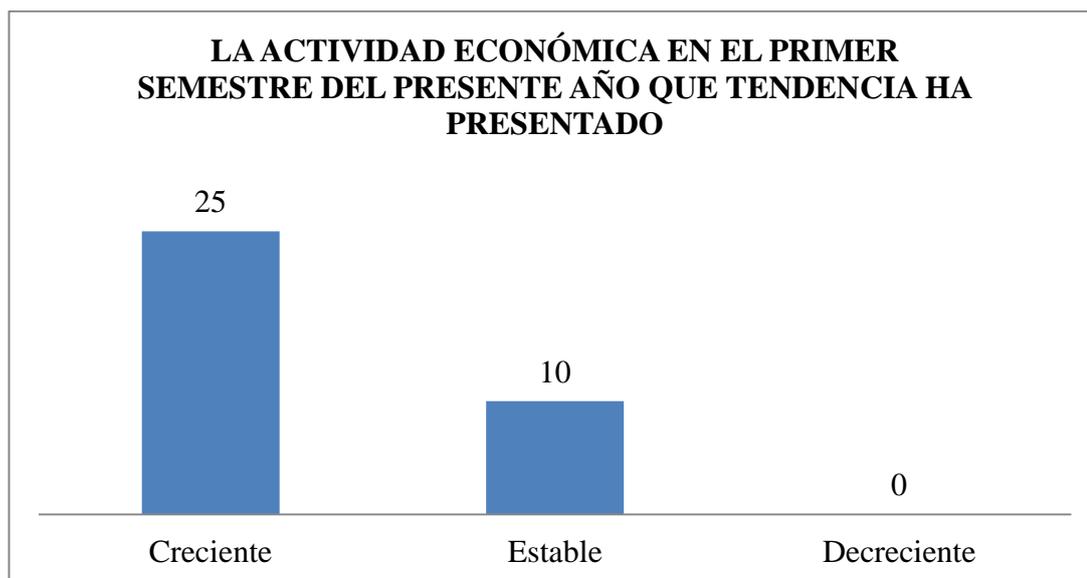
### ¿LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL PRIMER SEMESTRE DEL PRESENTE AÑO QUE TENDENCIA HA PRESENTADO?

**Cuadro No. 18 La actividad económica en el primer semestre del presente año que tendencia ha presentado**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Creciente	36	97,30%
Estable	1	2,70%
Decreciente	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Gráfico No. 20 La actividad económica en el primer semestre del presente año que tendencia ha presentado**



Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

**Análisis e Interpretación:** Para los encuestados, a la mayoría el negocio durante el primer semestre del presente año les ha ido bien, mostrado una tendencia creciente de ventas, lo que estimula la actividad de este sector económico del país, en cambio para otros ha sido estable.

## **2.2 CONCLUSIONES**

- La industria de comercialización y curtido del cuero crudo es de gran aporte a la estabilidad de la economía nacional ya que cuenta con una alta rotación del producto y es un negocio rentable por su amplia gama de uso en el desarrollo de una gran variedad de productos terminados dirigidos al consumidor final.
- Para los comercializadores de cuero es imperante contar con la calidad y variedad de cuero crudo demandados por las curtidoras de la zona central del país.
- El precio de venta ofertado es altamente competitivo en relación a otras comercializadoras presentes en el mercado.
- Cerca del cien por ciento de las curtidurías encuestadas tiene la necesidad de trabajar con más de dos proveedores para abastecer satisfactoriamente su nivel de demanda, siendo esta a su vez una tendencia que va en crecimiento a lo largo de los años.

### **2.3 RECOMENDACIONES**

- Impulsar la investigación nuevas aplicaciones de cuero crudo y nuevos productos que puedan comercializarse con esta materia prima para potencializar el crecimiento de esta actividad económica a través de ANCE.
- Los comerciantes de cuero deben identificar a la competencia en temas de calidad, variedad y precio de cuero crudo en el mercado, para contar con información suficiente en la toma de acciones correctivas y acciones estratégicas empresariales, a fin de lograr una ventaja competitiva importante.
- Identificar nuevos mercados y proveedores de materia prima, cuero para ofertar a los productores de cuero.

## **CAPÍTULO III**

## **3.1 ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.1.1 Definición del producto**

Material translúcido u opaco elaborado a partir de cueros bovinos, por secado del cuero apelmbrado y descarnado, que no ha sido sometido a proceso alguno de curtición. (FRANKEL, 2009)

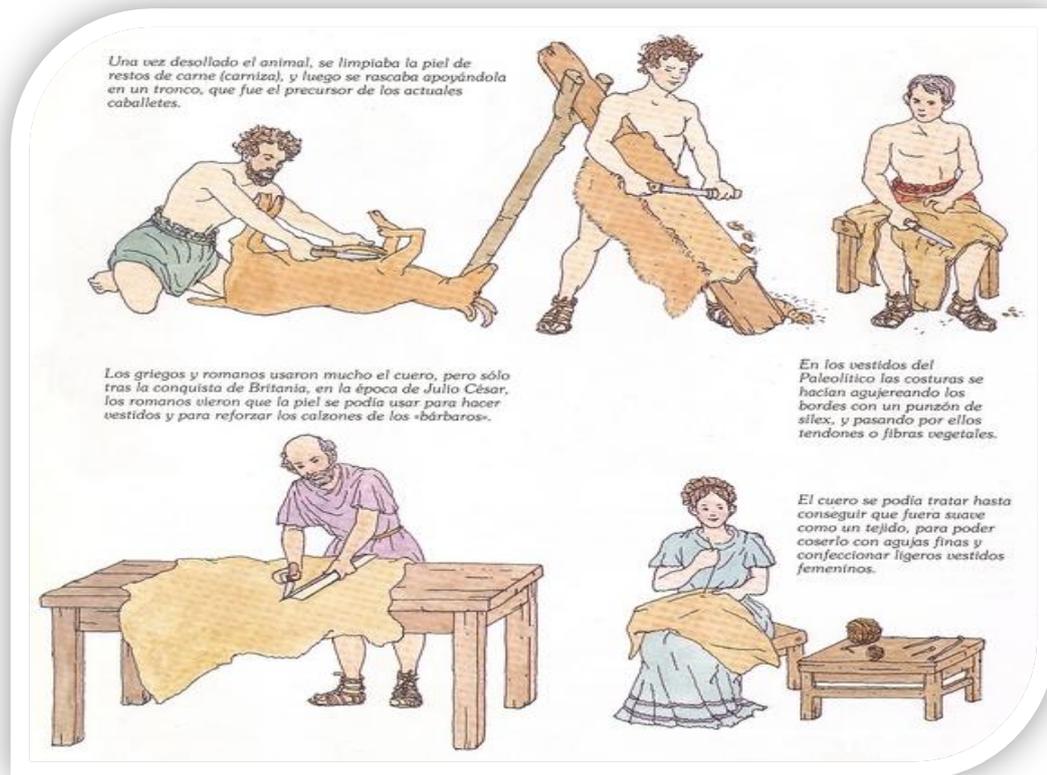
La obtención del cuero crudo se da después del sacrificio de los animales para la producción en la curtiembre y la principal materia prima es la piel cruda de origen vacuno.

El cuero crudo es la piel que no ha sido curtida, cuando la piel del animal es removida tan pronto como este muere, esta es la mejor piel para la comercialización

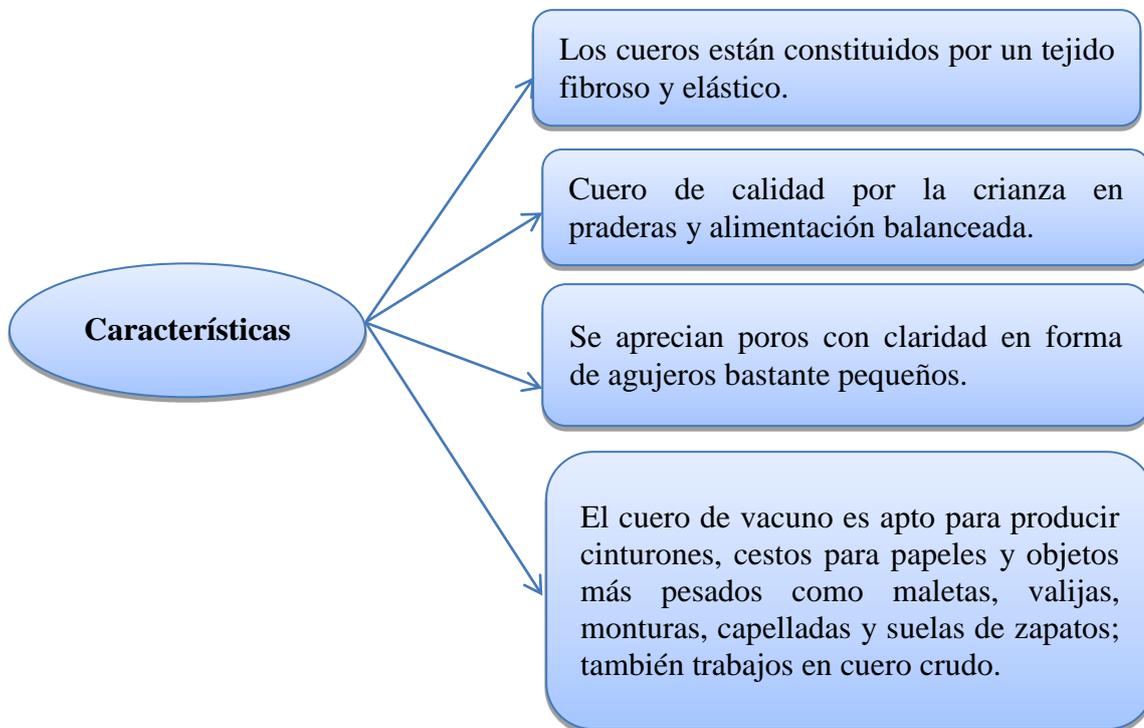
Entre sus múltiples usos, el cuero crudo puede ser utilizado para crear lazos, sillas de montar, herramientas para la ganadería o para los caballos e incluso como parches para tambores, chompas, bolsos, pantalones y para calzado.

El cuero crudo se adquiere en los camales distribuidos en todo el país, en la ciudad de Ambato se cuenta con el Camal Municipal, ubicado en la Calle F S/N y Parque Industrial, Etapa 1, lugar donde se obtiene el cuero crudo para su posterior comercialización.

Las pieles que más interesan por su volumen de faenamiento son las vacunas, tanto en frescas como conservadas, los cueros una vez industrializados dan un corte y grano finos, de buenas características como para destinarlos a confecciones exquisitas; los vacunos jóvenes otorgan cueros superiores que los animales más viejos.



### Características del Cuero Crudo



El cuero vacuno tienen sus singularidades, según estudios y dependiendo del ejemplar sacrificado, raza, alimentación y cuidado, el tamaño promedio es de 50 pies cuadrados, 4,64 metros cuadrados del cuero de la vaca

### 3.1.2 Análisis de la Demanda y Proyecciones

La demanda de cuero crudo en el Ecuador presenta una tendencia creciente en el mercado, constituyéndose como una actividad económica consolidada con gran potencial de expansión y crecimiento, así lo demuestran los resultados evolutivos desde el año 2006 hasta el año 2012 del PIB Manufacturero, área en la cual se encuentra inmiscuída todo lo que corresponde a marroquinería y demás confecciones y productos elaborados con cuero a nivel nacional.

