UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAMISETAS DE ALGODÓN PARA NIÑOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DEL AZUAY"

Tesis
previa a la obtención del

Título de Ingenieros Comerciales

DIRECTOR:

V. Ing. Jackson Valverde

AUTORES:

Eddie Omar Ramos Tello

Álvaro Leonel Ramos Tello

LOJA - ECUADOR

2012

Ing. Jackson Valverde, DOCENTE DE LA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Que, el presente trabajo de investigación, previo a la obtención del título de **INGENIEROS COMERCIALES**, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, junio del 2012

Atentamente,

Ing. Jackson Valverde.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

El contenido del presente trabajo, conceptos, ideas, opiniones, procedimientos de investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

Eddie Omar Ramos Tello

Álvaro Leonel Ramos Tello.

AGRADECIMIENTO

Queremos dejar constancia de nuestro sincero agradecimiento y gratitud a la Universidad Nacional De Loja, a los docentes de la carrera de Administración de Empresas, quienes con dedicación y solvencia académica impartieron sus valiosos conocimientos y sus sabias experiencias brindándonos su apoyo en todos los momentos de nuestra formación profesional.

De manera especial queremos expresar nuestro agradecimiento al Ing. Jackson Valverde J. Director de Tesis, quien supo guiar nuestros pasos para culminar con éxito nuestro trabajo.

Los Autores

DEDICATORIA

Al supremo creador, Dios, inspirador de mis luchas cotidianas, a mis padres, mis hijos mis hermanos y mi querida esposa, lo dedico con gratitud por su amor, comprensión y entrega, por su apoyo constante e incondicional, quienes son fuente de inspiración para cada día seguir adelante alcanzado nuevos triunfos.

Eddie Omar

A Dios, por brindarnos la dicha de la salud y bienestar físico y espiritual.

A mis padres, como reconocimiento a su esfuerzo, amor y apoyo incondicional, durante mi formación tanto personal como profesional, así como a mis hermanos, mis hijos y esposa, por su apoyo incondicional en todos mis actos, quienes me inspiran valor para seguir adelante en la carrera de la vida sin temor a nuevos retos.

Álvaro Leonel

a. TÍTULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAMISETAS DE ALGODÓN PARA NIÑOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DEL AZUAY"

b. RESUMEN

ESPAÑOL

Las actuales condiciones de competencia tornan necesario analizar proyectos de inversión que se proyecten a un cambio en el diseño de los productos, procesos, en la adaptación de maquinaria y equipo, personal, es decir, se requiere de rediseñar la estructura administrativa y organizacional de las empresas.

La implementación de una empresa de producción y comercialización de camisetas de algodón para niños permitió la aplicación de distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el Método Inductivo el mismo que dio una pauta para determinar las conclusiones generales del proyecto, el Método Deductivo en base a este se determinó el tamaño de la muestra, con datos generales y reales de la población a nivel local la demanda potencial, real, efectiva y demanda insatisfecha, el Método analítico sintético el que permitió, aplicar las ciencias administrativas y mediante la cual se determinaron las leyes generalizadoras de la empresa productora de camisetas de algodón para niños, el Método estadístico en cambio permitió medir los resultados obtenidos de las encuestas, además se determinó el mayor porcentaje de los cuales permitió determinar el problema de la factibilidad de crear una empresa de producción y comercialización de camisetas de algodón para niños.

En el estudio de mercado realizado en la provincia del Azuay, con una muestra de 399 personas y 281 comercializadoras (deportivos, almacenes,

boutiques y centros comerciales); tabuladas las encuestas se han analizado y se han desprendido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial de 2.564.610 camisetas, la Demanda Real 1.923.458 camisetas , Demanda Efectiva 1.346.421camisetas, La Oferta de 255.420 camisetas y la Demanda Insatisfecha de 1.137.822, el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.

La demanda insatisfecha refleja el mercado potencial que existe en la provincia antes citada para este producto, con los siguientes resultados: Para el primer año de vida útil del proyecto la demanda insatisfecha es de: 1.137.822 camisetas de algodón, la Capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en capacidad de producir 657.000 camisetas y cuya capacidad utilizada será de156.600 camisetas de algodón para niños, de los cuales se producirá el 70% de la capacidad utilizada para el primer año que corresponde a 109.620 camisetas de algodón para niños, además se determina la localización de la misma que estará ubicada en la ciudad de Cuenca, en el parque Industrial calles, Av. Octavio Chacón Moscoso y Cornelio Vintimilla. El proceso productivo demanda la utilización de maquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados.

Seguidamente se desarrolla la ingeniería del proyecto determinando los diagramas de procesos, las características de operatividad y gestión, requerimientos técnicos como equipos, instalaciones, muebles y enseres.

Así mismo se realizó un estudio administrativo determinándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada, y con la estructura orgánica funcional a los niveles jerárquicos tanto Legislativo, Ejecutivo, Nivel Asesor, Nivel Auxiliar de Apoyo, Nivel Operativo, así como los manuales de funciones, organigramas; que sirvieron de pauta para implementar una buena organización, ya que se contará con el siguiente personal: Gerente, una Secretaria, un Conserje-Guardián, una Contadora quienes serán parte del personal Administrativo, y el personal operativo distribuido de la siguiente manera: un Jefe de producción, un Jefe de Ventas, seis Obreros, y dos vendedores.

*El proyecto alcanza una inversión de **93.340,64** dólares y se financiará con un aporte de los socios el 57% del total de la inversión que corresponde a 53.340,64 dólares y un préstamo que mantendrá el proyecto con el Banco Pichincha constituirá el 43,00% que corresponde a 40.000 dólares a 5 años plazo al 15.20% de interés anual.*

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 350.132,67 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 90,69%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 2 años, 1 mes y 12 días, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 64% y disminuidos en un 33%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

Entre las conclusiones y recomendaciones más significativas tenemos, que el estudio de mercado desarrollado en la provincia del Azuay, nos determina que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la oferta y demanda. Se ha demostrado que existe una demanda insatisfecha considerable del producto a elaborarse, lo cual con la implementación de nuestra empresa, al 100% de su capacidad, será cubierta en un 23,83%.

Al presente producto por ser conocido en el mercado, y a la vez tener una fuerte competencia, es necesario que se implemente una campaña permanente utilizando los medios existentes como se lo señala en nuestra propuesta de comercialización.

TRANSLATION

The current competitive conditions become necessary to analyze investment projects are planned a change in the design of products, processes, adaptation of machinery and equipment, personnel, ie required to redesign the administrative and organizational structure of the companies.

The implementation of a production and marketing of cotton T-shirts for children allowed the application of different methods and techniques that enables research, as the inductive method that gave it a guideline to determine the overall conclusions of the project, the deductive method Based on this we determined the sample size, with general data and actual local population potential demand, real, effective and unmet demand, the analytical method that enabled synthetic, management science and applied whereby generalizing laws were established company producing cotton shirts for children, the statistical method however possible to measure the results of the survey also determined the highest percentage of which determined the issue of the feasibility of starting a business production and marketing of cotton T-shirts for children.

In the market study in the province of Azuay, with a sample of 399 people and 281 traders (sports, stores, boutiques and shopping centers); tabulated surveys have been analyzed and the results have been inferred then perform analysis market, determining the potential demand of 2,564,610 t, 1,923,458 t real demand, 1.346.421camisetas effective demand, the supply of 255,420 t and 1,137,822 unmet demand, which allowed us to determine that the project

can and should executed, the results obtained in the analysis of demand, supply and marketing levels for this product.

The unmet demand reflects the market potential in the province aforesaid for this product, with the following results: For the first year of the project life is unmet demand: 1,137,822 cotton shirts, the installed capacity of the project determines that the company will be able to produce 657,000 t capacity of which will be used de156.600 cotton shirts for children, which will occur 70% of the capacity used for the first year which corresponds to 109,620 cotton shirts for children also determines the location of the same which will be located in the city of Cuenca, in the Industrial park streets, Av Octavio Chacon Vintimilla Moscoso and Cornelius. The production process involves the use of suitable equipment, which will be guaranteed to get a quality product and reasonable prices.

Then develops the project engineering processes determining the diagrams, the operation and management features, technical requirements such as equipment, facilities, furniture and fixtures.

Likewise, a study administrative determined as a Limited Liability Company, and functional organizational structure to the hierarchical levels both Legislative, Executive, Level Advisory Support Assistant level, operational level, as well as operating manuals, charts; which served as a guideline for implementing a good organization, since it will have the following staff: Manager, a Secretary, a Concierge-Guardian, an accountant who will be part

of the administrative, and operational staff distributed as follows: a Head production, a sales manager, six workers and two sellers.

The project reaches an investment of $ 93,340.64 and will be funded with a contribution of partners to 57% of total investment corresponding to $ 53,340.64 and a loan to keep the project to be the 43.00 Banco Pichincha % which corresponds to $ 40,000 5-year term at 15.20% interest per year.

The financial evaluation shows the following results: According to the NPV of this project gives a positive value of $ 350,132.67, which indicates that the project or investment is suitable.

For the current project IRR is 90.69%, this value being satisfactory for the project, the time it would take to recover the original investment would be 2 years, 1 month and 12 days, for this project, the sensitivity are less than one, therefore do not affect changes in project costs and increased revenue decreased 64% and 33%, respectively, ie the project is not sensitive to these changes.

Among the most significant findings and recommendations have, that the market study developed in the province of Azuay, we determined that the project can and should be run by the results obtained in the analysis of supply and demand. It has been shown that there is a significant unmet demand of the product under development, which with the implementation of our business, at 100% capacity, will be covered by 23.83%.

When this product to be known in the market as both have strong competition, it is necessary to implement an ongoing campaign using existing facilities as it says in our marketing proposal.

c. INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país netamente exportador de productos basados en recursos primarios y de baja tecnología. La presencia manufacturera ecuatoriana en el mundo es todavía bastante limitada, aunque existen signos positivos de mejora participativa. El gran reto será sostener los niveles de crecimiento de las exportaciones manufactureras en los siguientes años. La alta dependencia del sector petrolero no va a ayudar, ni al crecimiento industrial, ni tampoco al incremento de contenido local en las exportaciones ecuatorianas.

A pesar del buen desempeño de algunos sectores productivos el rendimiento industrial del Ecuador en la última década ha sido menor del deseado; esto ha contribuido a que las políticas macro-económicas se queden cortas del objetivo de facilitar el desarrollo económico.

La administración es tan antigua como nuestra civilización, a lo largo del tiempo ha ido evolucionando a medida de la tecnología y de acuerdo a las necesidades que se han ido presentando en las diferentes naciones de acuerdo a su desarrollo.

Partiendo de lo expuesto se ha creído conveniente realizar un proyecto de factibilidad, el mismo que constituye una fuente de empleo, resultando para el usuario un producto que satisface las necesidades de vestimenta de gran parte de la población objeto de estudio.

En el estudio de Mercado, en el cual se analiza la demanda, oferta y demanda insatisfecha del producto que se pretende ofrecer a la ciudadanía azuaya, incluido un plan de comercialización.

Por tanto el tema de investigación denominado "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAMISETAS DE ALGODÓN PARA NIÑOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DEL AZUAY", está encaminado a contribuir al desarrollo socio-económico y comercial de la provincia del Azuay, brindando productos de calidad con las más estrictas normas de higiene y salubridad.

Se plantea el Estudio Técnico el que contiene lo referente a la capacidad instalada, la capacidad utilizada, la demanda insatisfecha, así como también, el tamaño y localización adecuada y la Ingeniería del proyecto que permite acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción.

En el Estudio Organizacional, en el cual se describe la organización jurídica y administrativa de la empresa, se propone su nombre y se sugiere un Manual de Funciones y de los puestos para el personal de la empresa.

Se realiza un Estudio Financiero, en el que se ordenó y sistematizó la información de carácter monetario estableciéndose la inversión del proyecto y se elaboró los cuadros de presupuestos.

Además se utilizó varios métodos como el científico, analítico, inductivo, deductivo, estadístico y técnicas como la observación directa, la entrevista y

la encuesta. Los cuales fueron utilizados para el desarrollo del presente proyecto de factibilidad.

De acuerdo a los estudios realizados, como son Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Organizacional, Estudio Financiero y Evaluación Financiera, se ha podido determinar la factibilidad del proyecto de inversión, el mismo que permite recomendar la implantación del proyecto tanto desde el punto de vista económico como financiero para su implantación.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LAS CAMISETAS

"La camiseta lleva un siglo en la historia de la humanidad y se ha convertido en la prenda de ropa por excelencia.

Desde sus orígenes como camisetas hasta la actualidad, quizá lo más reciente son las tiendas de camisetas por internet, estas prendas han servido como vestimenta de innumerables empresas, equipos deportivos, ejércitos, también como soporte publicitario de miles grupos de música, ciudades, productos, asociaciones y organizaciones. Las llenaron de color los hippies, saltaron a la fama con el cine, protestaron pidiendo justicia y paz, difundieron cultura, subieron a las pasarelas de moda; han sido estampadas de todas maneras: a mano, con tintes, con serigrafía, transfer, vinilos, bordados, de esta manera han tratado todos los temas: humor, amor, crítica, política, ecología, religión, sexo"[1]

CAMISETAS

"Una camiseta, franela, playera, polera, polo, remera o suéter es una prenda de vestir por lo general de mangas cortas, cuello redondo, sin bolsillos y sin botones a lo largo de su parte frontal (este último detalle es el que las distingue de las camisas, aunque pueden tener dos o tres en la parte superior delantera para ampliar la abertura del cuello). Existen diversos

---

[1] 1001camisetas.com/2008/04/historia-de-la-camiseta-como-prenda

diseños, que varían algunas de sus características básicas, por ejemplo, modificando el cuello redondo (también llamado "en caja") por otro en "V" (o de pico) o añadiendo bolsillos. Además de manga corta, las hay de manga larga e incluso sin mangas, y también de tirantes. Su longitud varía desde la mitad del muslo hasta por encima del ombligo, aunque lo normal es que acabe donde empieza el pantalón o falda, es decir, sobre las caderas.

Habitualmente está confeccionada con hilo de algodón, lo que la hace una prenda fresca, ligera y muy cómoda de llevar. Puede usarse como ropa interior, pero en climas cálidos se lleva a menudo como única prenda de vestir en la parte superior del cuerpo (aunque las mujeres suelen llevar debajo un sujetador).”[2]

Las camisetas se suelen personalizar con serigrafías, impresiones en vinilo, bordados u otros elementos decorativos con algún texto o dibujo publicitario, chistoso o reivindicativo, lo cual refuerza el carácter desenfadado de la prenda. Por ejemplo, las hay con algún logotipo empresarial, que conmemoran algún evento (como los juegos olímpicos o un concierto), con una tira cómica, con fotografías o dibujos de grupos y solistas musicales e incluso con un poema.

Desde los años noventa han surgido, con el auge de Internet, tiendas en línea que ofrecen este tipo de prendas, cuyos diseños y cantidad producida se hacen de manera personalizada. Aunque se puede afirmar que desde los

[2] Carlos Manuel Rojas, LA INDUSTRIA EN EL ECUADOR, Pág. 112, año 2001

años cincuenta son todo un símbolo del modo de vida occidental, extendido mundialmente.

MARCO CONCEPTUAL

PROYECTOS DE INVERSIÓN

CONCEPTO:

Un proyecto de inversión es el entrecruzamiento de variables financieras, económicas, sociales y ambientales que implican el deseo de suministrar un bien o de ofrecer un servicio, con el objetivo de determinar su contribución potencial al desarrollo de la comunidad a la cual va dirigida, y de estructurar un conjunto de actividades interrelacionadas que se ejecutaran bajo una unidad de dirección y mando, con miras a lograr un objetivo determinado, en una fecha definida, mediante la asignación de ciertos recursos humanos, materiales y económicos.

ESTUDIO DEL MERCADO

DEFINICION

Un mercado es el conjunto de consumidores potenciales que comparten una necesidad o deseo y que podrán estar dispuestos a satisfacerlo a través del intercambio de otros elementos de valor.

"El tamaño del mercado depende del número de personas que muestren una necesidad, tengan recursos que interesen a la otra parte y estén deseando

intercambiar estos recursos por los que ellos desean. En esta parte del estudio es necesario un diagnostico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, esto es: Precio, calidad, canales de comercialización publicidad, plaza, promoción, etc. Todo esto permitirá conocer el posicionamiento del producto en el mercado".[3]

El mercado es considerado como al lugar en que convergen las fuerzas de la oferta y demanda para llevar a efecto operaciones de traspaso de dominio de bienes o servicios cuyo valor está determinado por el precio.