<b>Cuadro No. 19 P.I.B. Millones de dólares de 2007</b>	
<b>Fecha</b>	<b>PIB AGROPECUARIO</b>
2006	4.004.098
2007	4.174.664
2008	4.208.926
2009	4.331.942
2010	4.378.067
2011	4.578.532
2012	4.581.167

Fuente: INEC.

Elaborado: Vidal Martínez

Sin embargo de ello para obtener la demanda de cuero crudo aplicable al presente proyecto en la ciudad de Ambato, se utilizó como fuente de información los resultados de las encuestas realizada a los clientes en el sector, con base en las siguientes preguntas y que poseen Curtiembres, Curtidurías, así:

**PREGUNTA N° 1**

**¿USTED REQUIERE CUERO PARA SU NEGOCIO?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	42	100 %

**PREGUNTA N° 3**

**¿ QUE CUERO ADQUIERE?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Crudo	35	83 %

**PREGUNTA N° 11**

**¿SE ENCUENTRA SATISFECHO CON EL SERVICIO QUE LE BRINDAN LOS COMERCIANTES DE CUEROS CRUDOS?**

<b>CONCEPTO</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
No	23	66 %

**PREGUNTA N° 12**

**¿LE GUSTARÍA TRABAJAR CON UNA NUEVA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE CUEROS CRUDOS?**

**TABLA N° 12**

<b>CONCEPTO</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	23	66 %

Tabulados los datos de las 4 preguntas, la sumatoria total será de 3145 % y su promedio del 78,75 %; este porcentaje lo multiplicamos por el Universo y obtenemos el Mercado Meta del proyecto, dato que lo mencionamos en el capítulo anterior.

## ESTUDIO DE LA DEMANDA

### MERCADO META

<b>POBLACIÓN EN ESTUDIO</b>	<b>% PROMEDIO</b>	<b>MERCADO META</b>
35	78,75 %	28
<b>TOTAL</b>		<b>28</b>

Los 28 serían los propietarios o dueños de las curtiembres que demandan o necesitan cueros crudos y al realizar este análisis se convierten en los posibles demandantes y nuestro mercado meta.

Del mercado meta determinamos la frecuencia o las veces que adquieren los productos, por lo que de acuerdo a la pregunta No 5, los resultados serán los mismos de la pregunta:

<b>OPCIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Una vez por semana	5	14
Dos veces por semana	10	29
Una vez cada quince días	5	14
Una vez al mes	15	43
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100</b>

En esta pregunta, según se puede apreciar, el mercado meta tiene una participación de una vez por semana, dos veces por semana, una vez cada quince días y una vez al mes, por lo que debemos cuantificar el mercado meta en forma anual y cuantificar, así:

<b>CONCEPTO</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>NÚMERO ANUAL</b>
Una vez por semana	4	204
Dos veces por semana	8	844
Una vez cada quince días	4	102
Una vez al mes	12	144
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>1295</b>

Si incluimos en nuestro cálculo la variable unidades de cuero crudo que adquieren, se tendría la Demanda Actual, así:

<b>CONCEPTO</b>	<b>NÚMERO ANUAL</b>	<b>TOTAL UNIDADES ANUAL</b>
50 Unidades	204	10192
60 Unidades	844	50669
70 Unidades	102	7134
Más de 80 Unidades	144	11558
<b>TOTAL</b>	<b>1295</b>	<b>79554</b>

De acuerdo a los cálculos realizados, al año demandaran los posibles dueños de las curtiembres 79554 unidades de cueros crudos.

### **PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

Para proyectar y calcular la demanda futura, debemos recurrir a la fórmula del monto, pues contamos con la Demanda Actual o de un año y no poseemos datos de una serie histórica continúa, de tal manera que aplicaremos esta fórmula con una tasa de interés o de actualización del 1,52 % anual, que es la tasa de crecimiento poblacional al año 2015 y el proyecto se relaciona con el aumento de la demanda o población, como se especifica a continuación: (dato del Gobierno Central y tomado del INEC), así:

La fórmula del monto es:  $M = C (1+i)^n$

Esta fórmula la adaptamos a la Demanda Futura quedando de la siguiente manera:

$$DF = DA (1+i)^n$$

DF =	Demanda Futura
DA =	Demanda Actual
1 =	Constante
i =	% de crecimiento poblacional (1,52%)
n =	# de años

## PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑOS	DEMANDA FUTURA
2015	79.554
2016	80.763
2017	81.990
2018	83.237
2019	84.502
2020	85.786

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado:** Vidal Martínez

### 3.1.3 Análisis de la Oferta y Proyecciones

Ecuador produce alrededor de 350 mil unidades de cueros al año, más del 90% de la demanda es el mercado interno de calzado y marroquinería, especialmente en las provincias de Tungurahua, Pichincha, Azuay, Chimborazo, Imbabura y Guayas; y, menos del 10% es para exportación, principalmente en producto intermedio no con mayor elaboración.

Son pocas las empresas que han incursionado en el mercado internacional, la materia prima principal (cuero crudo) la obtienen dentro del país, principalmente de ganado de la sierra, mientras que entre un 20% y 30% de producto es importado.

De la misma forma que la demanda, la oferta de cuero crudo ha ido evolucionando positivamente en el tiempo, pero a la fecha actual Abril del 2015, el Gobierno ha decretado una serie de medidas para restringir las importaciones y proteger a la industria local, de tal manera que la oferta de este tipo de productos pagará un

45 % de impuestos

En la provincia de Tungurahua el total de ganado vacuno ofertado de acuerdo al siguiente cuadro es de 151.258 cabezas, de las que 55.299 pertenecen a machos y

95.960 a hembras, el detalle de lo expuesto se encuentra a continuación:

El cuadro a continuación corresponde al Plan de Mejora Competitiva de Cuero y Calzado, del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad a Julio 05 de 2013.

Si los 151.258 cabezas de ganado vacuno lo multiplicamos por los 4,64 metros cuadrados del cuero que posee un ejemplar promedio, se tendría 701.837 metros cuadrados de cuero crudo, pero no todos se dedican a criar y sacrificar al ganado; de allí que la oferta lo calcularemos en base del siguiente análisis:

Si bien existen productores de ganado que llevan directamente al camal. Aquí venden también el cuero, en cambio los comerciantes son los que se desplazan a distintos camales del país, adquieren los cueros crudos y los comercializan en las curtiembres, por lo que tienen que estar pendientes de este sistema de comercialización o contratar por anticipado las entregas.

<b>EXISTENCIA DE GANADO VACUNO POR SEXO Y EDADES, SEGÚN RAZAS</b>										
<b>RAZAS DE GANADO VACUNO</b>		<b>TOTAL</b>	<b>NÚMERO DE MACHOS</b>				<b>NÚMERO DE HEMBRAS</b>			
			<b>TOTAL MACHOS</b>	<b>De menos de 1 año de edad (Terneros)</b>	<b>De 1 año a menos de 2 años de edad (Toretos)</b>	<b>De 2 o más años de edad (Toros)</b>	<b>TOTAL HEMBRAS</b>	<b>De menos de 1 año de edad (Terneras)</b>	<b>De 1 año a menos de 2 años de edad</b>	<b>De 2 o más años de edad</b>
<b>TOTAL TUNGURAHUA</b>	Cabezas	151.258	55.299	25.354	15.924	14.020	95.960	18.743	16.391	60.826
<b>Criollo</b>	Cabezas	126.742	49.519	22.740	14.456	12.323	77.223	15.538	13.004	48.681
<b>Mestizo sin registro</b>	Cabezas	23.101	5.745	2.607	1.467	1.671	17.356	2.997	3.108	11.251
<b>Mestizo con registro</b>	Cabezas	756	*	.	.	*	753	84	162	507
<b>Pura sangre leche</b>	Cabezas	437	22	*	*	18	414	85	77	252
<b>Pura sangre doble</b>	Cabezas	223	*	*	*	*	214	39	40	135
<b>* Dato oculto en salvaguarda de la confidencialidad individual y confiabilidad estadísticas</b>										
<b>III CENSO NACIONAL AGROPECUARIO-DATOS</b>		<b>Tungurahua</b>								
<b>ECUADOR</b>										
<b>INEC-MAG-SICA</b>										

Realizado el análisis de la Demanda y su proyección, a continuación se debe realizar el análisis de la Oferta en las mismas condiciones y con base en la investigación de campo y respuestas emitidas en la encuesta, así:

**PREGUNTA N° 11**

**¿SE ENCUENTRA SATISFECHO CON EL SERVICIO QUE LE BRINDAN LOS COMERCIANTES DE CUEROS CRUDOS?**

**TABLA N° 11**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	12	34 %

**PREGUNTA N° 12**

**¿LE GUSTARÍA TRABAJAR CON UNA NUEVA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE CUEROS CRUDOS?**

**TABLA N° 12**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
No	12	34 %

**TOTAL PORCENTAJES 100 %**

**PROMEDIO PORCENTUAL DE LAS PREGUNTAS 50 %**

**CALCULO DE LA OFERTA ACTUAL**

Este porcentaje obtenido de las respuestas de las preguntas No 11 y 12, lo multiplicamos por la Demanda Actual, obteniendo el siguiente cuadro:

CONCEPTO	NÚMERO
DEMANDA ACTUAL	79.554
PORCENTAJE PROMEDIO	50 %
TOTAL OFERTA ACTUAL	39.777

Se debe también considerar que los propietarios de las curtiembres trabajan con más de dos proveedores y que se encuentran no solo en la provincia de Tungurahua sino en el resto del país donde existen camales para el faenamiento de ganado.

### PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Utilizaremos para proyectar la oferta futura, la misma metodología y fórmula con que calculamos la Demanda, así:

La fórmula del monto es:  $M = C (1+i)^n$ ; esta fórmula la adaptamos a la Oferta Futura quedando de la siguiente manera:

**Cuadro No. 20 Oferta Futura -  $OF = OA (1+i)^n$**

OF =	Oferta Futura
OA =	Oferta Actual
1 =	Constante
i =	% de crecimiento poblacional (1,52%)
n =	# de años

### PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	OFERTA FUTURA
2015	39.777
2016	40.381
2017	40.995
2018	41.618
2019	42.251
2020	42.893

**Fuente:** Investigación de campo.  
**Elaborado:** Vidal Martínez

### 3.1.4 Análisis de la Demanda Insatisfecha y Proyecciones

Restando la Demanda Actual y Proyectada de la Oferta Actual y Proyectada obtenemos la Demanda Insatisfecha Actual o lo que requieren los curtidores para sus negocios en la ciudad de Ambato.

**Cuadro No. 21 DEMANDA INSATISFECHA AL AÑO 2015**

Concepto	Año 2015		
	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
Número de Piezas	79.554	39.777	39.777

El mismo procedimiento lo realizamos para la Demanda Insatisfecha Futura, así:

**Cuadro No. 22 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

Años	Demanda Insatisfecha Futura		
	Demanda Futura	Oferta Futura	Demanda Insatisfecha
2016	80.763	40.381	40.381
2017	81.990	40.995	40.995
2018	83.237	41.618	41.618
2019	84.502	42.251	42.251
2020	85.786	42.893	42.893

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado:** Vidal Martínez

### 3.1.5 Análisis de precios

Las pieles o cueros crudos del ganado vacuno son adquiridas en el Camal Municipal de Ambato previo a la comercialización con las curtiembres, por lo que la ingeniera Adela Ortiz Directora del Camal Municipal informó sobre el incremento notablemente de faenamientos de ganado vacuno por año, índice que continua con una alta proyección, de acuerdo a las estadísticas en el año 2011 se registraron 34.964 faenamientos y en el 2012, 37.164 reses; lo que representa un 6,30 % de incremento anual.

En lo que va del presente año se mantiene un incremento importante en cantidad de reses faenadas de casi un 9 %, lo que hace prever que nuevamente se superara la cantidad del año anterior.

El Camal Municipal brinda servicios de faenamientos de bovinos, ovinos, porcinos y adicionalmente el de reinspecciones veterinarias, permisos para la carnetización y venta de subproductos.

Para este año registra el presupuesto más alto de su historia que supera el \$1'853.000 dólares, lo que demuestra su crecimiento y permite ampliar sus servicios y campo de acción.

En el campo de la comercialización de cuero crudo el costo de adquisición bordea en promedio los 10 dólares por unidad de piel y el precio promedio de venta por unidad es de 12 dólares, el mismo que se encuentra ya establecido por el mercado, con un margen de utilidad del 20%.

**Precio de venta = Costo de adquisición \* Margen de Utilidad**

**Precio de venta = 10 usd. \* 20%**

**Precio de venta = 13 usd.**

Pero se debe señalar que ante el crecimiento de comerciantes y disminución del número de pieles, nos hemos visto el grupo familiar a desplazarnos a otros camales del país como Santo Domingo, Portoviejo, Tena, Lago Agrio o

Shushufindi, en la que los costos suben un 20 a 30% más.

Lo que realmente favorece al proyecto es la aplicación de las encuestas dirigidas a los clientes actuales y potenciales que mencionan en la pregunta No 13 que consideran al precio ofertado como competitivo y atractivo en el mercado, razón por la cual cuenta con un gran potencial de crecimiento.

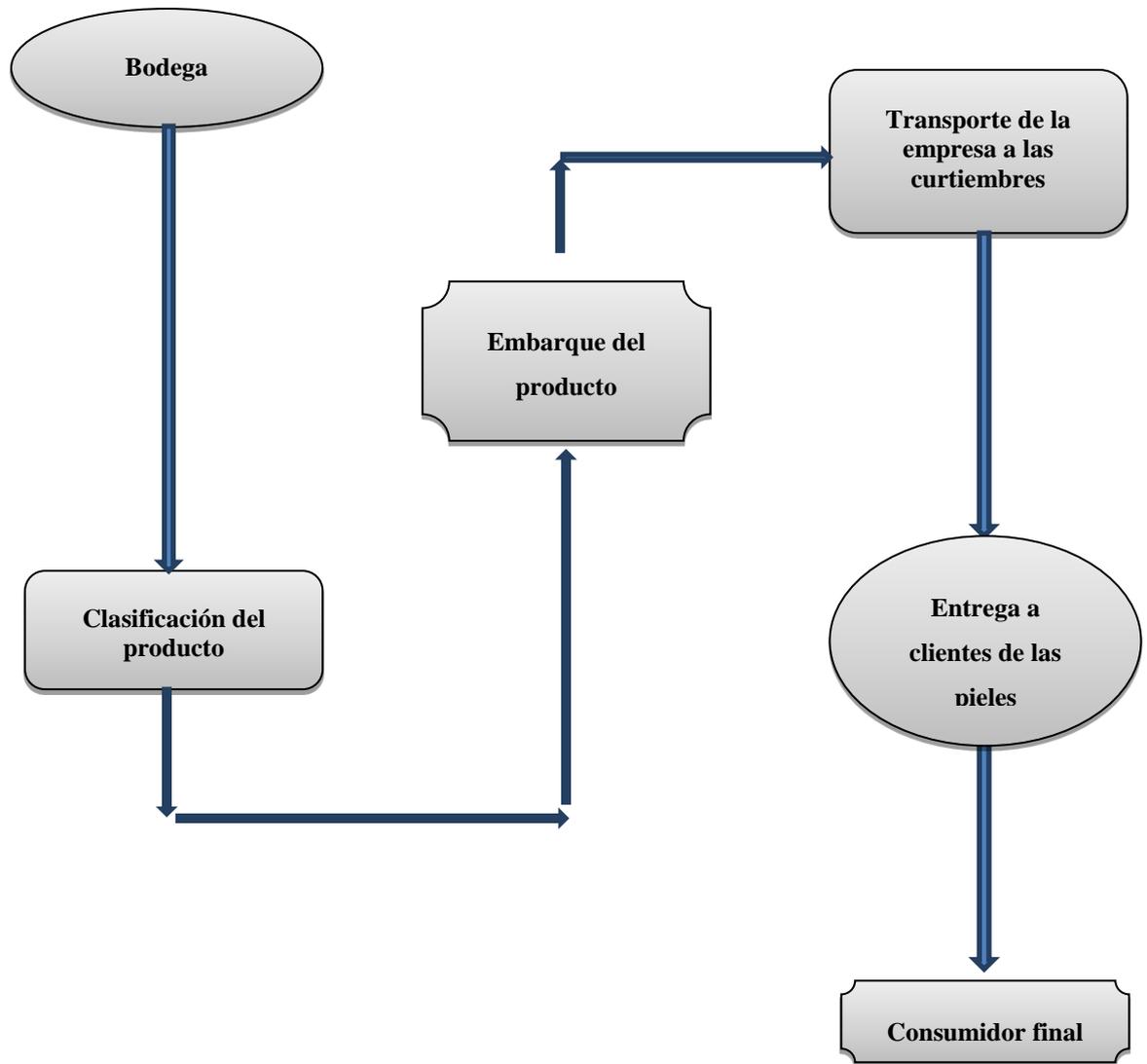
### **3.1.6 Análisis de la comercialización**

La cadena de comercialización es un canal largo, donde intervienen varios intermediarios: como productor, canal, comercializador, curtidor, manufacturero, y consumidor final del producto elaborado, este canal es típico de casi todos los productos de consumo, especialmente productos de conveniencia o de compra frecuente.

Algunas de las funciones que se desarrollada como intermediario son:

- Investigación: Recabar información necesaria para planear y facilitar el intercambio.
- Contacto: Encontrar a compradores potenciales y comunicarse con ellos.
- Negociación: Encontrar un precio mutuamente satisfactorio a fin de que se efectúe una transacción de ganar-ganar.
- Distribución física: Transportar y almacenar la materia prima.
- Aceptación de riesgos: Supone realizar las funciones propias del canal de distribución.

## CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Elaborado: Vidal Martínez

## **3.2 ESTUDIO TÉCNICO**

### **3.2.1 Tamaño**

Se va a conformar una empresa de tipo familiar, para la comercialización de cuero crudo, por lo que el tamaño será pequeña y su accionar se centrará en las provincias de Tungurahua y Cotopaxi, provincias con mayor número de demanda del cuero crudo, sin embargo se ampliara hacia otras provincias como Santo Domingo, Chimborazo y cierto sector del Oriente como Lago Agrio, Shushufindi, Aguarico donde hay variedad de ganado

Se va a disponer un área de trabajo y almacenamiento de los cueros crudos para ensalarles y que estará comprendida en 500 metros cuadrados de bodegas y oficinas en las que se comercializar un promedio de 1000 unidades semanales.

### **3.2.2 Localización**

La localización de la empresa estará en la Provincia de Tungurahua, cantón Ambato, entre las calles Barcelona y Cádiz, Cdla. España.

El local estará ubicado en una zona estratégica ya que se encuentra en un sector de crecimiento y desarrollo en la ciudad de Ambato, en la zona central del país, por tal motivo es posible mantener un contacto oportuno y eficiente con los clientes, pues no hay que olvidar que la provincia de Tungurahua y algunos de sus cantones son microempresariales y demandan del cuero para elaborar diferentes productos, de allí que las necesidades y expectativas de los clientes sobre el proyecto son muy grandes.

### **3.2.3 Ingeniería o proceso productivo**

Para la comercialización del producto se seguirá el siguiente proceso:

1. Determinar una base de datos de los ganaderos según el MAGAP, de los camales existentes y de la competencia.
2. Desplazarnos a las fincas o camales de las provincias a comprar los cueros

crudos.

3. Una vez ubicado el producto, procedo a identificar el tipo de pieles y a clasificarlos de acuerdo a la calidad en A, B o C; así como a:
  - Verificar la calidad
  - Cantidad
  - Estado
  - Tamaño
  - Negociamos el valor unitario
4. Se procede al embarque, siempre observando que todas las pieles sean de la misma calidad y tamaño que va de acorde con el precio negociado, caso contrario se separan las que no cumplan con el negocio establecido, éstas se negociarían con otro valor
5. Se realiza la facturación, guía de remisión, permisos de movilización emitido por AGROCALIDAD, con el número de pieles a transportar, destino final, etc
6. Al llegar a su destino y teniendo desde antemano la negociación con el cliente y forma de pago, se procede a desembarcar el producto, realizando la facturación correspondiente.
7. Movilizar la piel cruda o salada a través de un medio de transporte al destino de almacenaje.
8. Supervisar totalmente la piel y proceder al salado.
9. Comercializar el cuero crudo o salado a las diferentes curtiembres de la zona central del país.
10. Negociar el precio de los cueros crudos de acuerdo al tamaño, tipo, limpieza, estado y color del cuero crudo así como de otras características

11. Entregar el cuero crudo en las curtiembres que se acerquen a los diferentes destinos de venta.

12. Cobrar por la venta del cuero crudo.

**DIAGRAMA DE BLOQUE**  
**PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN**



Elaborado: Vidal Martínez

### 3.2.4 Distribución de la planta

La empresa unifamiliar, para realizar a cabo las actividades de comercialización tendrá la siguiente distribución de ambientes:

#### Distribución en Planta



Elaborado: Vidal Martínez

### 3.2.5 Requerimientos

El presente proyecto de inversión no requiere de maquinaria para las actividades necesarias en el giro del negocio, por tal motivo dentro de este aspecto se realizarán las inversiones necesarias mientras se mantengan las actividades comerciales en la misma tendencia de necesidad y crecimiento.

### **3.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL**

#### **3.3.1 Nombre de la empresa**

La empresa familiar llevará el nombre de comercializadora de pieles **“FLOR DE PIEL”** razón social definida por consenso en el núcleo familiar.

**Empresa de Comercialización de Cuero Crudo:**



#### **3.3.2 Accionistas**

La empresa “Flor de Piel” al ser una entidad familiar no necesita ser constituida en la Superintendencia de Compañías y estará conformada por el grupo familiar, esposo, esposa y 2 hijos jóvenes que colaborarán extemporáneamente .

Sin embargo más adelante se presenta la nómina del personal que conforma la empresa y el cargo que cada uno desempeña.

#### **3.3.3 Eslogan**

El eslogan de la empresa se encamina a motivar la preferencia de compra de cuero crudo por parte de sus clientes actuales y potenciales, dándoles a conocer que poseen materia prima de la calidad solicitada, con gran variedad y precios atractivos para la actividad comercial.



### 3.3.4 Giro

La principal actividad de la empresa familiar estará dirigida a abastecer el mercado de la zona centro del país para la comercialización de cuero crudo utilizado en el procesamiento de los diferentes artículos que se confeccionan con esta materia prima tales como zapatos, correas, chompas, carteras, billeteras, porta chequeras, forros de automóviles, entre otros.