En ambos casos teniendo como agente regular al precio; al mismo que se lo concibe como la cantidad de unidades monetarias a pagar por un bien o servicio.

Una vez realizado el análisis de oferta y demanda, se podrán hacer estimaciones del precio esperado de los productos a lo largo de la vida útil del proyecto. En cuanto a los insumos y materias primas es necesario conocer los diferentes demandantes, no solo a nivel de otros productores del bien o servicio que genere el proyecto, sino también de todos aquellos que hagan uso de ellos.

Es necesario un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, obliga a la realización de un análisis profundo de la oferta, demanda, precios, comercialización; es decir determinar: cuánto, a quién, cómo y dónde se venderá el producto o servicio.

---

[3]BACA, Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 2000

"Es importante establecer la disponibilidad presente y futura de los distintos insumos y materias primas, tanto en el mercado local y regional; y buscar posibles alternativas de sustitución".[4]

Una vez determinada la demanda, se debe estudiar la OFERTA, es decir, la competencia de venta de camisetas de algodón, cuántas empresas que comercializan o venden camisetas de algodón existen, si se importa de otros lugares, se debe hacer una estimación de cuanto de oferta. De la oferta y la demanda se definirá cuánto será lo que se oferte y a que precio, éste será el presupuesto de ventas.

Conocer la demanda de camisetas de algodón es uno de los requisitos más importantes de mercadeo, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los camisetas de algodón y a qué precio. En el análisis de la demanda se deben estudiar aspectos tales como:

Los tipos de consumidores a los que se quiere vender las camisetas de algodón segmentados geográficamente, demográficamente y psicográficamente.

OBJETIVOS DE ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente,

[4]BACA, Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 2000

el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. El estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en e mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada. [5]

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Finalmente, estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

ELEMENTOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

INFORMACIÓN BASE (IB).

"La constituyen los resultados provenientes de fuentes primarias y que han sido recogidos mediante diferentes instrumentos de investigación (encuestas, entrevistas, guías de observación, etc. y con diferentes técnicas (muestreo, constatación física, observación, etc.).Para la recolección de esta información es importante destacar que: para las

[5]BACA, Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 2000

entrevistas, la observación y la constatación física se hace necesario elaborar una guía que oriente sobre los aspectos claves que se desea conocer y cuyo aporte es fundamental para el proyecto".[3]

En cuanto a la aplicación de encuestas es fundamental tener en claro lo siguiente:

- *Cuando se debe trabajar con poblaciones muy pequeñas es preferible encuestar a toda la población, en el caso de comunidades rurales.*
- *Cuando la población es demasiado grande o infinita es aconsejable realizar el muestreo, para lo cual es indispensable el determinar el tamaño de la muestra.*

De igual manera, para el tamaño de la muestra se debe tomar en consideración que un tamaño grande de muestra no siempre significa que proporcionará mejor información que un tamaño pequeño de ella, la validez de la misma está en función de la responsabilidad con que se apliquen los instrumentos por parte de los investigadores; por otro lado el aplicar un mayor número de encuestas siempre requerirá la utilización de mayor tiempo y recursos.

Para determinar el tamaño de la muestra se puede utilizar una de las siguientes formulas:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población total

E = Error experimental

P = Probabilidad de éxito

$$n = \frac{N}{1 + N E^{2}}$$

PRODUCTO PRINCIPAL

"Es la descripción detallada del producto que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, destacando sus características principales, en lo posible deberá acompañarse con un dibujo a escala en el que se muestren las características".[6]

Se deben reunir los datos que permitan identificar al producto principal, señalar sus características físicas, químicas o de cualquier otra índole. Es necesario aclarar si se trata de productos para exportación, tradicionales, o un nuevo producto.

Se debe tomar en consideración los siguientes aspectos que permiten ubicarlos por su naturaleza y uso:

Por resistencia al tiempo pueden ser:

a. Duraderos (activos fijos)

b. No Duraderos (alimentos).

Por la oportunidad y servicio:

[6]SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004.

a. *De conveniencia, entre los que se tiene a los considerados básicos (alimentos) cuya compra se planifica y, los denominados por impulso (adornos) que son los que generalmente se compran basados en una buena opción de oferta.*
b. *Comparables, que se dividen en homogéneos (libros, bebidas) cuyas características son comunes y, heterogéneos (implementos deportivos, bienes muebles) cuyas características son completa- mente diferentes.*
c. *De especialidad, cuya satisfacción proporcionada obliga al cliente a regresar (servicio médico, mecánico, etc.).*
d. *No buscados, por cuanto no se quiere tener relación alguna con ellos, pero que en caso necesario pueden utilizarse (hospitales).*
e. *Por su destino, los de consumo final (alimentos) los que luego de satisfacer una necesidad desaparecen y, los de consumo intermedio (materia prima) que generalmente son utilizados como parte de un proceso para obtener otro producto.*

PRODUCTO SECUNDARIO

Son los productos que se obtienen con los residuos de materia prima y cuya producción está supeditada a que el proceso lo permita. Un proyecto no necesariamente puede obtener productos secundarios. Se debe señalar si se originan subproductos en la fabricación del producto principal y el uso que se les dará.[7]

[7]SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004.

PRODUCTOS SUSTITUTOS

En esta parte debe hacerse una descripción clara de los productos que pueden reemplazar al producto principal en la satisfacción de la necesidad.

Se debe señalar la existencia y características de productos similares en el mercado, y que puedan competir con ellos en el mercado, indicando en qué condiciones pueden favorecer o no al producto objeto de estudio.

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS.

Son los productos que hacen posible se pueda utilizar al producto principal. Debe considerase que no todo producto principal necesita de un producto complementario para la satisfacción de las necesidades, pero se debe identificar esos productos complementarios destacando sus relaciones con el producto, para que sean incluidos en el estudio de mercado.[8]

Es importante indicar si el uso o consumo del producto está condicionado por la disponibilidad de otros bienes y servicios.

MERCADO DEMANDANTE.

En esta parte debe enfocarse claramente quienes serán los consumidores o usuarios del producto, para ello es importante identificar las características comunes entre ellos mediante una adecuada segmentación del mercado en función de: sexo, edad, ingresos, residencia, educación, etc.

[8]SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004.

ANALISIS DE LA DEMANDA.

Este estudio permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto. En un proyecto puede suceder que la demanda este cubierta en función de la cantidad, no así en cuanto a la calidad o el precio, por lo tanto seguirá existiendo la necesidad y por consiguiente la oportunidad para un nuevo proyecto.[6]

Se concibe a la demanda como la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

El análisis de la demanda busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado.

A la demanda se la debe considerar desde varios puntos de vista como son:

Por su cantidad, *de acuerdo a ello se la puede clasificar de la siguiente manera:*

a. *Demanda Potencial. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado.*
b. *Demanda Real. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado.*

c. *Demanda Efectiva.- La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo .*

Demanda Insatisfecha. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

Por su oportunidad, *en cuanto a calidad y cantidad puede clasificarse en:*

a. *Demanda insatisfecha, en la que los bienes o servicios ofertados no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, en cantidad o en precio.*
b. *Demanda satisfecha, en la cual lo que se produce es exacta- mente lo que requiere el mercado para satisfacer una necesidad.*

Por el destino *que tiene se clasifica en:*

a. *Demanda final, cuando el producto es adquirido por el consumidor o usuario para su aprovechamiento.*
b. *Demanda intermedia, cuando el producto es adquirido en calidad de componente de un proceso para obtener un producto final diferente.*

Por su permanencia en el mercado.

a. *Demanda continua. Permanece y se incrementa cada vez en el mercado.*

b. Demanda temporal, ocurre en determinados momentos y bajo ciertas circunstancias.

Por su importancia.

a. De productos necesarios, el mercado requiere para su desarrollo armónico: Ej. Vestido.

b. De productos suntuarios, responde a gustos y preferencias especiales. Ej. Perfumería.

Para estimar o proyectar la demanda se puede utilizar los siguientes métodos según sean las condiciones:

- *Regresión lineal.- Este método indica la forma como se relacionan las variables,*
- *Tendencia histórica.- Cuando no se conoce valores de una serie de tiempo. Se toma como referente un dato inicial y un dato final.*

ESTUDIO DE LA OFERTA.

"La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado".[9]

En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del producto relacionado con el del proyecto, estos constituyen la competencia, por tanto es fundamental el conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su

[9]SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004.

producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, empaque, etc.; su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto; etc.

Para determinar las cantidades o volúmenes de la oferta existente o para proyectarla se puede utilizar los mismos métodos utilizados para el estudio de la demanda.

Clases de oferta: Las más utilizadas y que juegan papel fundamental en el mercado son:

- *De libre mercado, en ella existe tal cantidad de oferentes del mismo producto que su aceptación depende básicamente de la calidad, el beneficio que ofrece y el precio. No existe dominio de mercado.*
- *Oligopólica, en la cual el mercado se encuentra dominado por unos pocos productores, los mismos que imponen sus condiciones de cantidad, calidad y precios.*
- *Monopólica, en la cual existe un productor que domina el mercado y por tanto el impone condiciones de cantidad, calidad y precio del producto.*

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.

La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

Es importante conocer que para la comercialización se utilizan los canales de distribución los cuales están concebidos como "el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en función del cual se puede incrementar su valor". [10]

Existen varios canales de comercialización que se aplican para productosde consumo popular como para los de consumo industrial y su elección apropiada depende del productor, las rutas de cada uno de ellos son las siguientes.

a). Para productos industriales.

- *Productor – Usuario Industrial: Cuando el productor vende directamente al usuario.*
- *Productor – Distribuidor Industrial Usuario Industrial: Se utiliza cuando el productor no puede cubrir personalmente diferentes mercados.*
- *Productor – Agente – Distribuidor – Usuario Industrial. – Se da normalmente cuando no es posible al productor cubrir geográficamente los mercados; este agente cumple las veces del productor pero obliga a incrementar el precio del producto.*

b). Para productos de consumo popular.

- *Productores - Consumidores. Cuando el consumidor acude directa- mente al productor para adquirir el producto. Es el canal más rápido de comercialización.*

[10]SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004.

- *Productor – Minorista Consumidor – El objetivo básico de este canal es que una mayor cantidad de minoristas exhiban y vendan el producto.*
- *Productor – Mayorista – Minorista – Consumidor. Se utiliza este canal cuan- do se trata de productos de mucha especialización y en donde el mayorista cumple el papel de auxiliar directo de la empresa.*
- *Productor – Agente – Mayorista – Minorista – Consumidor- Se utiliza para cubrir zonas geográficas alejadas de los lugares de producción,*

es uno de los más utilizados y se aplica para casi todos los productos.

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN

ESTUDIO TÉCNICO.

DEFINICIÓN

"Tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el

estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos".[11]

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Tamaño

Es la relación de la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.

Para determinar el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de mano de obra, etc.

El tamaño óptimo elegido debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menor riesgo de mercado para el proyecto.

Capacidad instalada.

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa. Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.[9]

---

[11]SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004.

Capacidad utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.

Localización

Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementará la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

Microlocalización

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

Macrolocalización

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

Factores de localización

Constituyen todos los aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto.[12]

INGENIERÍA DEL PROYECTO

"Tiene como función acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario".[10]

Infraestructura Física.

Se relaciona con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. Debe contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión[13]

[12]BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008
[13]BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008

Distribución en planta.

La distribución del área física así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

Una buena distribución debe considerar los siguientes aspectos:

1. *Control, todos los componentes necesarios para el proceso deben permitir su control para el trabajo armónico.*
2. *Movilización, todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo la libre circulación de personal, sin interrumpir otras operaciones.*
3. *Distancia, el flujo de operaciones secuenciales debe realizarse utilizando los tiempos adecuados sin ocasionar demoras debido a la distancia entre los recursos utilizados para las operaciones.*
4. *Seguridad, toda operación debe ejecutarse en condiciones que garantice la máxima seguridad al trabajador.*
5. *Espacio, el espacio de trabajo debe ser considerado no solo en dos dimensiones, sino en forma tridimensional, esto es largo, ancho y alto.*
6. *Flexibilidad, la distribución debe ser de tal forma que pueda reajustarse cuando las condiciones lo requieran, sin entorpecer o imposibilitar el trabajo.*

7. *Globalidad, la distribución debe permitir la integración de todos los componentes del proceso en un mismo ambiente.*

Proceso de Producción.

Describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno. Posteriormente debe incluirse el flujograma del proceso, es decir representar gráficamente el mismo, indicando los tiempos necesarios para cada fase; además es importante incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando .las principales características del mismo tales como: estado, color, peso, empaque, forma, ciclo de vida, etc.

Diseño del producto

El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en él para lograr una completa satisfacción de su necesidad, para un diseño efectivo del producto debe considerarse siempre los gustos y preferencias de los demandantes, entre ellos se tiene:

- *Presentación,*
- *Unidad de medida,*
- *Tiempo de vida, etc.*

Flujograma de Proceso

Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujogramas de proceso difieren significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración; lo que debe quedar claro es que el flujograma debe mostrar las actividades y su secuencia lógica.

FLUJOGRAMA

"El Flujograma o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

El Flujograma o Fluxograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo empleado, etc".[14]

Es una representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso, además de la secuencia de actividades, el flujograma muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del

[12]BACA, Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 2000

proceso, lasdecisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas (en la cadena cliente/proveedor)

El flujograma hace más fácil el análisis de un proceso para la identificación de:

Las entradas de proveedores; las salidas de sus clientes y de los puntos críticos del proceso.

a). SIMBOLOS:

El flujograma utiliza un conjunto de símbolos para representar las etapas del proceso, las personas o los sectores involucrados, la secuencia de las operaciones y la circulación de los datos y los documentos.

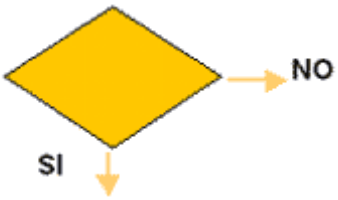
Los símbolos más comunes utilizados son los siguientes:

- ***Límites:*** *Este símbolo se usa para identificar el inicio y el fin de un proceso:*

- ***Operación:*** *Representa una etapa del proceso. El nombre de la etapa y de quien la ejecuta se registra al interior del rectángulo:*

- ***Documento:*** *Simboliza al documento resultante de la operación respectiva. En su interior se anota el nombre que corresponda:*

- ***Decisión:*** *Representa al punto del proceso donde se debe tomar una decisión. La pregunta se escribe dentro del rombo. Dos flechas que salen del rombo muestran la dirección del proceso, en función de la respuesta real:*



- ***Sentido del flujo:*** *Significa el sentido y la secuencia de las etapas del proceso:*

SE USA PARA:

- ✓ *Entender un proceso e identificar las oportunidades de mejora de la situación actual.*
- ✓ *Diseñar un nuevo proceso, incorporando las mejoras (situación deseada).*

- ✓ *Facilitar la comunicación entre las personas involucradas en el mismo proceso.*
- ✓ *Divulgar, en forma clara y concisa, informaciones sobre procesos.*

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL.

Estructura Organizativa

- ***Base Legal***

"Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

1. *Acta constitutiva. Es el documento certificatorio de la conformación legal de la empresa, en el se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.*
2. *La razón social o denominación. Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.*
3. *Domicilio. Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar clara- mente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.*
4. *Objeto de la sociedad. Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.*

5. *Capital social. Debe indicarse cual es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.*
6. *Tiempo de duración de la sociedad. Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.*
7. *Administradores. Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma"*[13]

- ***Estructura Empresarial***

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las

que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:[15]

- ***Nivel Legislativo-Directivo***

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, esta conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación esta representado por la Presidencia.

- ***Nivel Ejecutivo***

Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombra- do por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

- ***Nivel asesor***

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la

[15] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008.

posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

- ***Nivel de Apoyo***

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa,

- ***Nivel Operativo***

  Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

Organigramas

EL Flujograma o Diagrama de Flujo, son gráficos que señalan el movimiento, desplazamiento o curso de alguna cosa, que bien puede ser una actividad, un formulario, un informe, materiales, personas o recursos.

Es importante ya que ayuda a designar cualquier representación gráfica de un procedimiento o parte de este, brinda elementos de juicio idóneos para la representación de procedimientos y procesos, así como las pautas para su manejo en sus diferentes versiones.[16]

Manuales

Manual de Funciones

Es importante el plantear una guía básica sobre la cual los inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses.