Para ello ofertaremos los mejores cueros crudos, de calidad y con precios iguales o menores que la competencia.

### 3.3.5 Cuadro directivo

El cuadro directivo de la empresa estraá conforma por los miembros de la familia Martínez Bolaños, los que cuentan con varios años de experiencia dentro de esta actividad comercial para desempeñar satisfactoriamente sus roles laborales.

<b>NOMBRES</b>	<b>CARGO</b>
Vidal Martínez Martínez	GERENTE
Susana Bolaños	COMERCIALIZADOR 1
Ana Martínez	SECRETARIA CONTADORA
Elizabeth Martínez	COMERCIALIZADOR 2

**Fuente:** Investigación de campo.  
**Elaborado:** Vidal Martínez

### 3.3.6 Orgánico Estructural

La estructura organizacional es la organización de cargos y responsabilidades que deben cumplir los miembros de una organización; es un sistema de roles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar en equipo, de forma óptima para alcanzar las metas propuestas en el grupo familiar.

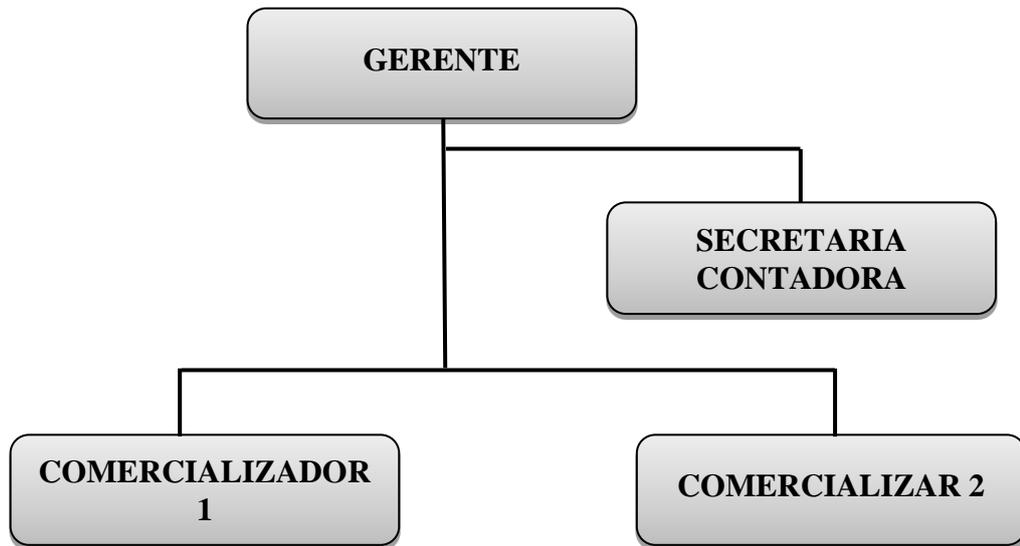
Es la forma en que se organizan las actividades de una empresa, específica la división, agrupación y coordinación de sus actividades, relaciones entre el gerente y los colaboradores.

La estructura organizativa estará formada por:

- El conjunto de elementos (cargos y responsabilidades) que la integran.
- Las funciones que tienen asignadas cada uno de los cargos.
- Las relaciones jerárquicas y funcionales existentes entre los distintos elementos (cargos).

La estructura organizacional de la empresa “Flor de Piel” se establece de la siguiente manera:

**EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PIELES “FLOR DE PIEL”**



**Fuente:** Investigación de campo.  
**Elaborado:** Vidal Martínez

### **3.3.7 Orgánico Funcional**

La estructura orgánico funcional consiste en la delegación de cargos a personas idóneas capaces de desarrollarse en el área que manejan, por lo que se centran en la especialización de cada persona en su campo, permitiendo una mejor supervisión y comunicación más directa.

La estructura funcional de la empresa “Flor de Piel” se establece de la siguiente manera:

#### **DETALLE DE FUNCIONES:**

##### **GERENCIA:**

- Planifica
- Organiza
- Dirige
- Coordina
- Elabora los planes de mejora
- Representa a la empresa
- Contrata y dirige al personal.

##### **Unidad de Contabilidad y Secretaría:**

- Lleva la contabilidad
- Registro de las actividades contables
- Reportes al SRI
- Reporte planillas del IESS

- Presenta informes del estado financiero de la empresa
- Provee de los recursos para las compras y pagos.
- Atención al cliente
- Trámite de la correspondencia
- Recepción de pedidos
- Organización del archivo
- Atención telefónica

**Comercializador:**

- Recepción de pedidos
- Registro de clientes
- Verificación de stock
- Distribución de la mercadería
- Cobranzas
- Reportes de informes

### 3.4 ESTUDIO FINANCIERO

#### 3.4.1 Presupuesto de Costos

##### Costo total

En este cuadro se contempla los costos totales del proyecto en los que se incurren durante el período de un año.

**Cuadro No. 23 Costo Total**

<b>COSTO TOTAL</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>REFERENC</b>	<b>TOTAL</b>
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>			
Costos Directos			
Materia Prima	480.000,00	Anexo No 1	503.426,90
Mano de Obra Directa	16.246,90	Anexo No 2	
Costos Indirectos			
Materia Prima Indirecta	1920,00	Anexo No 3	
Depreciación	6.300,00	Anexo No 4	
Movilización y Transporte	700,00	Anexo No 5	
Amortización	180,00	Anexo No 6	
<b>COSTOS DE ADMINISTRACION</b>			<b>23.455,66</b>
Sueldos	16.246,90	Anexo No 7	
Utiles de Aseo	84,00	Anexo No 8	
Papelería	108,96	Anexo No 9	
Servicios Básicos	6492,00	Anexo No 10	
Depreciaciones Equ. Of.	523,80	Anexo No 11	
<b>COSTOS DE VENTA</b>			<b>480,00</b>
Promoción y Publicidad	480,00	Anexo No 12	
<b>COSTO FINANCIERO</b>			
Intereses	6.884,40	Anexo No 13	6.884,40
<b>COSTO TOTAL</b>			<b>534.246,96</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Vidal Martínez

### **Costo de comercialización**

Está conformado por todas las erogaciones presentes en el área de comercialización, tales como materia prima, gastos en transporte y sueldo del personal de comercialización.

### **Presupuesto de Compras**

El presupuesto de compras de materia prima implica determinar el número de unidades que se debe adquirir para hacer frente a la demanda de cuero crudo en la zona central del país, de manera que haya una capacidad de oferta satisfactoria y de igual manera para tener una cantidad razonable de materia prima en el inventario.

Para establecer el número de unidades de cuero crudo a adquirir la empresa “Flor de Piel” se toma las cifras obtenidas en la demanda proyectada, según los estudios previamente efectuados, en tanto que el incremento en el costo por unidad de 10 dólares se lo realiza tomando en cuenta el promedio de inflación de los últimos cinco años, es decir una tasa del 3,5%.

**Cuadro No. 24 PROMEDIO INFLACIÓN ANUAL**

<b>INFLACIÓN ANUAL</b>	
<b>AÑO</b>	<b>PORCENTAJE DE INFLACIÓN</b>
2009	4.31%
2010	3.33%
2011	5.41%
2012	4.10%
2013	2.70%
<b>PROMEDIO</b>	<b>3.5 %</b>

**Fuente:** Banco Central del Ecuador.  
**Elaborado:** Vidal Martínez

## **Transporte**

Para satisfacer las necesidades de traslado de la empresa requiere de un gasto de combustible, pago de peajes y mantenimiento para el vehículo de 100 dólares mensuales, es decir un monto de 1.200 dólares anuales.

## **Sueldo Personal de Comercialización**

En el personal de comercialización de la empresa “Flor de Piel” se contempla el sueldo del Comercializador 1 y 2.

## **Presupuesto de Gastos**

El presupuesto de gastos operacionales tradicionalmente es conocido como gastos de administración y gastos financieros.

En los gastos de administrativos se encontrarán las erogaciones que son esenciales para el buen funcionamiento de la organización, estos gastos se hallan relacionados a remuneraciones, materiales de apoyo, servicios básicos, según se muestra en las siguientes tablas:

### **3.4.2 Inversiones**

#### ***3.4.2.1 Inversiones en Activos Fijos***

La inversión en activos fijos corresponderá a la adquisición de todos los activos fijos necesarios para realizar las operaciones de la empresa de comercialización de cuero crudo en la empresa familiar “Flor de Piel”, tales como: Muebles y enseres, equipos de cómputo, y equipos de oficina, los cuales son adquiridos durante la etapa de instalación del proyecto y se utiliza a lo largo de su vida útil, para efectos contables están destinados a depreciaciones.

**Cuadro No. 25 Inversión Total**

<b>RUBROS</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>REFERENCIA</b>	<b>TOTAL</b>
<b>INVERSION FIJA</b>			<b>103.820,00</b>
Terreno	40.000,00	Anexo No 14	
Construcciones	26.500,00	Anexo No 15	
Vehículo	35.000,00	Anexo No 16	
Muebles y Enseres	580,00	Anexo No 17	
Equipo de Oficina	240,00	Anexo No 18	
Equipo de Computo	1.500,00	Anexo No 19	
<b>INVERSION INTANGIBLES</b>			<b>1.800,00</b>
Elaboración Proyecto Factibilidad	1.000,00	Anexo No 20	
Gastos de Organización	800,00	Anexo No 21	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Materia Prima	40.000,00	Anexo No 22	60.155,24
Mano de Obra	16.246,90	Anexo No 23	
Gastos de Fabricación	1325,00	Anexo No 24	
Gastos Administrativos y Generales	1.954,64	Anexo No 25	
Gastos de Venta	40,00	Anexo No 26	
Gastos Financieros	573,70	Anexo No 27	
Amortización	15,00	Anexo No 28	
<b>INVERSION TOTAL</b>			<b>165.775,24</b>

#### **3.4.2.2 Inversión en Activos Diferidos**

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aún no utilizados, son gastos que no se utilizará de forma inmediata. Algunos de los gastos que suelen ser pagados de forma anticipada son los gastos de constitución, estudios, etc.

#### **Capital de Trabajo**

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos como activo corriente. (Efectivo, inversiones a

corto plazo, cartera e inventarios).

La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de materia prima, pago al personal, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Para determinar el capital de trabajo necesario para el funcionamiento de la empresa de comercialización de cuero “Flor de Piel” se determina de acuerdo a la fórmula indicada por el período de desfase, que para este caso es de un mes, siendo este el tiempo máximo de recuperación de dinero inherente al negocio.

### 3.4.3 Financiamiento

Para el inicio de las actividades comerciales y operativas de la empresa de comercialización de cuero “Flor de Piel”, será necesario realizar un crédito a través de la banca del Ecuador, debido a que el capital propio que se aportará para este fin mediante préstamo.

**Cuadro No. 26 FINANCIAMENTOS**

<b>FUENTES DE</b>	<b>INVERSION FIJA</b>		<b>CAPITAL DE</b>		<b>TOTAL</b>	
	<b>E INTANGIBLE</b>	<b>%</b>	<b>TRABAJO</b>	<b>%</b>		<b>%</b>
Aporte Propio	60.250,00	36,34	48.155,24	29,05	108.405,24	65,39
Préstamo	45.370,00	27,37	12.000,00	7,24	57.370,00	34,61
<b>TOTAL</b>	<b>105.620,00</b>	<b>63,71</b>	<b>60.155,24</b>	<b>36,29</b>	<b>165.775,24</b>	<b>100,00</b>

**Cuadro No. 27 DESGLOSE DE LA INVERSIÓN**

<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PROPIETARIO</b>	<b>CRED BAN</b>
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	<b>INVERSION</b>		
Terreno	40.000,00	40.000,00	0,00
Construcciones	26.500,00	7.950,00	18.550,00
Vehículo	35000,00	10500	24500,00
Muebles y Enseres	580,00		580,00
Equipo de Oficina	240,00		240,00
Equipo de Computo	1.500,00		1.500,00
Inversiones Fijas Intangibles	1.800,00	1.800,00	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Materia Prima	40.000,00	28.000,00	12.000,00
Mano de Obra	16.246,90	16.246,90	-
Gastos de Fabricación	1325,00	1325,00	-
Gastos Administrativos y Gles	1.954,64	1.954,64	-
Gastos de Venta	40,00	40,00	-
Gastos Financieros	573,70	573,70	-
Amortización	15,00	15,00	
<b>TOTAL</b>	<b>165.775,24</b>	<b>108.405,24</b>	<b>57.370,00</b>
<b>PARTICIPACION</b>		<b>65,39</b>	<b>34,61</b>

## Reembolso de la Deuda

Las condiciones crediticias del Banco del Pichincha para el destino de crédito comercial son las de interés fijo del 12,0%, abono de capital fijo, plazo de cancelación de 5 años, periodicidad de pago mensual sobre saldos decrecientes.

<b>CALCULO PRESTAMO</b>		
Monto	57.370,00	
Tasa de Interes	12	%
Plazo	5	Años
Cuotas Variables		
Cuota de Capital	11.474,00	

<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>PAGO ANUAL</b>	<b>SALDO</b>
<b>1</b>	11.474,00	6.884,40	18.358,40	57.370,00
<b>2</b>	11.474,00	5507,52	16.981,52	45.896,00
<b>3</b>	11.474,00	4130,64	15.604,64	34.422,00
<b>4</b>	11.474,00	2753,76	14.227,76	22.948,00
<b>5</b>	11.474,00	1376,88	12.850,88	11.474,00
<b>TOTAL</b>	57.370,00	20.653,20	78.023,20	0,00

### 3.4.4 Estructura de costos

La estructura de costos se clasifica los diferentes rubros en costos fijos y costos variables. Los costos fijos son aquellos rubros que permanecen constantes ante cualquier variación del volumen de producción.

Los costos variables por su parte son aquellos que varían ante cualquier variación del volumen de producción.

**Cuadro No. 28 ESTRUCTURA DE COSTOS**

(Expresada en dólares)

<b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FIJO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>TOTAL</b>
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>			<b>503426,9</b>
Materia Prima		480.000,00	
Mano de Obra Directa	16.246,90		
Materia Prima Indirecta			
Depreciación	6.300,00		
Movilización y Transporte		700,00	
Amortización	180,00		
<b>COSTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>			<b>23.455,66</b>
Sueldos y Salarios	16.246,90		
Útiles de Aseo	84,00		
Papelería	108,96		
Servicios Básicos	6492,00		
Depreciaciones Equ. Of.	523,80		
<b>COSTOS DE VENTA</b>			<b>480,00</b>
Promoción y Publicidad	480,00		
<b>COSTO FINANCIERO</b>			
Intereses	6.884,40		6.884,40
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>53.546,96</b>	<b>480.700,00</b>	<b>534.246,96</b>

En la empresa “Flor de Piel” los costos fijos se registran en 53.546,96 dólares, en tanto que los costos variables ascienden a la suma de 480.700 dólares en las actividades propias de la empresa, el mismo que varía según el número de unidades vendidas.

### 3.4.5 Ingresos

Para determinar los ingresos que registrará la empresa de comercialización de cuero crudo “Flor de Piel” durante el año 2015 se toma como base de cálculo al número de unidades vendidas según la demanda proyectada por el precio de venta según el promedio de la tasa de crecimiento inflacionaria.

#### **Cuadro No. 29 PRESUPUESTO DE INGRESOS**

(Expresada en dólares)

<b>CONCEPTO</b>	<b>SEMANA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Cuero Crudo	1000	4000	48000	13	624000
			<b>48000</b>		<b>624000</b>

De esta manera se determina que los ingresos al año 2015 son de 624.000 dólares, de los cuales se descontarán los costos y gastos incurridos en el negocio.

### 3.4.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, es aquel nivel de operaciones en el que los egresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos. También se puede decir que es el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para comenzar a obtener utilidades.

Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida.

Para el cálculo del punto de equilibrio se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio (USD)} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$= \frac{53.546,96}{1 - \frac{480.700,00}{624.000,00}}$$

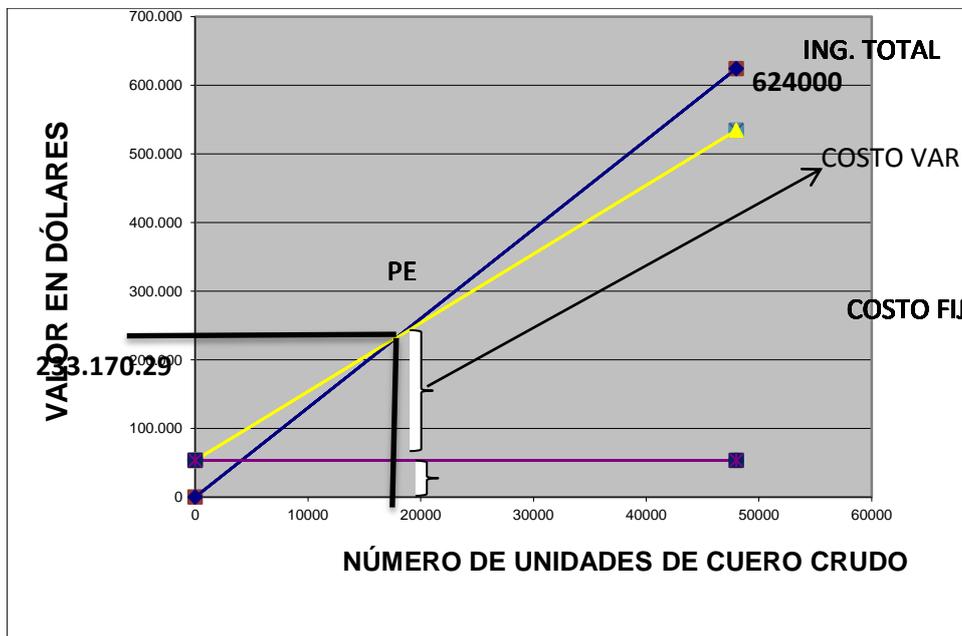
$$= \frac{53.546,96}{1 - 0,770352564}$$

$$= \frac{53.546,96}{0,229647436}$$

$$= 233.170,29$$

Para determinar el punto de equilibrio se ha estudiado las relaciones entre los costos fijos, costos variables y los ingresos, de acuerdo al cálculo, para superar todos los costos no se puede vender menos de 233.170,29 dólares, lo que quiere decir que con este rubro la empresa no genera pérdidas ni ganancias.

**Cuadro No. 30 PUNTO DE EQUILIBRIO**



### 3.4.7 Estado de Resultados

El Estado de Resultados de la empresa “Flor de Piel” reflejará la utilidad que arroja la inversión durante un año, cuyo monto asciende a la suma de 58.352,65 dólares que corresponde al 9,35 % en relación a los ingresos

#### EMPRESA “FLOR DE PIEL”

#### Cuadro No. 31. ESTADO DE RESULTADOS

(Expresada en dólares)

			<b>Año 1</b>	<b>%</b>
	<b>CONCEPTO /AÑOS</b>			
	INGRESOS		624.000,00	100,00
-	COSTOS		535.986,96	85,90
-	Costo de Producción	505.166,90		80,96
-	Costos Administrativos	23.455,66		3,76
-	Costos de Ventas	480,00		0,08
-	Costos Financieros	6.884,40		1,10
=	UTILIDAD EN OPERACIÓN		88.013,04	14,10
-	Participación (15%) Trabajadores		13.201,96	2,12
=	Utilidad antes de Imp. a la Renta		74.811,08	11,99
-	Impuesto a la Renta (22%)		16.458,44	2,64
=	<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>58.352,65</b>	<b>9,35</b>

Elaborado: Vidal Martínez

### 3.4.8 Estado de Situación Financiera

El Estado de situación final expresa la manera en que se han invertido los dineros de la empresa y se los clasifica en activos y pasivos, arrojando el total de activos al primer año de dólares.

#### EMPRESA “FLOR DE PIEL”

#### Cuadro No. 32. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

(Expresado en dólares)

<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>	
<b>Activos Corriente</b>		<b>132.980,48</b>	<b>Pasivo Corriente</b>	
Caja	57.980,48		Ctas x Pagar	5.507,52
Bancos	65.000,00			
Ctas x Cobrar			Pasivo Largo Plazo	
Dtos x Cobrar			Dtos x Pagar	8.261,28
Inventarios	10000,00			
<b>Activos No Corrientes</b>			<b>PATRIMONIO</b>	
Terreno	40.000,00			
Construcciones	26.500,00			
		103.296,20	Capital	165.775,24
Vehículo	35000,00		Utilidad Ejercicio	58.352,65
Muebles y Enseres	580,00			
Equipo de Oficina	240,00			
Equipo de Computo	1.500,00			
Depreciación	-523,80			
Activos Diferidos	1.620,00	1.620,00		
<b>TOTAL</b>	<b>237896,68</b>		<b>TOTAL</b>	<b>237.896,68</b>

Elaborado: Vidal Martínez

### **3.4.9 Flujo de Fondos de Efectivo Proyectados**

Para el estado de resultados proyectado se consideran incrementos porcentuales para cada una de las cuentas o se considera el porcentaje de la inflación a nivel de costos e ingresos.

El flujo de fondos de efectivo indica el origen de los recursos y la manera en que se han gastado, la depreciación y la amortización no se los considera como salidas de dinero por lo tanto se suman a la utilidad neta, se los proyecta para cinco años por considerar que es el tiempo prudencial para realizar la evaluación financiera.

Para la proyección de los ingresos y los costos se considera las tasas promedio de crecimiento de la demanda e inflacionario indicadas anteriormente.