[16] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008.

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

Relación de dependencia (Ubicación interna)

Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)

Naturaleza del trabajo

Tareas principales. Tareas secundarias. Responsabilidades

Requerimiento para el puesto.

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo a información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo

ESTUDIO FINANCIERO

"El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de producción la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores

económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad".[17]

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- *Activos Fijos*
- *Activos Intangibles y,*
- *Capital de Trabajo*

ACTIVOS FIJOS.

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico.

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente

[17]BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008, Pág. 103.

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO.

Se considera el capital, en el presente caso, el proyecto para su funcionamiento normal de actividades y su recuperación económica mediante su comercialización, es necesario de un tiempo máximo de un mes, esto garantizará la disponibilidad de recursos suficientes para cubrir los costos de producción y operación, tiempo que posiblemente demorará la recuperación de los fondos para ser utilizados nuevamente en el proceso. A continuación describiremos los gastos que representará el capital de trabajo.

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por la venta de los bombones de chocolate en cajas de diez unidades.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

"Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas."[18]

[18] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008, Pág. 105

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida obtenida durante un período económico, resultados que sirven para obtener mediante análisis, conclusiones que permitan conocer como se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

INGRESOS:

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

EGRESOS:

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros, como podrá observarse en el cuadro descrito a continuación:

PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que se detallan en el cuadro que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" los años de vida útil del proyecto

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

COSTOS FIJOS.- *Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.*

COSTOS VARIABLES.- *Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.*

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.

Valor Actual Neto.- *Trata sobre los montos actuales en el que se procede a determinar si el valor actual del flujo esperado puede justificar los desembolsos originales.*

$$\textbf{VAN} = \sum FNA - \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

Valor TASA Interna de Retorno.- *Es un indicador que muestra la capacidad de ganancias de un proyecto y la factibilidad de ejecutarlo o no. Cuando la TIR es superior al costo de oportunidad del capital se lo pude ejecutar.*

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

Período de Recuperación de Capital- *Permite conocer el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión inicial mediante el flujo de entradas de efectivo que producirá el proyecto.*

INVERSIÓN-SUMA DE PRIMEROS FLUJOS

PRC = AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN + ----------

SUMA AÑOS QUE SUPERA LA INVERSIÓN

Relación Beneficio Costo.- *Es el resultado obtenido de la comparación de los valores actuales de los ingresos con el valor actual de los egresos.*

$$R\ (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

Análisis de Sensibilidad.- "*En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, para medir si le afectan o no, las situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.*

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- *Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.*
- *Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.*
- *Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible."*[19]

[19] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008, Pág. 109

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Los materiales y métodos utilizados durante el desarrollo del presente proyecto, se detalla a continuación:

MATERIALES

- *Materiales de escritorio.*
- *Pen-drive*
- *Computadores*
- *Calculadoras*
- *Esferos*
- *hojas*
- *Bibliografía*
- *Levantamiento y Reproducción de textos*
- *Internet*

MÉTODOS

Método Científico*: Es un conjunto de procedimientos lógicamente sistematizados, en la presente se determinó en la aplicación de la administración como ciencia que sirvió para descubrir nuevos datos, causas y efectos, determinando la objetividad de la empresa productora de Camisetas de algodón para niños.*

Método Inductivo*.-Este método consiste en analizar ciertos fenómenos para luego establecer relaciones del hecho con la investigación y obtener conclusiones. La aplicación de este método se basó en la aplicación de encuestas, es decir determinar hechos y fenómenos relacionados con la empresa productora de Camisetas de algodón para niños, a fin de obtener*

información objetiva, que en el presente caso se utilizó en el estudio de mercado y estudio técnico.

Método Deductivo.- *El proceso que sigue este método es sintético-analítico, que se basa en la presentación de conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales, de las cuales se extrae conclusiones particulares. Se utilizó este método en el muestreo estadístico, determinándose hechos importantes en el fenómeno investigado.*

Método Descriptivo*.- Se aplicó en la redacción del proyecto, especialmente en lo referente a la interpretación racional y el análisis objetivo de los hechos o fenómenos que se encontraron en la obtención de datos e información que fueron aplicados en la construcción de las fases del proyecto. La investigación es de tipo descriptivo, en vista que se presentan los hechos tal como ocurren en la realidad. Por otra parte, también la investigación entra en un estudio de predicción, en razón de realizarse proyecciones de algunas variables como la demanda, precios, ingresos, costos, utilidades, etc.*

Método Estadístico*: Es un proceso sistemático, que sirvió para poder tabular e interpretar las encuestas para la realización del estudio de mercado.*

TÉCNICAS

Bibliográfica.- *Esta técnica permitió seleccionar y recopilar todo el material bibliográfico relacionado con la empresa productora de Camisetas de algodón para niños, como: libros, tesis, revistas, documentos, folletos, Internet, etc.*

ENCUESTA.- *Sé utilizó la técnica de la encuesta con la recolección de datos y así mismo organizar, tabular y presentar la información obtenida, permitiendo de esta manera analizar los resultados.*

Se aplicaron dos encuestas; la primera sirvió para determinar la demanda, la misma fue aplicada a la población económicamente activa de la provincia del Azuay la cual para el año 2012 es de 316.619 de acuerdo a los datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) censo del año 2010, la que permitió determinar la demanda de camisetas de algodón para niños.

Tamaño de la Muestra para la Demanda.- *Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:*

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{316.619}{1+316.619(0.05)^2}$$

$$n = \frac{316.619}{792,5475}$$

n= 399 total de encuestas aplicar.

La segunda encuesta se la aplicó a los oferentes de la provincia del Azuay la cual se ha procedido a determinar los establecimientos que venden y producen camisetas para niños, para lo cual se determinó que el Servicio de Rentas Internas existen legalmente registrados 31 almacenes deportivos, 567 almacenes, 342 Boutiques y 6 centros comerciales, lo que da como resultado la existencia de 946 establecimientos, a estos se le aplica la fórmula para determinar la muestra.

Tamaño de la Muestra para la Oferta.- *Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:*

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{946}{1+946(0.05)^2}$$

$$n = \frac{946}{3,365}$$

n= 281 total de encuestas aplicar

Para aplicar las encuestas

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL PARA DETERMINAR LA DEMANDA

Nombre de provincia	**Población económicamente activa**	MUESTRA	PORCENTAJE
AZUAY	316.619	399	100%

Nombre de cantón	Población económicamente activa	MUESTRA	
CUENCA	231.072	291	73%
GIRON	5.023	6	3%
GUALACEO	17.476	22	5.5%
NABON	6.228	8	2%
PAUTE	10.731	14	3.5%
PUCARA	2.993	4	1%
SAN FERNANDO	1.723	2	0.5%
SANTA ISABEL	7.585	10	2.5%
SIGSIG	11.805	15	3.7%
OÑA	1.538	2	0.5%
CHORDELEG	5.731	7	1.75%
EL PAN	1.064	1	0.25%
SEVILLA DE ORO	2.410	3	0.75%
GUACHAPALA	1.257	2	0.5%
CAMILO PONCE ENRIQUEZ	9.983	12	3%

Fuente: *INEC Censo año 2010*
Elaboración*: Los Autores*

f. RESULTADOS

RESULTADO DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE LA PROVINCIA DEL AZUAY

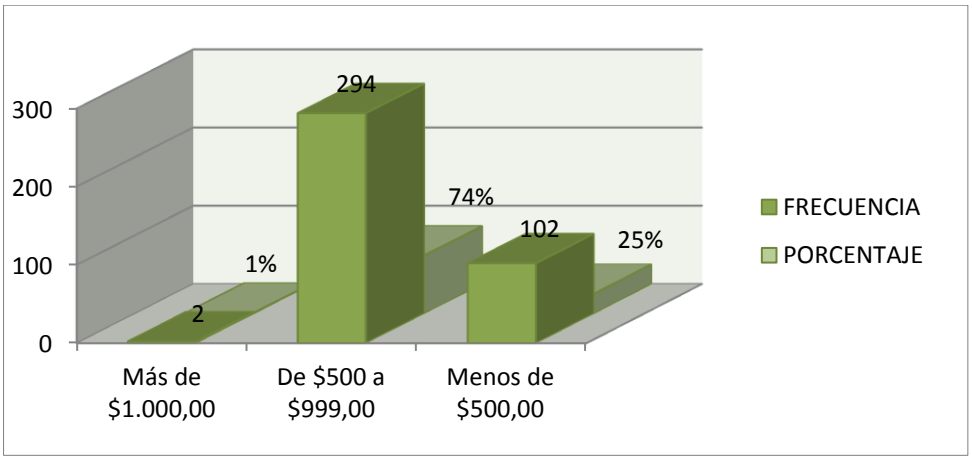
1. ¿En cuál de los siguientes rangos está su ingreso mensual?

CUADRO Nº 2

INGRESOS MENSUALES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Más de $1.000,00 De $500 a $999,00 Menos de $500,00 No contesta	*3* *294* *102* *0*	*1* *74* *25* *0*
TOTAL	***399***	***100%***

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 1



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 74% se encuentra en el rango de ingresos que comprende entre ($500,00-$999,00); el 25% en el rango de ingresos menos de ($500,00); finalmente un inferior porcentaje que equivale al 1% que se ubica en un rango de ingresos más de $1000,00 dólares.

Lo que determina que en la provincia del Azuay, la mayoría de familias cuentan con una fuente de ingresos fijos que están entre ($500,00-$999,00).

2. ¿Indique si tiene niños (as) en su hogar?

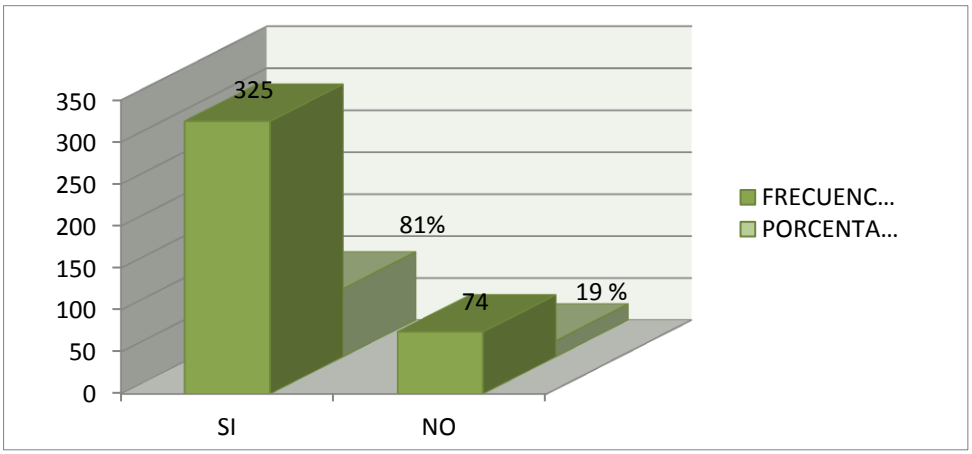
CUADRO Nº 3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	325	81
NO	74	19
TOTAL	**399**	**100%**

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 2



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 81% manifiesta que tienen niños en su hogar; y, únicamente el 19% de los encuestados manifiestan que no tienen niños en sus hogares.

Lo que determina que en la provincia del Azuay, la mayoría de familias tienen niños es su hogar.

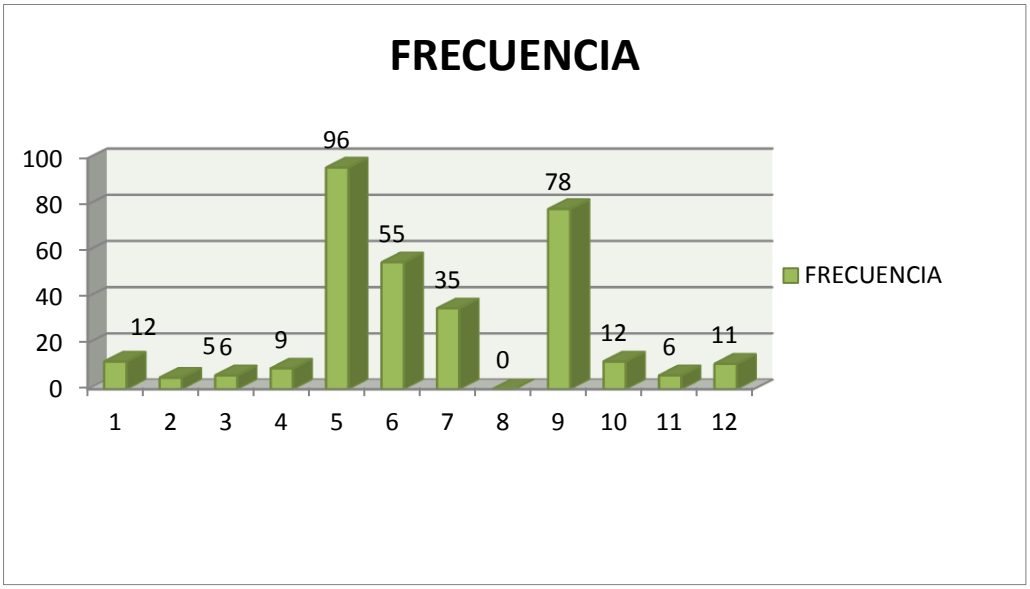
2.1. ¿En qué edad están sus niños?

CUADRO Nº 3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1	12	4
2	5	2
3	6	2
4	9	3
5	96	30
6	55	16
7	35	11
8	0	0
9	78	23
10	12	4
11	6	2
12	11	3
TOTAL	**325**	**100%**

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 2



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 30% que en sus hogares hay niños de 5 años, el 23% de 9 años, el 16% de 6 años, el 11% de 7 años, y desde el 4 % hacia adelante en las demás edades de entre 1, 2, 3, 4, 10, 11 y 12 años respectivamente.

Lo que determina que en la provincia del Azuay la mayoría de niños que hay en los hogares azuayos son de entre 5 y nueve años de edad.

3. ¿Utiliza para sus niños camisetas de algodón?

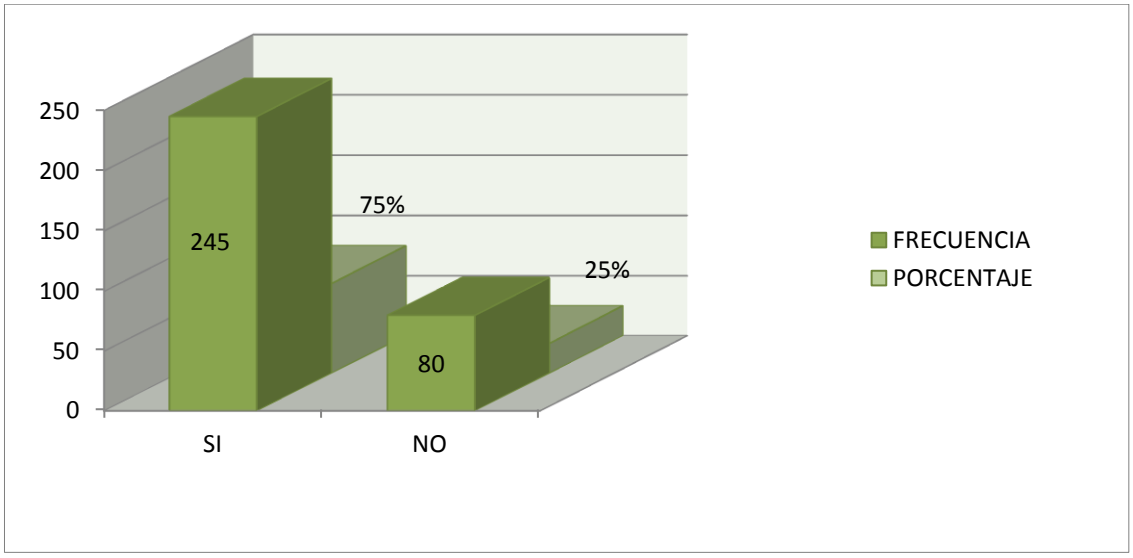
CUADRO Nº 4

VARIABLE	*FRECUENCIA*	*PORCENTAJE %*
SI	*245*	*75*
NO	*80*	*25*
TOTAL	***325***	***100%***

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 3



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 75% del total de encuestados manifiestan que si utilizan camisetas de algodón para sus niños; mientras que, únicamente el 25% de los encuestados manifestaron que no, esto debido a gustos y preferencias.