**Cuadro No. 33 Flujo Neto de CAJA PROYECTADO**

	<b>RUBROS /AÑOS</b>		<b>2.015</b>	<b>2.016</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>
	Ingresos		624.000,00	655.200,00	687.960,00	722.358,00	758.475,90
+	Fondo de Salvamento						0,00
			624.000,00	655.200,00	687.960,00	722.358,00	758.475,90
			<b>535.986,96</b>	<b>561.060,41</b>	<b>587.456,18</b>	<b>615.240,39</b>	<b>644.482,44</b>
-	Costos de Producción		505.166,90	530.425,25	556.946,51	584.793,83	614.033,52
-	Costos Administrativos		23.455,66	24.628,44	25.859,87	27.152,86	28.510,50
-	Costos de Ventas		480,00	499,20	519,17	539,93	561,53
-	Costos Financieros		6.884,40	5.507,52	4.130,64	2.753,76	1.376,88
=	Utilidad Operacional		88.013,04	94.139,59	100.503,82	107.117,61	113.993,46
-	Participación (15%) Trabajadores		13.201,96	14.120,94	15.075,57	16.067,64	17.099,02
=	Utilidad antes de Participación		74.811,08	80.018,65	85.428,25	91.049,97	96.894,44
-	Impuesto a la Renta (22%)		16.458,44	17.604,10	18.794,21	20.030,99	21.316,78
=	<b>Utilidad Neta Ejercicio</b>		<b>58.352,65</b>	<b>62.414,55</b>	<b>66.634,03</b>	<b>71.018,98</b>	<b>75.577,67</b>
+	Depreciaciones		523,80	523,80	523,80	523,80	523,80
+	Amortizaciones		180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
	<b>INVERSIONES</b>						
	Fija	103.820,00					
+	Intangible	1.800,00					
+	Capital de Trabajo	60.155,24					
	Recuperación capital de Trabajo						60.155,24
	<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>165.775,24</b>	<b>59.056,45</b>	<b>63.118,35</b>	<b>67.337,83</b>	<b>71.722,78</b>	<b>136.436,70</b>

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado: Vidal Martínez

## **CAPÍTULO IV**

## 4.1 EVALUACIÓN FINANCIERA, SOCIAL

### 4.1.1 Evaluación financiera

#### 4.1.1.1 Tasa de rendimiento económica mínima aceptable

El TMAR es la tasa mínima de ganancia esperada para la inversión propuesta, es decir es aquella tasa a la que debe retornar la inversión.

Considerando que el presente proyecto requiere de un préstamo con una tasa de interés del 12,0%, y con un promedio de la tasa inflacionaria de 3,5 %, los miembros de la empresa “Flor de Piel” esperan una tasa mínima de rendimiento aceptable sobre su inversión del 15,5 % sobre su inversión.

#### **Cuadro No. 34. TASA MÍNIMA DE RENDIMIENTO ACEPTABLE**

(Expresada en dólares)

<b>TMAR</b>	
Tasa de interés crediticia	12,0%
Inflación Acumulada	3,5%
<b>TMAR</b>	<b>15,5 %</b>

Elaborado: Vidal Martínez

### 4.1.2 Valor actual neto VAN

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

El VAN para la empresa “Flor de Piel” es:

**TMAR (i) = 15,5 %**

$$VAN = -INVERSIÓN + \sum_{n>1}^{n \text{ años}} \left( \frac{\text{Flujo Neto de Fondos}}{(1+i)^n} \right)$$

### Cuadro No. 35. VALOR ACTUAL NETO

(Expresada en dólares)

VAN =	INVERSIÓN	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
VAN =	-165.775,24	59.056,45	63.118,35	67.337,83	71.722,78	136.436,70
		(1+0,155)1	(1+0,155)2	(1+0,155)3	(1+0,155)4	(1+0,155)5
VAN =	-165.775,24	59.056,45	63.118,35	67.337,83	71.722,78	136.436,70
		1,16	1,33	1,54	1,78	2,06
VAN =	-165.775,24	51.131,12	47.314,22	43.703,19	40.302,24	66.377,56
<b>VAN =</b>	<b>83.053,10</b>					

Elaborado: Vidal Martínez

Al obtener un Valor Actual Neto positivo, se demuestra la factibilidad del proyecto presente de inversión.

#### 4.1.3 Tasa interna de retorno TIR

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión. Si la tasa de rendimiento del proyecto expresada por la TIR supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

La tasa interna de retorno para la empresa “Flor de Piel”, presenta el siguiente resultado, para lo cual se parte obteniendo un VAN POSITIVO Y UN VAN NEGATIVO

VAN =	INVERSIÓN	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
VAN =	-165.775,24	59.056,45	63.118,35	67.337,83	71.722,78	136.436,70
		(1+0,30)1	(1+0,30)2	(1+0,30)3	(1+0,30)4	(1+0,30)5
VAN =	-165.775,24	59.056,45	63.118,35	67.337,83	71.722,78	136.436,70
		1,30	1,69	2,20	2,86	3,71
VAN =	-165.775,24	45.428,04	37.348,14	30.649,90	25.112,14	36.746,37
<b>VAN =</b>	<b>9.509,34</b>					

VAN =	INVERSIÓN	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
VAN =	-165.775,24	59.056,45	63.118,35	67.337,83	71.722,78	136.436,70
		(1+0,40)1	(1+0,40)2	(1+0,40)3	(1+0,40)4	(1+0,40)5
VAN =	-165.775,24	59.056,45	63.118,35	67.337,83	71.722,78	136.436,70
		1,4	1,96	2,744	3,8416	5,37824
VAN =	-165.775,24	42183,18	32203,24	24540,03	18670,03	25368,28
<b>VAN =</b>	<b>-22.810,49</b>					

Posterior y aplicando la fórmula del TIR se obtendrá, así:

$$TIR = i_1 + i_2 - i_1 \frac{VAN_{i_1}}{VAN_{i_1} - VAN_{i_2}}$$

En donde:

$i_1$  = tasa inferior (30%)

$i_2$  = tasa mayor (40 %)

<b>RI = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN 1</b>	=	30
<b>R2= Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN2</b>	=	40
<b>VAN 1 = Valor positivo</b>	=	9509,34
<b>VAN 2= Valor negativo</b>	=	-22810,49

<b>TIR</b>	=	30
<b>TIR</b>	=	10
<b>TIR</b>	=	30
<b>TIR</b>	=	0,29
<b>TIR</b>	=	2,94
<b>TIR</b>	=	32,94

La tasa de rendimiento total del proyecto es del 32,94 % superior a la tasa mínima aceptables del 15,5 % que inicialmente se estima como tasa mínima de rendimiento del proyecto.

#### 4.1.4 Período de recuperación de la inversión PRI

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

El período de recuperación de la inversión para la empresa de comercialización de cuero crudo “Flor de Piel”, se puede observar en la siguiente tabla:

**Cuadro No. 36. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

(Expresada en dólares)

AÑO	FLUJO NETO DE FONDOS	FLUJO ACUMULADO
1	59.056,45	59.056,45
2	63.118,35	122.174,80
3	67.337,83	189.512,63
4	71.722,78	261.235,41
5	136.436,70	397.672,11

Elaborado: Vidal Martínez

El período de recuperación de la inversión en valores absolutos se genera durante el tercer año de inversión con un flujo acumulado de 189.512,63 dólares, en donde se observa que este flujo de fondos supera el valor de la inversión de 165.775,24 dólares.

Aplicando la fórmula del PRI, esto es, Inversión sobre Utilidad Promedio Anual, se tiene que la Inversión se recupera en 2 años 8 días

<b>PRI</b>	Inversión	165.775,24	
	Utilidad Promedio Anual	79534,422	2,08

#### 4.1.5 Relación Costo - Beneficio

La relación costo – beneficio es un método que define la rentabilidad, se calcula dividiendo los beneficios actualizados para los egresos actualizados.

Es el indicador que señala que utilidad tendremos tomando en cuenta el costo más la inversión total.

Para calcular la relación Costo – Beneficio se utiliza los costos e ingresos actualizados, mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{Relación Costo – Benefico} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

ING =	INVERSIÓN	ING1 +	ING2 +	ING3 +	ING4 +	ING5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
ING =	-165.775,24	624.000,00	655.200,00	687.960,00	722.358,00	758.475,90
		(1+0,3294)1	(1+0,3294)2	(1+0,3294)3	(1+0,3294)4	(1+0,3294)5
ING =	-165.775,24	624.000,00	655.200,00	687.960,00	722.358,00	758.475,90
		1,3294	1,76730436	2,349454416	3,123364701	4,152201033
ING =	-165.775,24	469.384,68	370.734,10	292.816,92	231.275,59	182.668,40
ING =	<b>1.381.104,45</b>	Ingresos	Actualizados			

COS =	INVERSIÓN	COS 1 +	COS2 +	COS3 +	COS 4 +	COS 5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
COS =	-165.775,24	535.986,96	561.060,41	587.456,18	615.240,39	644.482,44
		(1+0,3294)1	(1+0,3294)2	(1+0,3294)3	(1+0,3294)4	(1+0,3294)5
COS =	-165.775,24	535.986,96	561.060,41	587.456,18	615.240,39	644.482,44
		1,3294	1,76730436	2,349454416	3,123364701	4,152201033
COS =	-165.775,24	403179,5998	317466,7707	250039,4033	196980,0022	155214,6518
COS =	<b>1.157.105,19</b>	Costos	Actualizados			

$$\text{Relación Costo – Benefico} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

RELACION BENEFICIO COSTO	Ingresos Actualizados
	Costos Actualizados + Inversión
RBC =	1.381.104,45
	1.322.880,43
RBC =	1,044013065

Con este resultado se puede interpretar que el proyecto es aceptado ya que se obtiene un beneficio de 1,04 dólares por cada dólar de inversión.

#### 4.1.6 Índices Financieros

Los Indicadores Financieros o Ratios Financieros son ratios o medidas que tratan de analizar el estado de la empresa desde un punto de vista individual, comparativamente con la competencia o con el líder del mercado.

La mayoría de las relaciones se pueden calcular a partir de la información suministrada por los estados financieros. Así, los indicadores financieros se pueden utilizar para analizar las tendencias y comparar los estados financieros de la empresa con los de otras empresas.

Los Indicadores Financieros se pueden clasificar de acuerdo a la información que proporcionan.

#### Índices de Liquidez

Los indicadores de liquidez se utilizan para determinar la capacidad que tiene una empresa para enfrentar las obligaciones contraídas a corto plazo. Cuanto más elevado es el indicador de liquidez, mayor es la posibilidad de que la empresa consiga cancelar las deudas a corto plazo.

Para el caso de la empresa “FLOR DE PIEL” los índices de liquidez se presentan de la siguiente manera:

**Razón Corriente:****Cuadro No. 37 Razón Corriente**

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

<b>Índice de Solvencia</b>	Activo Corriente	132.980,48	
	Pasivo Corriente	5.507,52	24,15

**Interpretación:** Para el primer año de inversión de la empresa, esta cuenta con 24,15 dólares de respaldo por cada dólar de obligaciones presentes en el pasivo a corto plazo, esto quiere decir que se cuenta con la capacidad de afrontar el pago de las deudas inmediatas.

**Cuadro No. 38. Prueba del Acido**

<b>Prueba del Acido</b>	Activo Corriente- Inventario	122.980,48	
	Pasivo Corriente	5.507,52	22,33

Integrado a la fórmula anterior, al Activo Corriente se le resta los Inventario y se obtienen con este indicador que la empresa se encuentra económicamente bien, por lo que debe pagar las deudas o invertir en más materia prima, vehículo o construir infraestructura.

**Cuadro No. 39. Rotación de Activos:**

$$\text{Rotación de Activo Total} = \frac{\text{VENTAS}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

<b>Relación Activo Total</b>	Ventas	624.000,00	
	Activo	237896,68	2,62

**Interpretación:** La rotación de activos para la empresa en un año es de 2,62 veces, lo que traducido a días, resulta de la división de 360 para 2,62 obteniendo una rotación de activos cada 137 días.

## Índices de Endeudamiento

Los índices de endeudamiento proporcionan una indicación de la solvencia a largo plazo de la empresa.

El indicador de endeudamiento es un referente financiero cuyo objetivo es evaluar el grado y la modalidad de participación de los acreedores de una empresa en sus provisiones. Se trata de precisar los riesgos en los cuales incurren tales acreedores y los dueños de la empresa así como la conveniencia o la inconveniencia de cierto nivel deudor de la empresa.

### Cuadro No. 40. Nivel de Endeudamiento:

$$\text{Nivel de Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} * 100$$

<b>Endeudamiento</b>	Deuda Total	13.768,80	
	Activo Total	237896,68	0,06

**Interpretación:** Del resultado obtenido se puede concluir que la participación de los acreedores para el primer año de inversiones es del 6 % sobre el total de los activos de la empresa, lo cual implica que el nivel de riesgo es el equivalente al respaldo que representa el activo total de la empresa.

### Cuadro No. 41. Apalancamiento:

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

<b>Apalancamiento</b>	Activo Total	237896,68	
	Patrimonio	224.127,88	1,06

**Interpretación:** Para el primer año de inversión, la empresa “Flor de Piel” cuenta con 1,06 dólares en su activo total por cada dólar invertido en el patrimonio de sus accionistas.

## Índices de Rentabilidad

Los índices de rentabilidad ofrecen varias medidas diferentes del éxito de la empresa en la generación de beneficios.

El objetivo de los indicadores de rentabilidad es establecer y expresar en porcentaje, la capacidad de cualquier ente económico para generar ingresos.

Un indicador hace más fácil la interpretación de la rentabilidad; en este caso nos permite analizar de diferentes formas el estado de resultados.

### Cuadro No. 42. Margen Neto en Ventas:

$$\text{Márgen Neto en Ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

<b>Margen Neto en Ventas</b>	Utilidad Neta	58.352,65	
	Ventas	624.000,00	9,35

**Interpretación:** La empresa para el primer año de operaciones obtiene el 9,35 % de utilidad neta en ventas, es decir que por cada dólar de ventas tiene una utilidad neta de 9,35 centavos, este margen es aquel con el que verdaderamente cuenta la empresa para beneficio de sus accionistas o para proyectos de reinversión.

### Cuadro No. 43. Rentabilidad del Patrimonio:

$$\text{Rentabilidad del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

<b>Rentabilidad de Patrimonio</b>	Utilidad Neta	58.352,65	
	Patrimonio	224.127,88	26,04

**Interpretación:** El análisis anterior permite concluir que la rentabilidad de la utilidad neta para el primer año de operaciones es del 26,04% sobre el patrimonio, lo cual constituye el respaldo patrimonial de sus accionistas.

## 4.2 Evaluación social

El sector del cuero, calzado y marroquinería ha sido una actividad de suma importancia para la economía nacional, generando cientos de plazas de empleos y aportación importante en el desarrollo productivo y social del país.

El cuero tiene actualmente problemas en cuanto al nivel de producción y a la calidad de las pieles crudas, que no cubren la demanda existente, sin embargo, es un sector que ha sabido superar crisis y que genera uno de los mayores niveles de empleo en el país.

Las provincias de la zona central del país que representan el mayor porcentaje de producción en el sector del cuero, junto con los textiles, genera el 15,7% del PIB, esto ha permitido el desarrollo paulatino de las ciudades que conforman el sector mencionado y proporcionado una mejor calidad de vida a las familias e individuos que se hallan inmersos dentro de la industria.

En Ambato, las empresas productoras de cuero, han sentido el impacto de las restricciones del calzado como un factor positivo, es así que los procesos de producción y desarrollo tecnológico, son de alta exigencia, ya que la demanda de los sectores de la cadena es alta.

En promedio, la producción de las curtiembres en Ambato es de 1'600.000 decímetros al mes, las limitaciones de la mayoría de empresas de cuero es el financiamiento. Así mismo, otras limitaciones son la infraestructura de la industria, no contar con maquinaria adecuada para aumentar la productividad, la falta de personal adecuado o capacitado para la producción y la calidad de la materia prima es muy baja.

Con el proyecto se generará 7 empleos directos y 14 empleos indirectos lo que en términos económicos y con base en el pago de remuneraciones se tiene que en el primer año se paga 45.695,76 dólares que representan el 7,32 % en relación a los ingresos o ventas.

## 5 BIBLIOGRAFÍA

- ASOCIACIÓN NACIONAL DEL CURTIDORES DEL ECUADOR. ANCE 2002. Conferencia sobre procesos de curtición. Ambato-Ecuador.
- FRANKEL, Alberto, Tecnología del Cuero. Sn. Buenos Aires. Argentina. Edit. ALBATROS. 2009
- WEBB, Jhon R. Investigación del Marketing; Editorial Thomson L; 2013
- TAYLOR, Kimear. Investigación de Mercados; Editorial M.C. Graw Hill; Edición 5. 2013
- POSO, Miguel. Metodología para el Trabajo de Grado (Tesis y Proyectos), Editorial Nina Comunicaciones Ibarra, Ecuador 2012
- BERNALT, Cesar. 2002 Metodología de la Investigación para la Administración y Economía S.A., Quito-Ecuador
- HIDALGO L. 2003. Texto básico de curtición de pieles Riobamba Ecuador
- Shreve, R. Norris; "Industrias de proceso químico"; Cap n° XXV-662 a 679; Editorial Dossat, S.A.; 1954; Madrid, España

### Consulta electrónica:

- <http://www.monografias.com/trabajos36/curtido-de-cuero/curtido-de-cuero2.shtml#ixzz2rY1X6eAj>
- <http://www.monografias.com/trabajos36/curtido-de-cuero/curtido-de-cuero2.shtml#ixzz2rY0w44Ym>
- <http://www.monografias.com/trabajos36/curtido-de-cuero/curtido-de-cuero.shtml#ixzz2rXxjAAdO>
- <http://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/75/1/T72478.pdf> Tesis Universidad Católica sobre Exportación de piel sin curtir desde Ambato-Ecuador hacia Pasto-Colombia. De CUICHAN SALAZAR KAROLINA ALEXANDRA.

## **6 ANEXOS**

# **COSTOS DE PRODUCCIÓN ANUAL**

**ANEXO No. 1. MATERIA PRIMA DIRECTA**

CONCEPTO	SEMANA	MES	AÑO	P. COMPRA	SUBTOTAL MES	SUBTOTAL AÑO
Cuero Crudo	1000	4000	48000	10	40000	480000
	<b>TOTAL</b>				<b>40000</b>	<b>480000</b>

**ANEXO No. 2. MANO DE OBRA DIRECTA**

No	CARGO	SUELDO	APORTE IESS	13	14	FONDOS RESERVA	VACA CIONES	TOTAL
								ANUAL
1	Comercializar 1	500,00	54,25	41,67	50,00	41,67	25,00	712,58
1	Comercializar 2	450,00	48,83	37,50	45,00	37,50	22,50	641,33
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>950,00</b>	<b>103,08</b>	<b>79,17</b>	<b>95,00</b>	<b>79,17</b>	<b>47,50</b>	<b>1.353,91</b>
	<b>TOTAL</b>							<b>16.246,90</b>

**ANEXO No. 3. MATERIA PRIMA INDIRECTA**

CANT	UNIDAD MEDIDA	PRODUCTO	V. UNI	VTOTAL
16	qq	Sal en grano	10,00	160,00
	<b>SUBTOTAL MES</b>			<b>160,00</b>
	<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>1920,00</b>

**ANEXO No. 4. DEPRECIACIONES EN PRODUCCIÓN**

<b>BIENES</b>	<b>VALOR LIBROS</b>	<b>AÑOS DEPRECIAC</b>	<b>% DE DEPRECIAC</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>VALOR A DEPRECIAR</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>	<b>MES</b>
Construcciones	26.500,00	20	5	2650,00	23.850,00	1192,50	99,38
Vehículo	35.000,00	5	20	3500,00	31.500,00	6300	525,00
<b>TOTAL</b>	<b>35.000,00</b>	<b>5,00</b>	<b>20,00</b>	<b>3.500,00</b>	<b>31.500,00</b>	<b>6.300,00</b>	<b>525,00</b>

D= Valor del Activo – Valor Residual

**DEPRECIACIÓN = DEPRECIACIÓN ANUAL/ 12**

No. de Años

**ANEXO No. 5. MOVILIZACIÓN Y MANTENIMIENTO**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR DIARIO</b>	<b>TOTAL MES</b>	<b>TOTAL AÑO</b>
Gastos de envío	16,00	40,00	640,00	7680
Lubricantes y Mantenimiento	10,00	6,00	60,00	720
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>700,00</b>	<b>8400</b>

**ANEXO No. 6. AMORTIZACIÓN**

CONCEPTO	VALOR	AMORTIZACIÓN	
	LIBROS	ANUAL	MES
Elaboración Proyecto Factibilidad	1.000,00	100,00	8,33
Gastos de Organización	800,00	80,00	6,67
<b>TOTAL</b>	<b>1.800,00</b>	<b>180,00</b>	<b>15,00</b>

**COSTOS DE ADMINISTRACIÓN  
ANUAL**

**ANEXO No. 7. SUELDOS**

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO BASICO UNIFICADO</b>	<b>APORTE IESS</b>	<b>DECIMO TERCERO</b>	<b>DECIMO CUARTO</b>	<b>FONDOS RESERVA</b>	<b>VACA CIONES</b>	<b>TOTAL A PAGAR</b>
Gerente	600,00	65,10	50,00	60,00	50,00	30,00	855,10
Secretaria Contadora	350,00	37,98	29,17	35,00	29,17	17,50	498,81
<b>SUBTOTAL</b>	<b>950,00</b>	<b>103,08</b>	<b>79,17</b>	<b>95,00</b>	<b>79,17</b>	<b>47,50</b>	<b>1.353,91</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>							<b>16.246,90</b>

**ANEXO No. 8. ÚTILES DE ASEO**

<b>CONCEPTO</b>	<b>NUMERO</b>	<b>V/Unitario</b>	<b>V/Total</b>
Escobas y Otros	1	2,00	2,00
Ambientales	2	1,50	3,00
Otros	4	0,50	2,00
<b>TOTAL MES</b>			<b>7,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>84,00</b>

**ANEXO No. 9. PAPELERÍA**

<b>CONCEPTO</b>	<b>NUMERO</b>	<b>V/Unitario</b>	<b>V/Total</b>
Hojas	1	4,00	4,00
Lápices	2	0,20	0,40
Lapiceros	2	0,50	1,00
Borradores	1	0,08	0,08
Resaltadores	1	0,60	0,60
Carpetas	2	0,50	1,00
Cintas	1	1,00	1,00
Otros	1	1,00	1,00
<b>TOTAL MES</b>			<b>9,08</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>108,96</b>

**ANEXO No. 10. SERVICIOS BÁSICOS**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MES</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Teléfono	18,00	216,00
Arriendo Oficinas	500,00	6000,00
Agua	8,00	96,00
Energía Eléctrica	15,00	180,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>541,00</b>	
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>6492,00</b>

**ANEXO No. 11. DEPRECIACIONES ADMINISTRATIVAS**

<b>BIENES</b>	<b>VALOR LIBROS</b>	<b>AÑOS DEPRECIAC</b>	<b>% DE DEPRECIAC</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>VALOR A DEPRECIAR</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>	<b>MES</b>
Muebles y Enseres	580,00	10	10	58,00	522,00	52,20	4,35
Equipo de Computo	1.500,00	3	3,3	150,00	1350,00	450,00	37,50
Equipo de Oficina	240,00	10	10	24,00	216,00	21,60	1,80
<b>TOTAL</b>	<b>2.320,00</b>			<b>232,00</b>	<b>2088,00</b>	<b>523,80</b>	<b>43,65</b>