Lo que determina una buena aceptación de camisetas en la provincia del Azuay

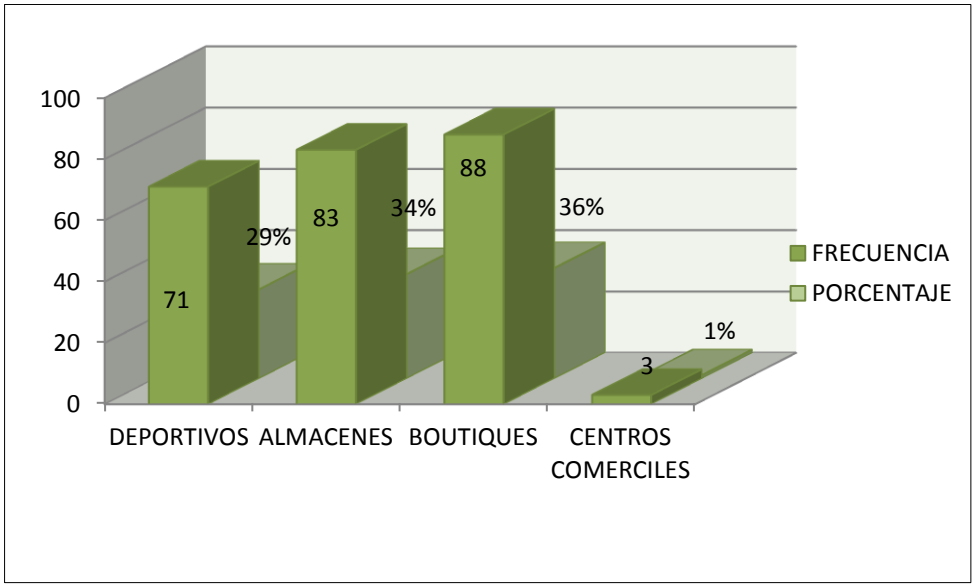
4. ¿Dónde adquiere regularmente el producto?

CUADRO Nº 5

LUGARES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Deportivos	*71*	*29*
Almacenes	*83*	*34*
Boutiques	*88*	*36*
Centros Comerciales	*3*	*1*
Otros	*0*	*0*
TOTAL	***245***	***100***

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 4



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de personas que contestaron que si compran camisetas de algodón el 36% lo realiza en Boutiques, el 34% en almacenes, el 29% en deportivos; y, únicamente el 1% en centros comerciales. Lo que determina que la mayoría de encuestados compran en Boutiques y almacenes de la localidad.

Lo que determina que la mayoría de encuestados compran en las Boutiques de la provincia del Azuay.

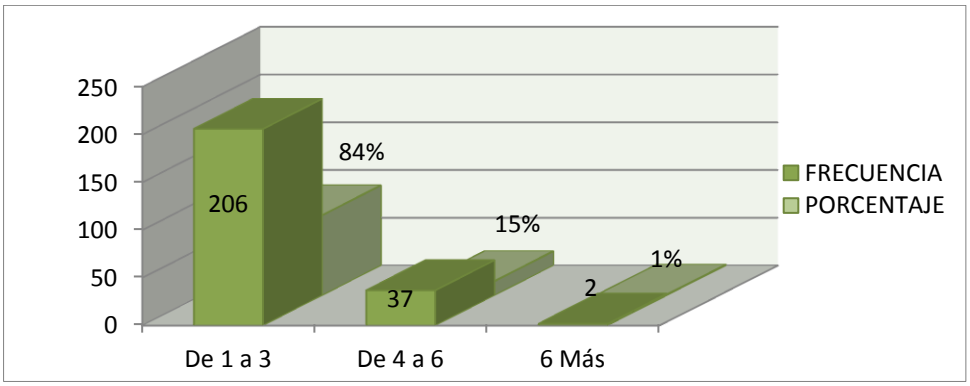
5. **¿Qué cantidad de camisetas de algodón compra trimestralmente?**

CUADRO Nº 6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1 a 3	206	84
4 a 6	37	15
6 más	2	1
TOTAL	**245**	**100**

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 5



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de los encuestados el 84 % adquieren entre 1 a 3 camisetas de algodón trimestralmente, 15% entre 4 a 6 camisetas de algodón; y únicamente el 1% más de 6 camisetas de algodón.

De estos resultados concluimos que la mayoría de encuestados compran entre 1 a 3 camisetas de algodón trimestralmente.

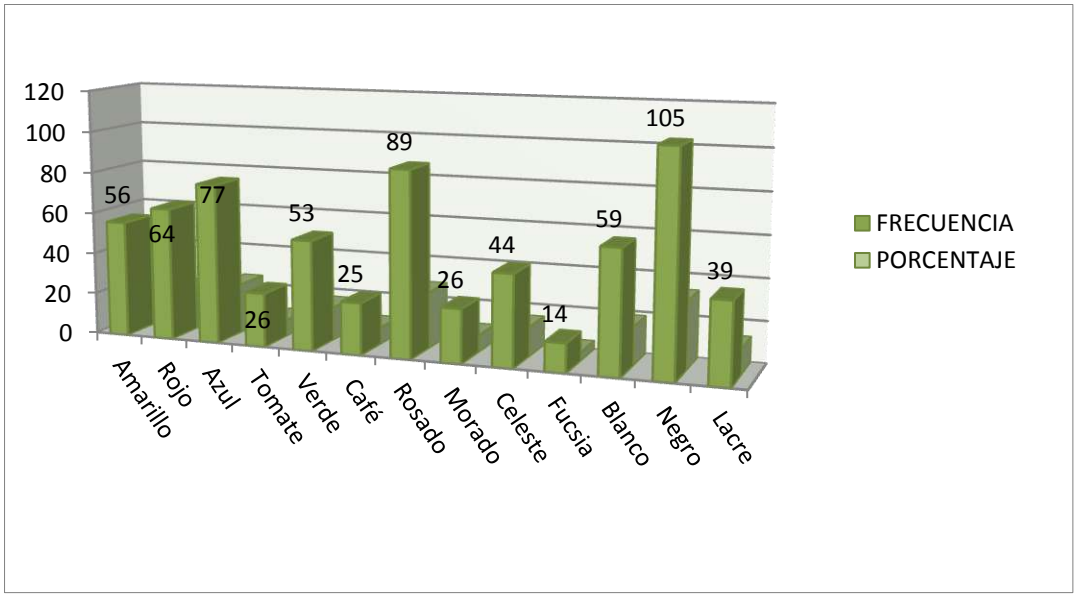
6. ¿Indique los colores de su preferencia para camisetas de algodón para niños (as)?

CUADRO Nº 7

VARIABLE	FREC.	PORCENTAJE %
Amarillo	56	17
Rojo	64	20
Azul	77	24
Tomate	26	8
Verde	53	16
Café	25	8
Rosado	89	27
Morado	26	8
Celeste	44	14
Fucsia	14	4
Blanco	59	18
Negro	105	32
Lacre	39	12

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 6



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al tratarse de una pregunta de varias alternativas, los encuetados contestaron de varias alternativas, determinando que la mayoría de encuestados prefieren los colores negro, rosado, azul, rojo, blanco, amarillo y verde, entre los más preferidos para las camisetas de algodón para niños.

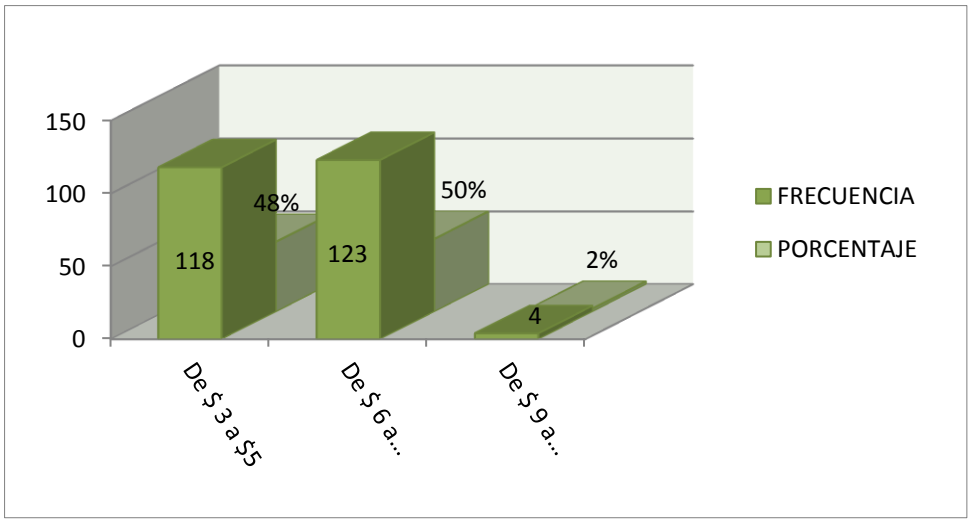
7. ¿Cuánto paga usted por una camiseta de algodón para niños?

CUADRO Nº 8

NIVELES DE PRECIO	CAMISETAS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
De $ 3 a $ 5	118	48
De $ 6 a $ 8	123	50
De $ 9 a $ 11	4	2
Más de $ 11	0	0
TOTAL	**245**	**100%**

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los datos obtenidos deducimos que el costo de las camisetas de algodón está en el rango de $6 a $8 dólares con un porcentaje de 50%. Concluimos que en el mercado no se puede podría ofertar camisetas de algodón a un precio de venta que supere a $ 6 dólares.

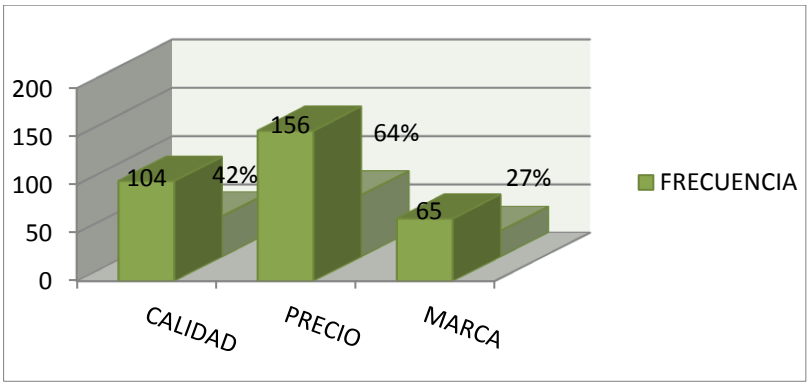
8. ¿Al momento de realizar la compra, cuál de las siguientes características son de mayor relevancia para usted?

CUADRO Nº 9

VARIABLE	FREC.	PORCENTAJE %
CALIDAD	**104**	**42**
PRECIO	**156**	**64**
MARCA	**65**	**27**

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Dentro de las características que toman en cuenta los encuestados al momento de adquirir el producto es: el 64% el precio, el 42% evalúa la Calidad; y el 27% evalúa la marca.

Concluimos que es importante el precio pero sin descuidar la calidad del producto para ser aceptado por los usuarios.

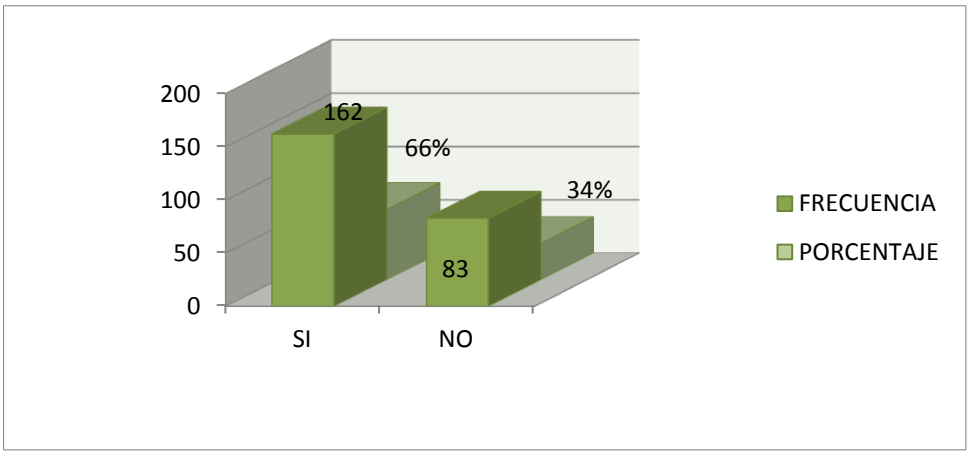
9. ¿Conoce usted la existencia de una empresa productora de camisetas de algodón para niños en la Provincia del Azuay?

CUADRO Nº 10

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	162	66
NO	83	34
TOTAL	**245**	**100%**

FUENTE: *Investigación de campo*
ELABORACIÓN: *Los Autores*

GRÁFICO N° 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los encuestados manifiestan en un 34% no conocer la existencia de una empresa productora de camisetas de algodón; y, la mayoría de encuestados manifiestan que si conocen la existencia de empresas productoras de camisetas de algodón.

Se determina que la mayoría de encuestados no conocen la existencia de empresas productoras de camisetas de algodón en la provincia del Azuay.

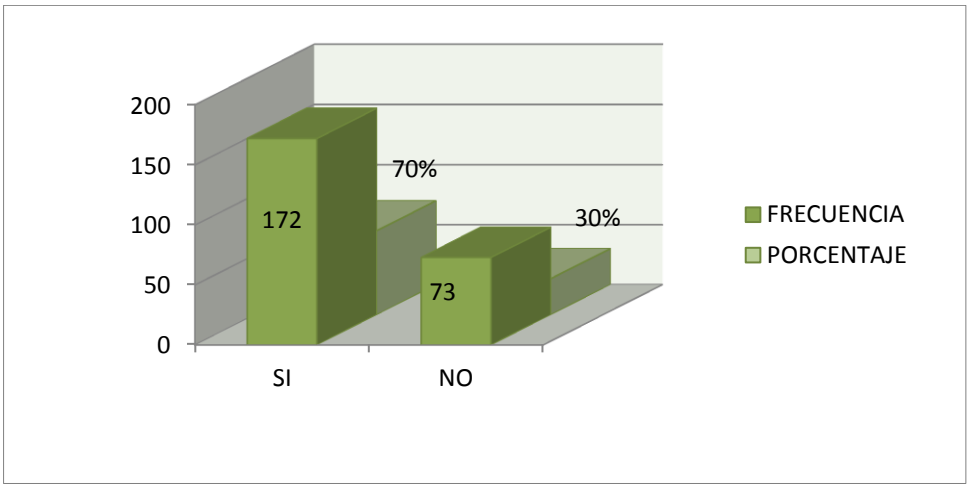
10. ¿Estaría usted dispuesto a comprar camisetas de algodón para niños en una empresa azuaya de reciente creación que le ofrezca un producto de excelente calidad, diseños modernos, precios cómodos?

CUADRO Nº 11

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	*172*	*70*
NO	*73*	*30*
TOTAL	***245***	***100%***

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al preguntarles si estarían dispuestos a comprar camisetas de algodón para niños en una empresa azuaya de recién creación que le ofrezca un producto de excelente calidad, diseños modernos, precios cómodos, el 70% de los encuestados opinan que si comprarían este tipo de camisetas, mientras que el 30% responden que no están dispuestos a comprar por cuestión de gustos y preferencias.

Este resultado nos da la clara idea de la idea de negocio de implementar una empresa de camisetas de algodón para niños.

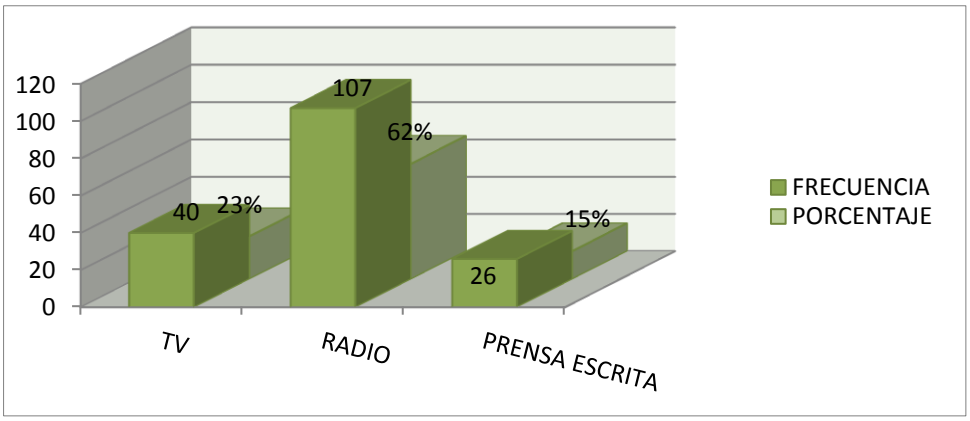
11. ¿En Cuáles de los siguientes medios de publicidad preferiría usted que se promocione el producto?