**GASTOS DE VENTA**  
**ANUAL**

**ANEXO No. 12. PUBLICIDAD**

<b>DETALLE</b>	<b>Número</b>	<b>Días</b>	<b>Valor Diario</b>	<b>V/ MES</b>	<b>V/ AÑO</b>
Gigantografía		2	20,00	40,00	480,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>40,00</b>	
<b>TOTAL ANUAL</b>					<b>480,00</b>

**GASTOS FINANCIEROS**  
**ANUALES**

**ANEXO No. 13. INTERESES – TABLA DE PAGOS**

<b>CALCULO PRESTAMO</b>		
Monto	<b>57.370,00</b>	
Tasa de Interes	12	%
Plazo	5	Años
Cuota de Capital	11.474,00	

<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>PAGO ANUAL</b>	<b>SALDO</b>
1	11.474,00	6.884,40	18.358,40	57.370,00
2	11.474,00	5507,52	16.981,52	45.896,00
3	11.474,00	4130,64	15.604,64	34.422,00
4	11.474,00	2753,76	14.227,76	22.948,00
5	11.474,00	1376,88	12.850,88	11.474,00
<b>TOTAL</b>	<b>57.370,00</b>	<b>20.653,20</b>	<b>78.023,20</b>	<b>0,00</b>

## **INVERSIÓN TOTAL**

**ANEXO No. 14. TERRENO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno	m2	400	100,00	40.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>40.000,00</b>

**ANEXO No. 15. COSNTRUCCIONES**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Construcción Nave Industrial	m2	100	60,00	6.000,00
Construcción Oficinas	m2	150	120,00	18.000,00
Cerramientos	MI	50	50,00	2.500,00
<b>TOTAL</b>				<b>26.500,00</b>

**ANEXO No. 16. VEHÍCULO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Camioneta Doble Cabina	1	35.000,00	35.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>35.000,00</b>

**ANEXO No. 17. MUEBLES Y ENSERES**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Sillas	Unidad	6	20	120,00
Escritorios	Unidad	2	120	240,00
Archivador	Unidad	2	80	160,00
Sillón Giratorio	Unidad	1	60	60,00
<b>TOTAL</b>				<b>580,00</b>

**ANEXO No. 18. EQUIPO DE OFICINA**

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Tv	Unidades	1	120	120
2	Radio Grabadora	Unidades	1	80	80
3	Calculadoras	Unidades	2	20	40
	<b>TOTAL</b>				<b>240,00</b>

**ANEXO No. 19. EQUIPO DE CÓMPUTO**

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadora	Unidad	2	750	1500,00
	<b>TOTAL</b>				<b>1500,00</b>

**ANEXO No. 20. ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD**

No	CONCEPTO/ESTUDIO	VALOR/.UNITARIO.	VALOR /TOTAL
1	Mercado	250	250
2	Técnico	250	250
3	Financiero	250	250
4	Evaluaciones	250	250
	<b>TOTAL</b>		<b>1000</b>

**ANEXO No. 21. GASTOS DE ORGANIZACIÓN**

No.	CONCEPTO	VALOR /UNITARIO.	VALOR /TOTAL
1	Permisos Legales	800	800
	<b>TOTAL</b>		<b>800</b>

**CAPITAL DE TRABAJO  
PARA UN MES**

**ANEXO No. 22 MATERIA PRIMA DIRECTA**

<b>CONCEPTO</b>	<b>SEMANA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>	<b>P. COMPRA</b>	<b>SUBTOTAL MES</b>
Cuero Crudo	1000	4000	48000	10	40000
	<b>TOTAL</b>				<b>40000</b>

**ANEXO No. 23 MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>No</b>	<b>CARGO</b>	<b>SUELDO</b>	<b>APORTE IESS</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>FONDOS RESERVA</b>	<b>VACA CIONES</b>	<b>TOTAL</b>
								<b>MES</b>
1	Comercializar 1	500,00	54,25	41,67	50,00	41,67	25,00	712,58
1	Comercializar 2	450,00	48,83	37,50	45,00	37,50	22,50	641,33
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>950,00</b>	<b>103,08</b>	<b>79,17</b>	<b>95,00</b>	<b>79,17</b>	<b>47,50</b>	<b>1.353,91</b>

**ANEXO No. 24 GASTOS DE FABRICACIÓN - MATERIA PRIMA INDIRECTA**

<b>CANT</b>	<b>UNIDAD MEDIDA</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>V. UNI</b>	<b>VTOTAL</b>
16	qq	Sal en grano	10,00	160,00
<b>SUBTOTAL MES</b>				<b>160,00</b>

**DEPRECIACIONES EN PRODUCCIÓN**

<b>BIENES</b>	<b>VALOR LIBROS</b>	<b>AÑOS DEPRECIAC</b>	<b>% DE DEPRECIAC</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>VALOR A DEPRECIAR</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>	<b>MES</b>
Construcciones	26.500,00	20	5	2650,00	23.850,00	1192,50	99,38
Vehículo	35.000,00	5	20	3500,00	31.500,00	6300	525,00
<b>TOTAL</b>	<b>35.000,00</b>	<b>5,00</b>	<b>20,00</b>	<b>3.500,00</b>	<b>31.500,00</b>	<b>6.300,00</b>	<b>525,00</b>

D= Valor del Activo – Valor Residual

**DEPRECIACIÓN = DEPRECIACIÓN ANUAL/ 12**

No. de Años

### MOVILIZACIÓN Y MANTENIMIENTO

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR DIARIO</b>	<b>TOTAL MES</b>
Gastos de envío	16,00	40,00	640,00
Lubricantes y Mantenimiento	10,00	6,00	60,00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>700,00</b>

### ANEXO No. 25. AMORTIZACIÓN

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR LIBROS</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	
		<b>ANUAL</b>	<b>MES</b>
Elaboración Proyecto Factibilidad	1.000,00	100,00	8,33
Gastos de Organización	800,00	80,00	6,67
<b>TOTAL</b>	<b>1.800,00</b>	<b>180,00</b>	<b>15,00</b>

**ANEXO No. 26 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y GENERALES – SUELDOS**

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO BASICO UNIFICADO</b>	<b>APORTE IESS</b>	<b>DECIMO TERCERO</b>	<b>DECIMO CUARTO</b>	<b>FONDOS RESERVA</b>	<b>VACA CIONES</b>	<b>TOTAL A PAGAR</b>
Gerente	600,00	65,10	50,00	60,00	50,00	30,00	855,10
Secretaria Contadora 1/2 T	350,00	37,98	29,17	35,00	29,17	17,50	498,81
<b>SUBTOTAL</b>	<b>950,00</b>	<b>103,08</b>	<b>79,17</b>	<b>95,00</b>	<b>79,17</b>	<b>47,50</b>	<b>1.353,91</b>

**ÚTILES DE ASEO**

<b>CONCEPTO</b>	<b>NUMERO</b>	<b>V/Unitario</b>	<b>V/Total</b>
Escobas y Otros	1	2,00	2,00
Ambientales	2	1,50	3,00
Otros	4	0,50	2,00
<b>TOTAL MES</b>			<b>7,00</b>

### PAPELERÍA

<b>CONCEPTO</b>	<b>NUMERO</b>	<b>V/Unitario</b>	<b>V/Total</b>
Hojas	1	4,00	4,00
Lápices	2	0,20	0,40
Lapiceros	2	0,50	1,00
Borradores	1	0,08	0,08
Resaltadores	1	0,60	0,60
Carpetas	2	0,50	1,00
Cintas	1	1,00	1,00
Otros	1	1,00	1,00
<b>TOTAL MES</b>			<b>9,08</b>

### SERVICIOS BÁSICOS

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MES</b>
Teléfono	18,00
Arriendo Oficinas	500,00
Agua	8,00
Energía Eléctrica	15,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>541,00</b>

**ANEXO No. 27. DEPRECIACIONES ADMINISTRATIVAS**

<b>BIENES</b>	<b>VALOR LIBROS</b>	<b>AÑOS DEPRECIAC</b>	<b>% DE DEPRECIAC</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>VALOR A DEPRECIAR</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>	<b>MES</b>
Muebles y Enseres	580,00	10	10	58,00	522,00	52,20	4,35
Equipo de Computo	1.500,00	3	3,3	150,00	1350,00	450,00	37,50
Equipo de Oficina	240,00	10	10	24,00	216,00	21,60	1,80
<b>TOTAL</b>	<b>2.320,00</b>			<b>232,00</b>	<b>2088,00</b>	<b>523,80</b>	<b>43,65</b>

**ANEXO No. 28 PUBLICIDAD**

<b>DETALLE</b>	<b>Dias</b>	<b>Valor Diario</b>	<b>V/ MES</b>
Gigantografía	2	20,00	40,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>40,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			

**ANEXO No. 29 FOTOGRAFÍAS DE LABORES DE COMPRA DE PIELES DE CUEROS CRUDOS**



















**ORKUND**

**Document** TESIS Sr. VIDAL MARTÍNEZ ANTEPROYECTO A.docx (D15916872)

**Submitted** 2015-10-29 14:24 (-05:00)

**Submitted by** vida.martin@hotmail.com

**Receiver** mescoibar.ueb@analysis.orkund.com

**Message** Tesis Vidal Martínez Show full message

8% of this approx. 44 pages long document consists of text present in 4 sources.

**List of sources**

- <http://www.scooo.es/documentos/documento-13.pdf>
- <http://bmbemprende.blogspot.com/2013/02/estructura-organizacional-de-una-empresa.html>
- <http://www.andes.info.ec/es/econom%C3%ADa/3623.html>
- <http://www.definicion.org/cuero-crudo>
- <http://www.monografias.com/trabajos36/curtido-de-cuero/curtido-de-cuero2.shtml#iz2Y1...>
- Alternative sources**
- [PROYECTO DE INVERSION DEFINITIVO.docx](#)
- [Proyecto de inversion UEB. Final.pdf](#)
- [PROYECTO GRANOS SECOS FINAL.docx](#)
- <http://www.eluniverso.com/2008/07/24/1212171069BA86F68F42E6A8A4F4748E81BEE6...>
- [Evaluacion de Proyectos.... Tejidos a Mano....pdf](#)
- <http://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/309/1/T-UTEO-0020.pdf>
- [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20MUNICIPALES...](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20MUNICIPALES...)
- [http://base.socioeco.org/docs/iii\\_jornadas\\_nacionales\\_sobre\\_estudios\\_regionales\\_y\\_mercados...](http://base.socioeco.org/docs/iii_jornadas_nacionales_sobre_estudios_regionales_y_mercados...)
- <https://prezi.com/lfelaosixdjh/la-empresa/>
- <http://www.wipo.int/edocs/textdocs/laws/es/ec/ec050es.pdf>
- [http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4\\_ecu\\_mineria.pdf](http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_mineria.pdf)
- <http://www.economiasolidaria.org/files/Carta%20de%20Principios%20RIPES%20LA.pdf>
- <https://www.clubensayos.com/Espa%C3%B1ol/Estrategia-Organizacional/2457267.html>
- <https://www.clubensayos.com/Neociencias/Estructuras-Organizacionales/520426.html>

0 Warnings

Reset Export Share

calidad evitan los productos defectuosos y aseguran que se cumplan los estándares de calidad establecidos.

Sánchez, 2008) Cultura Organizacional Ética.- La integridad en un negocio requiere una cultura organizacional que la renforce. En teoría todo directivo y empleado debería resolver de manera instintiva cada problema ético