CUADRO Nº 12

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
TELEVISIÓN		
Telerama	*40*	
Subtotal	***40***	***23***
RADIO		
Tomebamba	*14*	
Súper 9,49	*37*	
FM 88,5	*26*	
K1	*17*	
Canela	*13*	
Subtotal	***107***	***62***
PRENSA		
El Mercurio	*20*	
El Tiempo	*4*	
Otros	*2*	
Subtotal	***26***	***15***
TOTAL	***172***	***100%***

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo con los resultados obtenidos el 62% de los encuestados les gustaría que el producto se promocione en la Radio, el 23% le gustaría en la TV; y, el 15% le gustaría en la prensa escrita.

Esto determina que la mayoría de encuestados prefieren que se promocione la nueva empresa por la Radio.

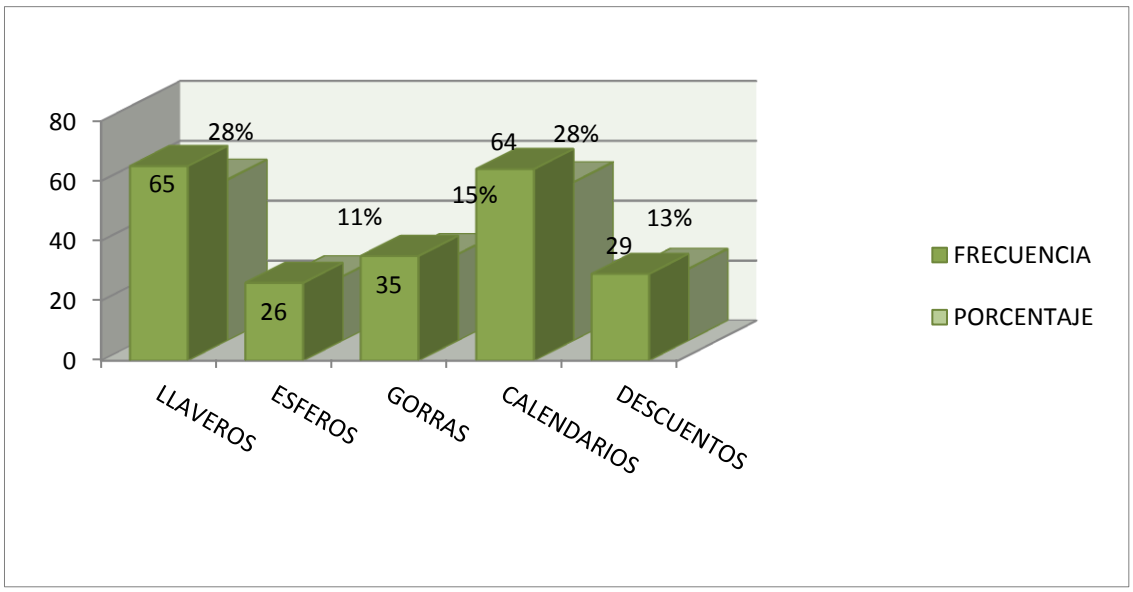
12. ¿Cuál de las siguientes promociones le gustaría recibir por la compra de camisetas para niños?

CUADRO Nº 13

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Llaveros	65	28
Esferos	26	11
Gorras	35	15
Calendarios	29	13
Descuentos	64	28
Stikers	54	24
Sellos	6	3

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 28% del total de encuestados les gustaría que se les dé un descuento acompañado de llaveros y calendarios, el 15% le gustaría recibir gorras, el 13% descuentos en el precio; y, el 11% prefiere que se le dé esferos.

RESULTADO DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDA A LOS OFERENTES DE LA PROVINCIA DEL AZUAY

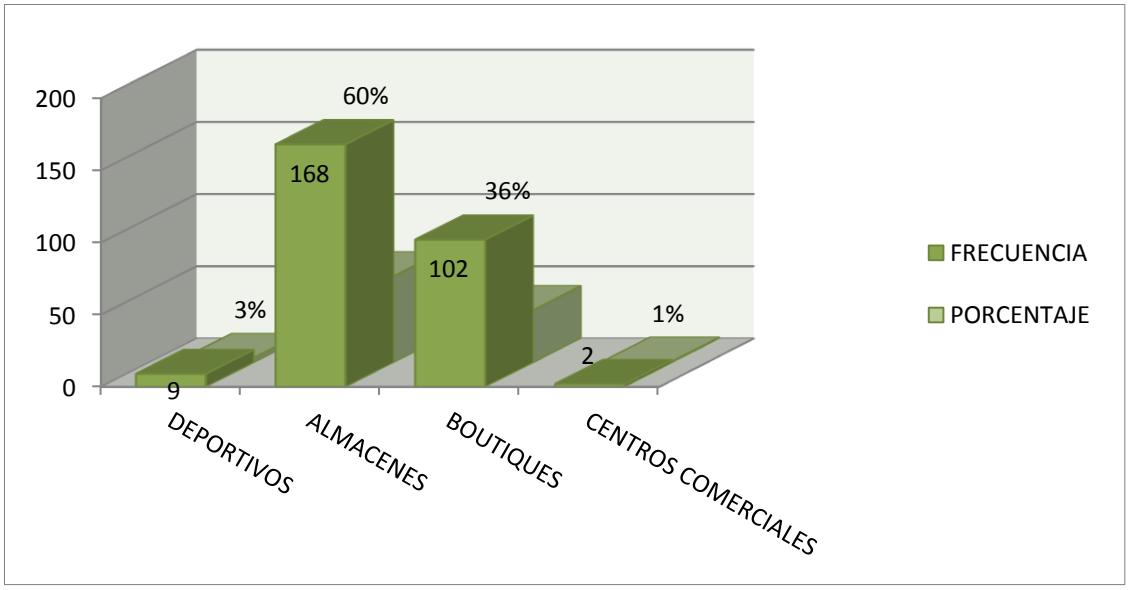
1. ¿Qué tipo de establecimiento tiene usted?

CUADRO Nº 14

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Deportivos	9	3
Almacenes	168	60
Boutiques	102	36
Centros Comerciales	2	1
TOTAL	**281**	**100%**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 60% de los encuestados corresponde a almacenes que venden ropa para niños en los cuales están las camisetas, el 36% corresponde a Boutiques, el 3% corresponde a Deportivos que también venden camisetas para niños; y, el 1 que corresponde a centros comerciales.

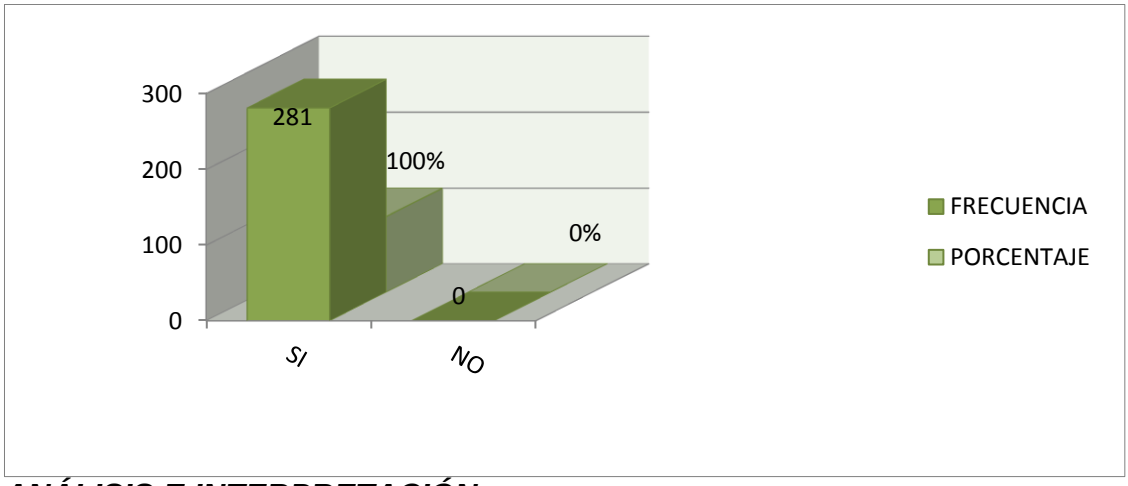
2. ¿Vende en su negocio camisetas de algodón para niños?

CUADRO Nº 15

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	*281*	*100*
NO	*0*	*0*
TOTAL	**281**	**100%**

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 14



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de los encuestados venden camisetas de algodón para niños, lo que determina que todos ellos poseen y venden camisetas de algodón por ser un producto que tiene buena acogida en el mercado azuayo.

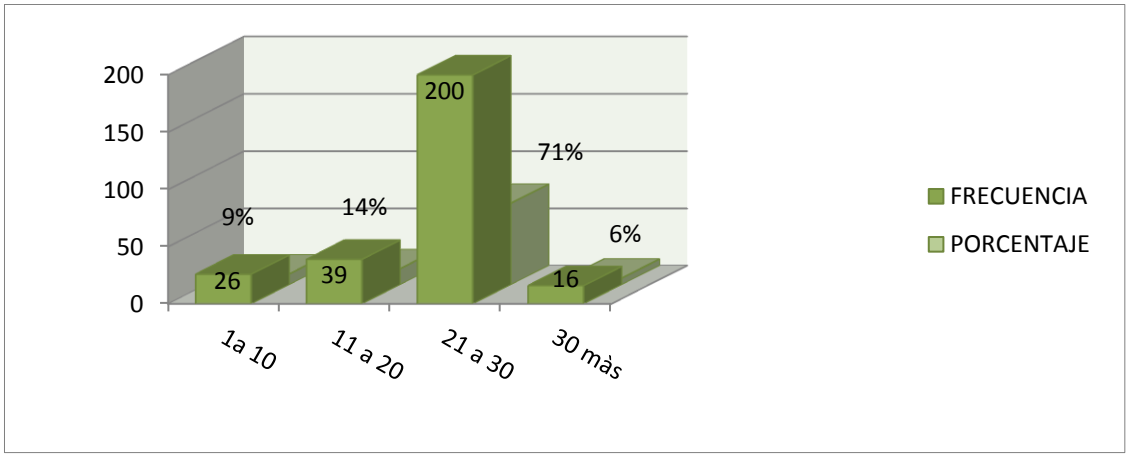
3. ¿Qué cantidad de camisetas de algodón para niños vende mensualmente?

CUADRO Nº 16

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1 a 10	26	9
11 a 20	39	14
21 a 30	200	71
30 más	16	6
TOTAL	**281**	**100%**

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 15



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Para poder determinar el número de camisetas que se comercializa, el 71% de los comercializadores venden entre 21 a 30 camisetas mensualmente, el 14% venden de 11 a 20 camisetas para niños, el 9% venden de 1 a 10 camisetas; y, el 6% venden más de 30 camisetas.

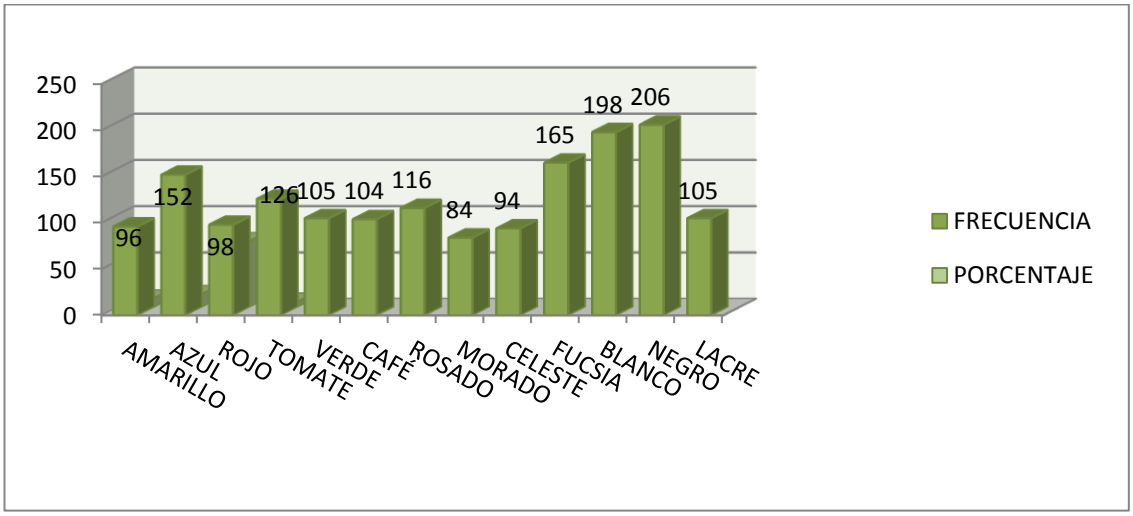
4. ¿Indique los colores que más vende de camisetas de niños (as)

CUADRO Nº 17

VARIABLE	*FRECUENCIA*	*PORCENTAJE %*
Amarillo	*96*	*34*
Azul	*152*	*54*
Rojo	*98*	*35*
Tomate	*126*	*45*
Verde	*105*	*37*
Café	*104*	*37*
Rosado	*116*	*41*
Morado	*84*	*30*
Celeste	*94*	*33*
Fucsia	*165*	*59*
Blanco	*198*	*70*
Negro	*206*	*73*
Lacre	*105*	*37*

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 16



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al tratarse de una pregunta de varias alternativas, los encuetados contestaron de varias alternativas, determinando que la mayoría de comercializadoras venden los colores negro, rosado, azul, rojo, tomate, fucsia, blanco, amarillo y verde, entre los más preferidos para las camisetas de algodón para niño.

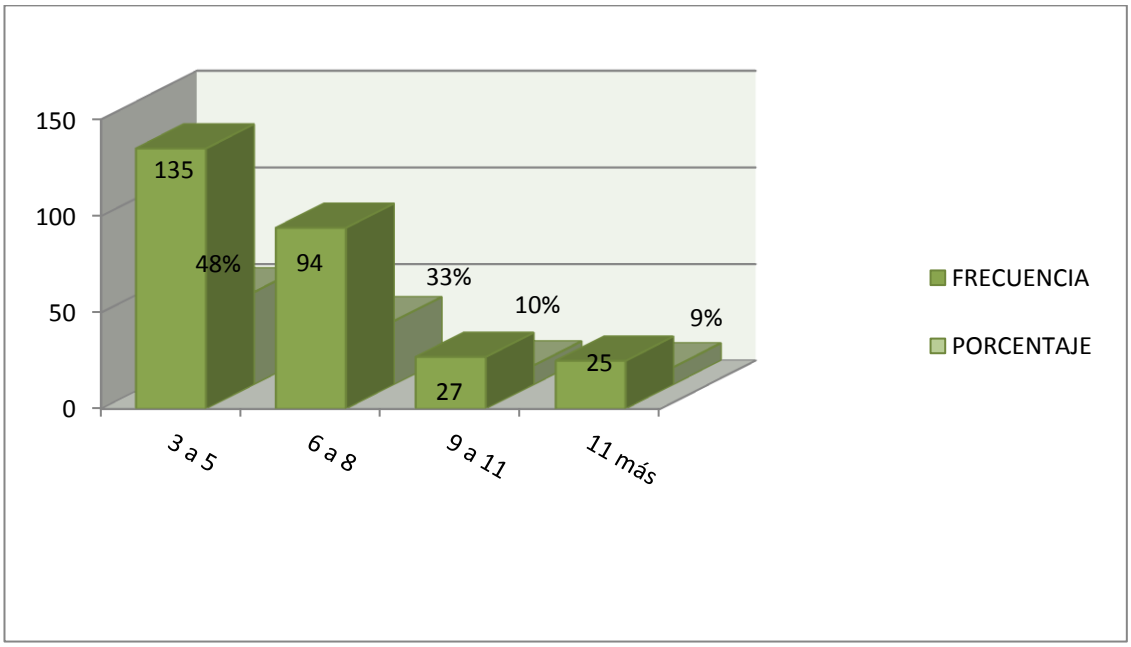
5. ¿En Cuánto vende usted una camiseta de algodón para niños?

CUADRO Nº 18

VARIABLE	*FRECUENCIA*	*PORCENTAJE %*
$ 3 a $ 5 dólares	*135*	*48*
$ 6 a $ 8 dólares	*94*	*33*
$ 9 a $ 11 dólares	*27*	*10*
$ 11 dólares más	*25*	*9*
TOTAL	***281***	***100***

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 17



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los datos obtenidos deducimos que el costo de las camisetas de algodón está en el rango de $3 a $5 dólares con un porcentaje de 48%. Concluimos que en el mercado no se puede podría ofertar camisetas de algodón a un precio de venta que supere a $ 6 dólares.

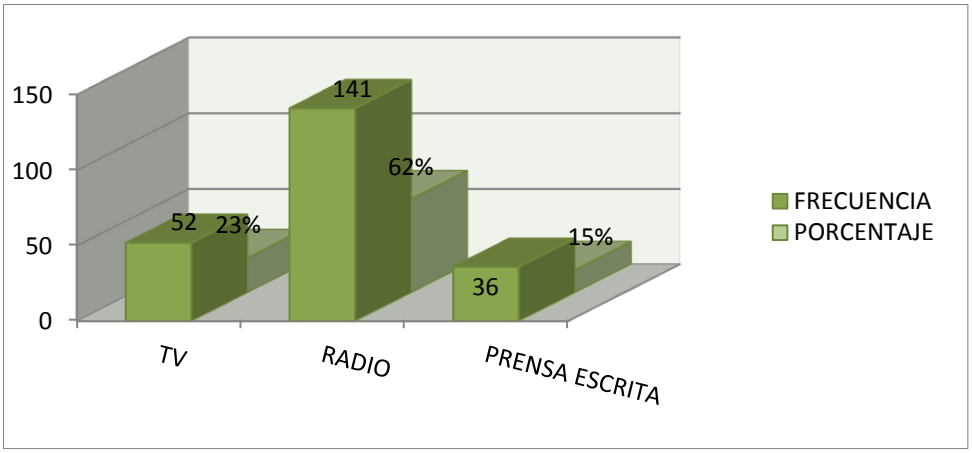
6. ¿En Cuáles de los siguientes medios de publicidad realiza la promoción de sus productos?

CUADRO Nº 19

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
TELEVISIÓN		
Telerama	64	
Subtotal	**64**	**23**
RADIO		
Tomebamba	33	
Súper 9,49	54	
FM 88,5	44	
K1	25	
Canela	18	
Subtotal	**174**	**62**
PRENSA		
El Mercurio	32	
El Tiempo	6	
Otros	5	
Subtotal	**43**	**15**
TOTAL	**281**	**100%**

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 18



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo con los resultados obtenidos el 62% de los encuestados promocionan sus productos en la Radio, el 23% en la TV; y, el 15% en la prensa escrita.

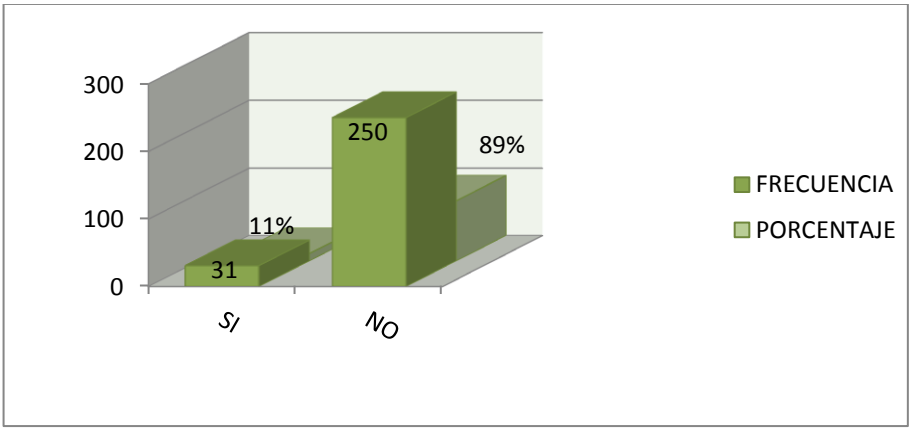
7. ¿Realiza algún tipo de promoción por la compra de camisetas?

CUADRO Nº 20

VARIABLE	*FRECUENCIA*	*PORCENTAJE %*
SI	*31*	*11*
NO	*250*	*89*
TOTAL	***281***	***100***

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Los Autores*

GRÁFICO N° 19



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 89% de los oferentes no realizan promociones por la venta de camisetas, mientras, el 11% si realiza promociones pero esta es en épocas de feriados como navidad, fiestas de Cuenca, etc.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

CONSUMO PERCAPITA.

Para determinar la demanda total de camisetas de algodón para niños se ha seguido el siguiente procedimiento: el total de camisetas adquiridas por la muestra de 325 encuestados que adquieren camisetas que es de 804 camisetas trimestralmente se le divide para la muestra de 325, dando como resultado 2,47 unidades, a esta se la multiplica por 4 trimestres nos determina 10 unidades al año.

CUADRO Nº 21

VARIABLE	Xm	Frecuencia	(Xm)(F)
1 a 3	2	206	412
4 a 6	5	37	185
6 más	6	2	12
TOTAL		**245**	**609**

Fuente: Cuadro nº 6
Elaboración: Los Autores

CT

CAP= Consumo Percapita Anual

$$CPA = \frac{}{F}$$

$$CPA = \frac{609}{245}$$

CA = Consumo Trimestral

F = Numero de Encuestados

CPA = 2,49 Unidades trimestralmente.

CPA = 2,49 X 4 TRIMESTRES = 9,96 = 10 UNIDADES AL AÑO

DEMANDA POTENCIAL.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a la población económicamente activa de la provincia del Azuay que fueron 399, el 81% (Cuadro Nº 3), de los encuestados tienen niños, por lo que tomando en cuenta el cuadro de distribución muestral de la provincia del Azuay (cuadro N°1), que son 316.619, el 81% que tienen niños en su hogar que representa a 256.461 se constituyen en el mercado potencial de camisetas de niños.

CUADRO Nº 22

Descripción	Nº de encuestas realizadas según tamaño de muestra	Nº población económicamente activa del Azuay	Demanda Potencial en población que tiene niños Cuadro Nº 3	Demanda Potencial en número de camisetas Cuadro Nº 23 CPA.
	a	b	c=(b) (81%)	d=(10) (c)
Determinación de la Demanda Potencial	399	316.619	256.461	2.564.610

Fuente: *Cuadros N° 1 y 3*
Elaboración: *Los Autores*

DEMANDA REAL.

Con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a la población económicamente activa que poseen niños que fueron 325, a este total le aplicamos el 75% que es el porcentaje de la población económicamente activa que indicaron que compran camisetas de algodón para sus niños (Cuadro Nº 4), lo que da 1.923.458 camisetas para niños que se constituyen en la demanda real.

CUADRO Nº 23

Descripción	Demanda Potencial en número de camisetas	Demanda Real en Número de Camisetas para niños
	a	b=(2.5264.610) (75%)
Determinación de la Demanda Real	2.564.610	1.923.458

Fuente: *Cuadro N° 4*
Elaboración: *Los Autores*

DEMANDA EFECTIVA

Teniendo como referencia el cuadro N°24, que indica que la demanda real de camisetas de algodón para niños que son 192.345 personas de la provincia del Azuay, y el cuadro N° 11, hace referencia que un 70% de la pregunta donde se pregunta si Estaría usted dispuesto a comprar camisetas de algodón para niños en una empresa azuaya de recién creación que le ofrezca un producto de excelente calidad, diseños modernos, precios cómodos, al relacionar estos dos datos, obtenemos el mercado efectivo de 1.346.421 camisetas de algodón para niños.

CUADRO Nº 24

Descripción	Demanda Real en Número de Camisetas para niños	Demanda Efectiva en Número de camisetas de algodón para niños.
	a	b=(1.923.458) (70%)
Determinación de la Demanda Efectiva	1.923.458	1.346.421

Fuente: *Cuadros N° 11 y 23*
Elaboración: *Los Autores*

DEMANDA FUTURA

Para proyectar la demanda efectiva obtenida, se considera la tasa de crecimiento de la población, que según el INEC es de 3.8% anual, para el efecto se aplica el siguiente modelo matemático:

$$DF = Do\ (1 + t)^n$$

Siendo:

DF = *Demanda futura.*

Do = *Demanda inicial.*

t = *tasa de crecimiento anual.*

n = *Número de periodos a proyectar*

DF *= 1.346.420 (1+3,8%)*

= 1.346.420 (1,038)

= 1.397.584

Con el procedimiento antes señalado se procede a estimar la demanda futura para los 10 años de duración del proyecto.

CUADRO Nº 25

AÑOS	DEMANDA FUTURA 3,8%
0	*1.346.420*
1	1.397.584
2	1.450.692
3	1.505.818
4	1.563.040
5	1.622.435
6	1.684.088
7	1.748.083
8	1.814.510
9	1.883.461
10	1.955.033

FUENTE: *(INEC3,8% crecimiento poblacional de Azuay)*
ELABORACIÓN: *Los Autores*

ANÁLISIS DE LA OFERTA.

De acuerdo con la investigación realizada por el equipo, se pudo determinar que en la provincia del Azuay existen 946 establecimientos que venden camisetas para niños de algodón.

CONSUMO PERCAPITA.

Para determinar la oferta total de camisetas de algodón para niños se ha seguido el siguiente procedimiento: el total de camisetas producidas por la muestra de 281 establecimientos que venden camisetas de algodón para niños es de 6.327,5 camisetas mensualmente se le divide para la muestra de 281, dando como resultado 22,52 unidades, a esta se la multiplica por 12 meses nos determina 270,24 unidades al año.

CUADRO Nº 26

VARIABLE	Xm	Frecuencia	(Xm)(F)
1 a 10	5,5	26	143
11 a 20	15,5	39	604,5
21 a 30	25,5	200	5.100
30 más	30	16	480
TOTAL		**281**	**6.327,5**

Fuente: Cuadro nº 6
Elaboración: Los Autores

CT

CAP= Consumo Percapita Anual

$$CPA = \frac{\quad}{F}$$

$$CPA = \frac{6.327,5}{281}$$

CA = Consumo Trimestral

F = Numero de Encuestados

CPA = 22,52Unidadesmensualmente.

CPA = 22,52 X 12 MESES = 270,24 = 270 UNIDADES AL AÑO

OFERTA DE CAMISETAS DE ALGODÓN

CUADRO N°27

AÑOS	Número de Comercios en la Provincia del Azuay	Promedio de ventas Anual	Oferta Total De camisetas de algodón para niños En Unidades + 1.7 %
0	946	270	255.420
1	962	270	259.762
2	978	270	264.178
3	995	270	268.669
4	1.012	270	273.236
5	1.029	270	277.882
6	1.047	270	282.606
7	1.064	270	287.410
8	1.083	270	292.296
9	1.101	270	297.265
10	1.120	270	302.318

FUENTE: *Cuadros Nº 28 (SRI 1.7% incremento negocios)*
ELABORACIÓN: *Los Autores*

La oferta de camisetas de algodón para niños es de 259.762 unidades para el año uno.

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha es la diferencia entre la demanda total de unidades de camisetas de algodón para niños, y la oferta, como se puede observar en el siguiente cuadro.

CUADR0 N° 28

DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA TOTAL	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	1.346.420	255.420	1.091.000
1	1.397.584	259.762	1.137.822
2	1.450.692	264.178	1.186.514
3	1.505.818	268.669	1.237.149
4	1.563.040	273.236	1.289.804
5	1.622.435	277.882	1.344.553
6	1.684.088	282.606	1.401.482
7	1.748.083	287.410	1.460.673
8	1.814.510	292.296	1.522.214
9	1.883.461	297.265	1.586.196
10	1.955.033	302.318	1.652.715

FUENTE: *Cuadros Nº 25 y 27*
ELABORACIÓN: *Los Autores*

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.

Según las encuestas realizadas podemos constatar que la comercialización del producto se lo hace en mayor proporción a Deportivos, Almacenes y Boutiques; es decir se utiliza un canal corto de distribución ya que existen tres intermediarios entre el productor y el usuario final.

Comercializar el producto a través de Deportivos, Almacenes y Boutiques es provechoso considerando que son lugares de mayor frecuencia del público.

Estrategias de Mercado para Comercialización de camisetas de algodón para niños.

Desde el punto de vista de marketing, es indispensable determinar que la distribución del producto se hará a nivel de la provincia del Azuay. Con el objeto de que el producto tenga una mayor acogida se proponen diversas formas de comercializar las camisetas de algodón para niños.

Para poder realizar un plan de comercialización, es necesario analizar la mezcla de mercado en base a:

- *Producto*
- *Precio*
- *Plaza y*
- *Promoción.*

PRODUCTO

En nuestro caso comercializaremos camisetas de algodón, dirigido a las familias de la Provincia del Azuay.

El producto estará en innovaciones constantes, adaptándose a las nuevas necesidades y deseos de los usuarios, se realizará controles de calidad en todo el proceso productivo.

Todo producto engloba elementos de importancia, los cuales ayudan a darle una imagen, garantía e higiene al mismo, en el caso de las camisetas de algodón incluiremos todos los elementos ya que permitirá llamar la atención de los clientes e impulsar su compra.

El producto para su comercialización tendrá las siguientes características:

PRESENTACIÓN

- ***Producto:*** *Camisetas de Algodón*
- ***Nombre del Producto:*** *Andy Sport Cía. Ltda.*
- ***Materiales:*** *Tela Popelina Composición 60 % algodón, 40 % poliéster peso Mínimo 118 gramos por metro Pespunte Sencillo en el cuello con hilo CORE 40 KOBAV 40confección Cuello tipo sport, reforzado con forro entre tela, botones Color blanco, N° 18, tallas 4, 6, 8, 10, 12,14; dos botones Etiqueta En pelón estampado y poliester.*
- ***Empaque:*** *En bolsas plásticas por unidad y en bolsa de papel cada 60 camisetas. luego se empacan en cajas especiales para su debida distribución*
- ***País:*** *Ecuador*

Modelos de camisetas

Etiqueta

PRECIO

Para poder determinar el precio del producto camisetas de algodón para niños, se debe analizar los costos de producción, los precios que tiene la competencia, a todo esto sumarle un margen de utilidad.

El precio del producto en estudio se lo determina en base al estudio del costo de producción y ventas, como también de acuerdo a los precios fijados por la competencia en el mercado para productos iguales como:

CUADR0 N° 29

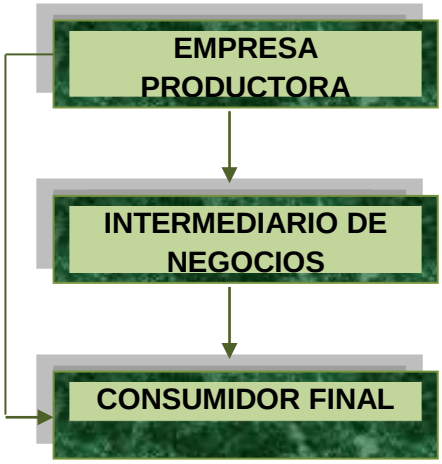
PRECIOS COMPETENCIA	***FRECUENCIA***
$ 3 a $ 5 dólares	*135*
$ 6 a $ 8 dólares	*94*
$ 9 a $ 11 dólares	*27*
$ 11 dólares más	*25*
TOTAL	***281***

Fuente: *Cuadro Nº 16*
Elaboración: *Los Autores*

PLAZA

En base a la encuesta realizada a los oferentes de camisetas de algodón para niños, ellos utilizan un canal de distribución en los cuales interviene el intermediario de negocios, siendo estos los deportivos, almacenes y Boutiques, razón por la cual nuestro producto será distribuido a intermediarios como: Deportivos, Almacenes y Boutiques en cada uno de los cantones de la Provincia del Azuay, tomamos en cuenta estos lugares porque son los de mayor preferencia por parte de los usuarios según los resultados del estudio de mercado, además utilizaremos la venta directa, la cual es vía más corta, simple y rápida, es decir, el consumidor acude directamente a la empresa a adquirir el producto.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN



PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

La publicidad, la venta directa y la promoción de ventas son los principales métodos utilizados para fomentar la venta de camisetas de algodón para niños.

Para poder determinar la publicidad más idónea para la empresa, se ha procedido a tomar como referencia a la encuesta realizada para los demandantes y los oferentes, es decir, sus preferencias de los medios de comunicación para realizar la publicidad de la empresa propuesta, a continuación detallamos los medios de comunicación de preferencia de los usuarios:

TV Telerama, la Radio Super 9,49 FM; y, la Prensa Escrita el Mercurio, en donde se estará enfocando las bondades del producto, se utilizará Spot. publicitarios dando a conocer que el producto es elaborado bajo estrictas normas de seguridad, control, higiene y responsabilidad tanto en la utilización de maquinaria y equipos como el profesionalismo humano, que en parte estará dirigido por la etapa de la publicidad y propaganda también estará a disposición del usuario en la prensa escrita y hablada.

CUADR0 N° 30

DESCRIPCIÓN	CUÑAS DIARIAS	VALOR DIARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cuñas radiales noticiero 07h00 a 10h00 Radio Súper 9,49	*2*	*1.525*	*61*	*732*

Fuente: *Investigación Directa (Radio Súper 9,49 FM)*
Elaboración: *Los Autores*

CUADR0 N° 31

DESCRIPCIÓN	PUBLICIDAD SEMANAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad en el periódico El Mercurio 1 semanal	*2*	*112*	*1.344*

Fuente: *Investigación Directa (Periódico El Mercurio)*
Elaboración: *Los Autores*

CUADR0 N° 32

RESUMEN PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

DENOMINACIÓN	*V. MENSUAL*	*V. ANUAL*
PRENSA ESCRITA LOCAL	*112*	*1.344*
RADIO	*61*	*732*
GIGANTOGRAFÍAS Y AFICHES	*30*	*360*
TOTAL		*2436*

Fuente: *Investigación Directa, Cuadros Nº 30 y 31*
Elaboración: *Los Autores*

La promoción es parte del proceso de marketing, lo vamos a utilizar para incentivar al comprador, la empresa Andy Sport, utilizará la técnica de la venta personal, por ser efectiva y sigue siendo un método de comercialización muy utilizado; en la encuesta realizada a los demandantes, el 28% de ellos manifiesta que les gustaría que se les dé llaveros y stikers por la compra de camisetas, por lo tanto se ha realizado una proyección de 1.000 llaveros para el primer año y 1000 stikers.

CUADR0 N° 33

PRESUPUESTO PARA PROMOCIÓN

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
LLAVEROS	1.000	0.12	120
STIKERS	1.000	0.65	650
TOTAL			770

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Los Autores

CUADR0 N° 34

RESUMEN COSTOS ESTUDIO DE MERCADO

DENOMINACIÓN	V.TOTAL
Publicidad y Propaganda	2.436
Promoción	770
TOTAL	3.206

Fuente: Cuadros Nº 32 y 33
Elaboración: Los Autores

ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico que a continuación se expone, determina los requerimientos empresariales en función de tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recursos humanos.

TAMAÑO Y LOCALIZACION DE LA EMPRESA.

TAMAÑO DE LA EMPRESA

Considera su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal.

Es importante además tener en cuenta los productos de reserva o de prever los posibles cambios que puedan darse en su funcionamiento, esto tomando en cuenta la relatividad de la demanda, esto hace ver que la capacidad instalada de la empresa sea superior al total general de producción que se plantea ofrecer, ahora que hay que tomar en cuenta que la capacidad depende de la naturaleza del presente proyecto.

En lo que tiene que ver con la utilización de la fuerza de trabajo, se ha previsto laborar en jornadas normales de 8 horas –día, por 261 días-año laborables.

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada es el volumen total de producción de la maquinaria a utilizar, utilizando el 100% de producción, las 24 horas los 365 días del año;

siendo también la capacidad máxima que puede brindar la empresa en cuanto a producción, dependiendo de la demanda insatisfecha para poder ofrecer sus productos; la empresa adquirirá una maquinaria que trabajando las 24 horas diarias al 100% produce 1.800 camisetas de niños diarios para lo cual contaremos con 6 obreros (3 máquinas de coser, 2 cortadores y 1 armador), esto determina que la máquina tendría una capacidad instalada a los 365 días del año de 657.000 camisetas de niños al año,

Para determinar la capacidad utilizada aplicaremos mediante regla de tres simple de la siguiente manera:

Capacidad instalada = 657.000

Capacidad máxima de producción

657.000 100%

156.600 X

156.600 x 100

---------- = 23,83%

657.000

Cubriremos el 23.83% de la capacidad instalada.

CUADRO Nº 35

CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCION ANUAL

DEMANDA INSATISFECHA Primer año	UNIDADES CAMISETAS ANUAL	CAPACIDAD INSTALADA
1.091.000	657.000	100%

Fuente: *Determinación capacidad instalada*
Elaboración: *Los Autores*

CAPACIDAD INSTALADA A 8 HORAS DIARIAS

La empresa trabajará únicamente las 8 horas los 261 días al año se producirá con las tres máquinas de coser 75 camisetas por hora que al multiplicar por las 8 horas diarias nos determina 600 camisetas diarias y multiplicados por los 261 días al año que va a trabajar la empresa nos determina que se producirá 156.600 camisetas de algodón para niños al año; a continuación expondremos la capacidad instalada y utilizada para los diez años de vida útil del proyecto.

CUADRO Nº 36

CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA CAMISETAS DE ALGODÓN	PORCENTAJE %	CAPACIDAD UTILIZADA CAMISETAS DE ALGODÓN
1	156.600	70	109.620
2	156.600	75	117.450
3	156.600	80	125.280
4	156.600	85	133.110
5	156.600	90	140.940
6	156.600	90	140.940
7	156.600	90	140.940
8	156.600	90	140.940
9	156.600	90	140.940
10	156.600	95	148.770

Fuente: *Cuadro Nº 35*
Elaboración: *Los Autores*

LOCALIZACIÓN

Es el lugar o espacio geográfico donde se ubicará la empresa productora de camisetas de algodón para niños. Para seleccionar la ubicación, es muy importante realizar un estudio previo para establecer el lugar más conveniente, teniendo que establecer la macro y micro localización.

MACRO LOCALIZACIÓN

Tienen relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional.

La empresa estará ubicada:

- *País: Ecuador*
- *Región: del Austro*
- *Provincia: Azuay*

GRAFICO N° 23

MICROLOCALIZACIÓN

La empresa funcionará en la Ciudad de Cuenca, en el parque industrial calles Avenida Octavio Chacón Moscoso y Cornelio Vintimilla. Se ha elegido este lugar porque es el que destina el Ilustre Municipio de Cuenca; además, es apropiado para la adquisición de la materia prima y cuenta con todos los servicios básicos: agua, energía eléctrica, alcantarillado, teléfono, etc.

CUADRO Nº 28

IDEA DE NEGOCIO / PROYECTO: CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAMISETAS DE ALGODÓN PARA NIÑOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DEL AZUAY							
SECTOR / CANTÓN / CIUDAD:*CUENCA PROVINCIA DEL AZUAY*							
MICROLOCALIZACIÓN:							
A	*PARQUE INDUSTRIAL*						
B	*TOTORACOCHA*						
C	*MONAY*						
MICROLOCALIZACIÓN							
ELEMENTO	***P (%)***	***A***	***p***	***B***	***p***	***C***	***p***
1) Acceso a mercados	***30***	*9*	***27,00***	*9*	***27,00***	*9*	***27,00***
2) Acceso a mat. Primas	***20***	*10*	***20,00***	*10*	***20,00***	*8*	***16,00***
3) Disponibilidad de:							
a) M.O. calificada	***6***	*10*	***6,00***	*10*	***6,00***	*10*	***6,00***
b) M.O. No calificada	***6***	*10*	***6,00***	*10*	***6,00***	*10*	***6,00***
4) *Costos de M. de Obra:*							
a) Calificada	***2***	*8*	***1,60***	*8*	***1,60***	*8*	***1,60***
b) No calificada	***2***	*10*	***2,00***	*10*	***2,00***	*10*	***2,00***
5) *Transporte:*							
a) Disponibilidad	***3***	*10*	***3,00***	*9*	***2,70***	*8*	***2,40***
b)Costos	***3***	*10*	***3,00***	*9*	***2,70***	*7*	***2,10***

6) Agua	***2***	*10*	***2,00***	*10*	***2,00***	*10*	***2,00***
***7)** Energía Eléctrica*	***2***	*10*	***2,00***	*10*	***2,00***	*10*	***2,00***
***8)** Combustible*	***2***	*10*	***2,00***	*10*	***2,00***	*10*	***2,00***
***9)** Apoyos Legales*	***1***	*10*	***1,00***	*10*	***1,00***	*10*	***1,00***
***10)** Drenaje*	***2***	*10*	***2,00***	*10*	***2,00***	*10*	***2,00***
***11)** Serv. Médicos*	***2***	*10*	***2,00***	*10*	***2,00***	*10*	***2,00***
***12)**Serv. De Seguridad*	***1***	*10*	***1,00***	*10*	***1,00***	*10*	***1,00***
***13)** Educación*	***1***	*10*	***1,00***	*10*	***1,00***	*10*	***1,00***
***14)** Clima*	***1***	*10*	***1,00***	*10*	***1,00***	*8*	***0,80***
***15)** Terreno:*	***3***	*10*	***3,00***	*9*	***2,70***	*7*	***2,10***
***16)** Actitud de la comunidad*	***7***	*10*	***7,00***	*10*	***7,00***	*7*	***4,90***
***17)** Restricciones ambientales*	***1***	*10*	***1,00***	*10*	***1,00***	*8*	***0,80***
***18)** Otros*	***-***						
SUMA	***100***		***96,60***		***95,70***		***86,20***

PARQUE INDUSTRIAL

FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Son aquellos que permitirán el normal desempeño de la empresa además de orientar la producción en el espacio, el lugar donde se programará la instalación de la planta productora de camisetas de algodón para niños, cuenta con los siguientes factores:

- ***Insumos.-*** *Para la disponibilidad de la materia prima, nuestra empresa contará con el apoyo de distribuidores locales, acceso a un amplio mercado de consumo, transporte en las vías de acceso, aprovechamiento de las infraestructuras existentes en el lugar destinado.*

- ***Mano de Obra.****- para la puesta en marcha del proyecto será necesario, mano de obra calificada, la cual se encuentra disponible en nuestra ciudad y provincia.*

- ***Servicios Básicos.****- El área tiene a su disposición todos los servicios básicos que contribuyan al funcionamiento eficiente de la misma, estos servicios necesarios son: agua potable, luz eléctrica, alumbrado público, servicios telefónico y alcantarillado.*

- ***Vías de comunicación.****- otro factor que se requiere para la puesta en marcha de toda empresa, constituye a la disponibilidad de vías de comunicación adecuadas que facilite la trasportación tanto para el abastecimiento de materia prima, así como para la distribución del producto final, características que reúne el sector donde funcionará la empresa..*

INGENIERÍA DE LA PLANTA

El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con instalación y funcionamiento de la planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.

Descripción de la maquinaria y equipo

Para el proceso de confección de camisetas de algodón para niños será indispensable utilizar los siguientes equipos:

- *Máquina industriales de costura 3*
- *Cortadoras 2*
- *Collarines 1*
- *Fileteadora industrial 1*
- *Bordadoras 1*
- *Planchadoras 1*

MAQUINA INDUSTRIAL DE COSTURA

MARCA MAQUITEX

CORTADORAS

MARCA LELANET

COLLARINES

MARCA YAMATA

FILETEADORA INDUSTRIAL

MARCA JONTEX

BORDADORA

MARCA CAMFIVE

PLANCHADORA

MARCA SINGER

CUADR0 N° 36

PRESUPUESTO PARA MAQUINARIA

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Máquina industriales de costura	3	2.120	6.360
Cortadoras	2	230	460
Collarines	1	1.426	1.426
Fileteadora industrial	1	240	240
Bordadoras	1	7.560	7.560
Planchadoras	1	850	850
TOTAL			16.896

Fuente: *Investigación Directa*
Elaboración: *Los Autores*

HERRAMIENTAS

Son las herramientas necesarias para el funcionamiento de la empresa.

- *Kit de herramientas 2*
- *Tijeras manuales 4*

CUADR0 N° 37

PRESUPUESTO PARA HERRAMIENTAS

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Kit de Herramientas	2	214	428
Tijeras Manuales	4	24	96
TOTAL			524

Fuente: *Investigación Directa*
Elaboración: *Los Autores*

Muebles y Enseres

- *Escritorios* 2
- *Sillas* 8
- *Archivador* 2

CUADR0 N° 38

PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y ENSERES

DENOMINACIÓN	*CANTIDAD*	*V. UNITARIO*	*V.TOTAL*
Escritorios	*2*	*250*	*500*
Sillas	*8*	*18*	*144*
Archivador	*2*	*120*	*240*
TOTAL			*884*

Fuente: *Investigación Directa*
Elaboración: *Los Autores*

Equipo de Oficina

- *Computadoras* *2*
- *Sumadoras* *1*
- *Teléfono* *1*

CUADR0 N° 39

PRESUPUESTO PARA EQUIPOS DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Computadores	2	1.140	2.280
Sumadoras	1	110	110
Teléfono	1	140	140
TOTAL			2.530

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Los Autores

Distribución de Planta

La distribución del área física como la maquinaria y equipo debe brindar condiciones de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando las condiciones de seguridad industrial para el trabajador. Por tal razón la dimensión de las instalaciones en el sector del parque Industrial de Cuenca Será de 130m^2.

La distribución del área se dará de la siguiente forma:

a. **Área Requerida**

- Gerencia 15 m^2
- Baño 7 m^2

- *Secretaria 15 m^2*
- *Recepción e información 11 m^2*

b. Área de Producción

- *Proceso productivo 35 m^2*
- *Bodega de almacenamiento 20 m^2*
- *Guardianía 15m^2*
- *Parqueadero 12 m^2*
-

CUADR0 N° 40

PRESUPUESTO PARA TERRENO

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
TERRENO	130 m^2	120	15.600
TOTAL			15.600

Fuente: *Municipio de Cuenca*
Elaboración: *Los Autores*

CUADR0 N° 41

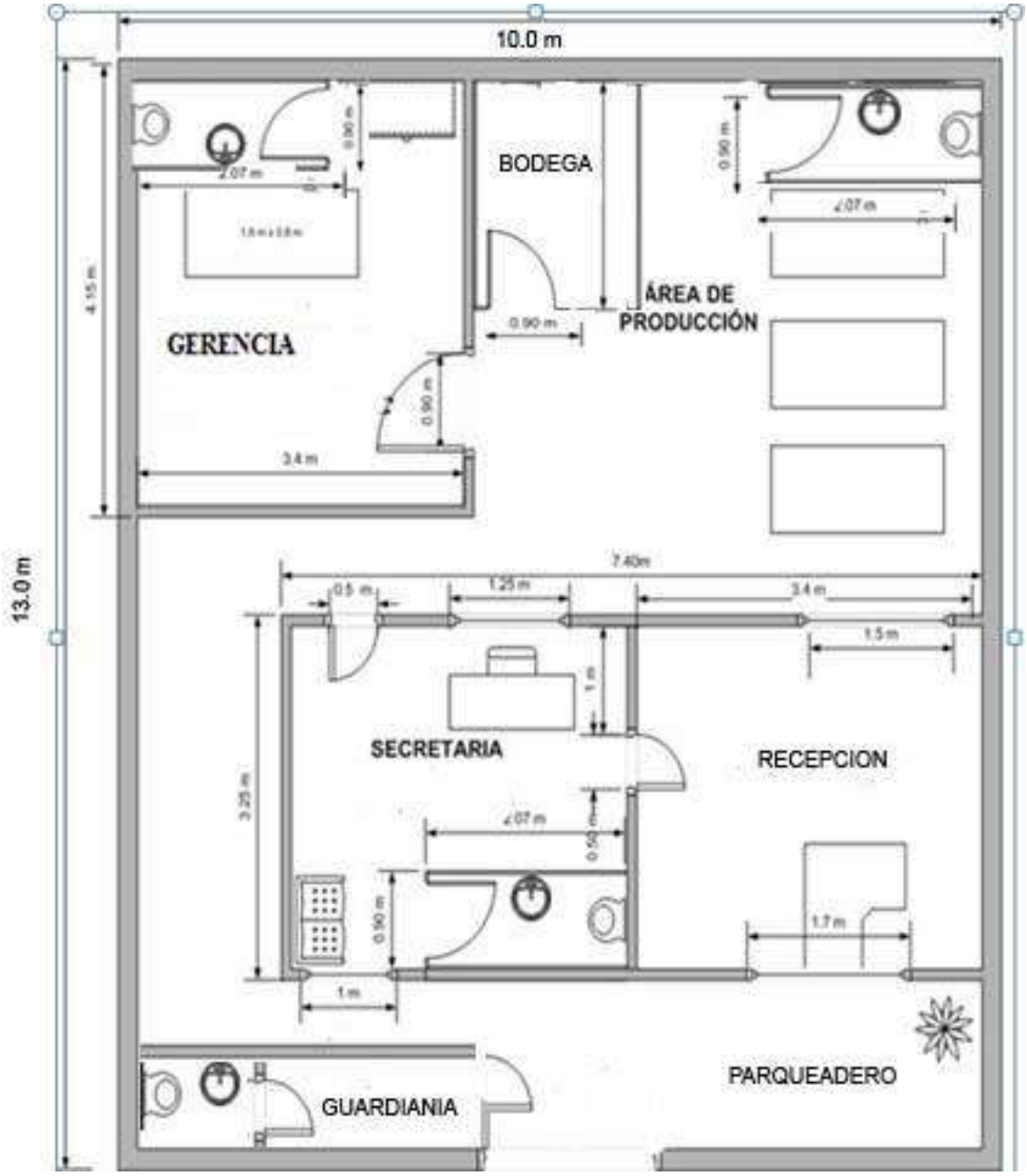
PRESUPUESTO PARA CONSTRUCCIONES

DENOMINACIÓN	*CANTIDAD*	*V. UNITARIO*	*V.TOTAL*
CONSTRUCCIONES Y ADECUACIONES	*130 m^2*	*210*	*27.300*
TOTAL			*27.300*

Fuente: *Cámara de la Construcción del Azuay*
Elaboración: *Los Autores*

GRAFICO Nº 22

PLANO DE LAS INSTALACIONES



PROCESO PRODUCTIVO

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto final. Es la forma en que una serie de insumos se transforman con la participación de tecnología, mano de obra, maquinaria y procedimientos de operación.

Para el proceso productivo de camisetas de algodón para niños se siguen los siguientes pasos:

FLUJOGRAMA DE PROCESOS.

Este diagrama de flujo está diseñado para la elaboración de 600 camisetas de algodón para niños hechas en nuestra empresa de acuerdo a los tiempos establecidos por las personas encargadas.

SIMBOLOGÍA UTILIZADA

OPERACIÓN	
TRANSPORTE	
INSPECCIÓN	
OPERACIÓN INSPECCIÓN	
ALMACENAMIENTO	

PROCESO PRODUCTIVO DE LA ELABORACIÓN DE CAMISETAS DE ALGODÓN PARA NIÑOS

TIEMPO ***En minutos***	***DESCRIPCIÓN DEL PROCESO***	***SIMBOLOGÍA***
INICIO		
20'	*Adquisición de materia prima*	
17'	*Control de calidad de la materia prima*	
28'	*Aplicación de moldes*	
32'	*Corte*	
27'	*Armado de la camiseta*	
14'	*Colocación de mangas*	
15'	*Cosido y vespunte*	
05'	*Planchado*	
05'	*Bordado*	
05'	*Pegado de bordado*	
15'	*Colocación de etiqueta*	
30'	*Verificación de calidad*	
30'	*Doblado*	
60'	*Etiquetado y empaquetado en el cartón*	
TOTAL		***480' =*** ***8 HORAS***

Elaboración: *Los Autores*

Diagrama del ensamble del producto: Camisetas de Algodón.

MOLDE

TRAZADO

CORTE

CUERPO TOTAL: FRENTE, ESPALDA, MANGAS, CUELLO

COCER: HOMBROS, MANGAS, CUELLO

ENSAMBLADO DE LAS PARTES

PRODUCTO TERMINADO

CUADR0 N° 42

RESUMEN COSTOS ESTUDIO TÉCNICO

DENOMINACIÓN	*V.TOTAL*
Maquinaria y Equipo	*16.896*
Herramientas	*524*
Muebles y Enseres	*884*
Equipos de Oficina	*2.530*
Terreno	*15.600*
Construcciones y Adecuaciones	*27.300*
TOTAL	*63.734*

Fuente: *Cuadros Nº 36, 37, 38, 39, 40 y 41*
Elaboración: *Los Autores*

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Para la etapa de operación de la empresa, es necesario contar con una adecuada organización que facilite la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que conformará la misma, de tal forma que se logre la eficiencia, calidez y calidad en el desempeño de las actividades.

ORGANIZACIÓN JURÍDICA

ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE CAMISETAS DE ALGODÓN

En la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay, a los catorce días del mes de marzo del año 2012, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Dr. Carlos Manuel Romero, se reúne un grupo de personas naturales, con todos los derechos, han decidido asociarse, dentro de una Compañía de Responsabilidad Limitada, con el fin de lucro, la que tendrá por objeto la producción de Camisetas de algodón para niños, como desarrollo fundamental en el desarrollo de la Provincia del Azuay.

MINUTA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA ANDY SPORT CIA. LTDA.

SEÑOR NOTARIO:

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- *EDDIE OMAR RAMOS TELLO, ecuatoriano portador de la cédula 0103203808, ALVARO LEONEL RAMOS TELLO, ecuatoriano portador de la cédula 0105093637 y MARÍA ALCIRA MALDONADO ROMÁN, ecuatoriana portadora de la cédula 0104860119, en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la Empresa ANDY SPORT CIA. LTDA.*

SEGUNDA.- DECLARACION DE VOLUNTAD.- *Los comparecientes declaran que constituyen una empresa dedicada a la producción y comercialización de camisetas de Algodón para niños, con responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.*

TERCERA.- ESTATUTO DE LA EMPRESA

TITULO PRIMERO.- DENOMINACION, DOMICILIO, OBJETO Y DURACION.-

Art. 1.- *La empresa de Economía Privada, formada en virtud del presente contrato de sociedad y que se regirá de acuerdo a este estatuto se denomina ANDY SPORT CIA. LTDA.*

Art. 2.- (DOMICILIO).- *La compañía tendrá su domicilio principal en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay, República del Ecuador, pudiendo establecer sucursales, agencias o mandatarios en otras ciudades del país o*

en el exterior, podrá así mismo trasladarse el domicilio social a otra ciudad del país cumpliendo lo que dispone la ley para este caso.-

Art. 3.- (OBJETO).- *El objeto de la compañía es la producción y comercialización de Camisetas de Algodón para niños. Para el cumplimiento de su objeto, la empresa podrá intervenir como socio en la formación de toda clase de sociedades o empresas, aportar capital a las mismas, o adquirir, tener y poseer acciones, obligaciones o participaciones de otras empresas en general en el país o en el exterior; la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos importaciones, exportaciones y operaciones permitidas por la Leyes Laborales, franquicias y de cualquier otra índole.- Para estos negocios en general, la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos y operaciones permitidas por las Leyes Ecuatorianas, que sean acordes a su objeto.-*

Art. 4.- (PLAZO, DURACION)*.- El plazo de duración de la sociedad será de cincuenta años desde la inscripción del contrato de sociedad en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser modificado por la Junta General de Accionistas siguiendo el procedimiento que señala la Ley.-*

TITULO SEGUNDO.- CAPITAL, ACCIONES, OBLIGACIONES Y AUMENTOS.-

Art. 5.- (CAPITAL).- *El capital autorizado, suscrito y pagados es de UN MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD. $ 1.000,00).-*

Las acciones serán ordinarias y nominativas de UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD. $ 1,00) cada una.-

Art. 6.- (TITULOS DE ACCIONES).- *Los títulos de acciones serán ordinarios y nominativos y deberán ser autorizados por la firma del Gerente General de la Empresa.-*

Art. 7.- (DERECHOS).- *Las acciones dan derecho a voto en la Junta General de Accionistas en proporción a su valor pagado, para tomar parte en las juntas, es necesario que el accionista conste como tal en el libro de acciones y accionistas.-*

Art. 8.- (AUMENTO DE CAPITAL).- *El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta General de Accionistas, por los medios y en la forma establecida por la ley de Compañías. Los accionistas tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieren pagadas al momento de efectuar dicho aumento.-*

Art. 9.- (RESPONSABILIDAD).- *La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-*

Art. 10.- (LIBRO DE ACCIONES).- *La empresa llevará un libro de acciones y accionistas en el que se registrara las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales y las demás modificaciones que ocurran*

respecto del derecho sobre las acciones, la propiedad de las acciones se probara con la inscripción en el libro de acciones y accionistas, el derecho de negociar las acciones y transferirlas se sujeta a lo dispuesto por la Ley de Compañías.-

TITULO TERCERO.- EJERCICIO ECONOMICO, BALANCE, DISTRIBUCION DE UTILIDADES Y RESERVAS.-

Art. 11.- (EJERCICIO ECONOMICO).- *El ejercicio económico será anual y terminara el treinta y uno de diciembre de cada año, al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente año, el Gerente General someterá a consideración de la Junta General de Accionistas , el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios, durante los quince días anteriores a la sesión de junta tal informe y balances podrán ser examinados por los accionistas en las oficinas de la empresa.-*

Art. 12.- (UTILIDADES Y RESERVA).- *La Junta General de Accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades liquidas se segregara el 10% para la formación e incremento del fondo de reserva legal el mismo que será depositado en un banco calificado como altamente seguro tanto del país o del exterior, el fondo de reserva no será disminuido por ninguna causa y de él se puede suponer exclusivamente el 50 % de los intereses que generan por su condición de depósito permanente, la duración del fondo será igual al plazo o duración de la empresa, para el traslado del fondo de un Banco a*

otro o depósito en varios Bancos se deberá contar con la autorización de la Junta General de Accionistas, el objeto del fondo es el de respaldar las operaciones de la empresa.

TITULO CUARTO.- DEL GOBIERNO, ADMINSITRACIÓN Y REPRESENTACION DE LA COMPAÑIA.-

Art. 13.- (GOBIERNO Y ADMINISTRACION).- *La empresa estará gobernada por la Junta General de Accionistas y Administrada por el Gerente General, cada uno de estos órganos con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.-*

Art. 14.- (DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS).-*La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la empresa, se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.-*

Art. 15.- (CONVOCATORIA).- *La convocatoria a la Junta General de Accionistas la hará el Gerente de la empresa mediante comunicación por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la empresa, cuando menos con ocho días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse.-*

Art. 16.- (REPRESENTACION DE LOS ACCIONISTAS).- *Las Juntas Generales de Accionistas, ordinarias y extraordinarias, se reunirán en el domicilio principal de la empresa, los accionistas podrán concurrir a la junta personalmente o mediante poder otorgado a un accionista o tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, para cada junta, el poder a un tercero será necesariamente notariada, no podrán ser representantes de los accionistas los administradores.*

Art. 17.- (QUOROM).- *Para que se instale válidamente la Junta General de Accionistas, en primera convocatoria se requerirá de la presencia de por lo menos la mitad del capital pagado, si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria mediando cuando más treinta días de la fecha fijada para la primera reunión y la Junta General de instalar con el número de accionistas presentes o que concurran, cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresara en la convocatoria para los casos contemplados en el Art. 240 de la Ley de Compañías, se seguirá al procedimiento señalado.*

Art. 18.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).- *La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como con el desarrollo de la empresa que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la empresa siendo de su competencia los siguiente a) Nombrar al Gerente General; b) Autorizar la contratación de auditorías externas; c)*

Conocer y aprobar el presupuesto anual y sus reformas; d) Conocer y resolver todos los informes que presente el Directorio como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración; e) Resolver sobre el aumento o distribución de capital, prorroga de plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas al estatuto de conformidad con la Ley de Compañías; f) Conocer y aprobar los reglamentos internos de la empresa; g) Fijar las remuneraciones que percibirá el Gerente General, fijar las dietas que percibirán los miembros del Directorio; h) Resolver acerca de la disolución y liquidación de la empresa, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación; i) Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales de conformidad con la ley; j) Interpretar obligatoriamente el presente estatuto; k) Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro órgano de la empresa; l) Los demás que contemple la ley y estatutos.-

Art. 19.- (JUNTA UNIVERSAL).- *La empresa podrá celebrar sesiones de Junta General de Accionistas en la modalidad de Junta Universal de conformidad con lo dispuesto en el Art. 238 de la Ley de Compañías, esto es que la Junta pueden constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y de los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la*

celebración de la junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.-

Art. 20.- (CONVOCATORIA).- *La convocatoria a sesión de directorio la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión, el quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.-*

Art. 21.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).- *Son atribuciones y deberes del directorio los siguientes: a) Sesionar ordinariamente cada cuatro meses y extraordinariamente cuando fuere convocado; b) Someter a la consideración de la Junta General de Accionistas el Proyecto de Presupuesto en el mes de Enero de cada año; c) Autorizar la compra y transferencia de inmuebles a favor de la empresa, así como la elaboración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio y autonomía o posesión de los bienes inmuebles de propiedad de la empresa; d) Autorizar al Gerente General el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta General; e) Controlar el movimiento económico de la empresa y dirigir la política de los negocios de la misma; f) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General y las disposiciones legales, del Estatuto y Reglamentos; g) Presentar a conocimiento de la Junta General de Accionistas el proyecto de creación e incrementos de reservas legal, facultativas o especiales; h) Determinar los*

cargos para cuyo ejercicio se requiera caución y calificar las cauciones; i) Los demás que contemple la ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General de Accionistas.-

Art. 22.- (RESOLUCIONES).- *Las resoluciones del Directorio serán tomadas por simple mayoría de votos y los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-*

Art. 23.- (ACTAS).- *De cada sesión de Directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el Presidente y el Secretario que actuaron en la reunión.-*

Art. 24.- (DEL GERENTE GENERAL).- *El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas, para un periodo de cuatro años, puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista, ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado. El Gerente General será el representante legal de la empresa.-*

Art. 25.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL).- *Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa: a) Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa; c) Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa; e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la empresa; f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de*

firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado; g) Extender el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; i) Presentar anualmente informa de labores ante la Junta General de Accionistas; j) Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la ley; k) Nombrar al Gerente Técnico, responsable directo de las plantaciones; l) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones; m) Cuidar que se lleven de acuerdo con la ley los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de la Junta General de Accionistas; n) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas; ñ) Presentar a la Junta General de Accionistas el Balance, el estado de Pérdidas y Ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; o) Subrogar al Presidente de la Empresa en todo caso de falta o ausencia; p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, el presente estatuto y reglamentos de la empresa, así como las que señale la Junta General de Accionistas.-

Art. 26.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).- *La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.-*

Art. 27.- (DISPOSICIÓN GENERAL).- *En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva la Junta General de Accionistas.-*

Art. 28.- (AUDITORÍA).- *Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Accionistas podrá contratar la Asesoría Contable o Auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.*

TÍTULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

El Capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por los accionistas en la siguiente Conforme consta del certificado de integración de Capital que se agrega como habilitante, todos los accionistas aportarán por igual.

TÍTULO SEXTO.- NOMBRAMIENTO DE DIRECTORES Y REPRESENTANTES

De conformidad con el Art. 312 de la Ley de Compañías y el presente estatuto se designa Gerente General al Sr. Álvaro Leonel Ramos Tello. Usted Señor Notario sírvase agregar los documentos habilitantes mencionados y las demás cláusulas de estilo para la validez de la presente Escritura Pública. Dr. Carlos Manuel Romero, Abogado, Matrícula CAA-1289. Hasta aquí la minuta que queda elevada a la calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento.- Yo el Notario lo leí

íntegramente a los otorgantes y firman en unidad de acto conmigo el notario que doy Fe.

ESTRUCTURA

Para la etapa de operación de la empresa, es necesario contar con una adecuada organización que facilite la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que conformará la misma, de tal forma que se logre la eficiencia, calidez y calidad en el desempeño de las actividades.

NIVELES ADMINISTRATIVOS

Es indispensable determinar un modelo de estructura administrativa, que identifique los niveles que tienen a su cargo la administración legislativa, ejecutiva, asesor, operativa y de apoyo.

a. Nivel Legislativo

El nivel legislativo está representado por la Junta General de Socios, siendo este el primer nivel, está en encargado de dictar las políticas, leyes y reglamentos de la empresa.

b. Nivel Ejecutivo

Está conformado por el Gerente quien es designado directamente por la Junta General de Socios, entre sus funciones principales está en ejecutar las

políticas dictaminadas por la JGS, Planear, Organizar, Dirigir y Controlar la marcha de la empresa en estudio.

c. Nivel Asesor

Dentro del nivel asesor en la presente empresa estará representada por el Asesor Jurídico, el mismo que será temporal, quien se encargará de asesorar lo concerniente a la parte legal y laboral de la empresa.

d. Nivel Auxiliar o De Apoyo

El nivel Auxiliar estará conformado por la Secretaria, quien es el apoyo directo a Gerencia, encargado de prestar un servicio oportuno y ágil, prestará apoyo a todos los niveles de la empresa.

e. Nivel Operativo

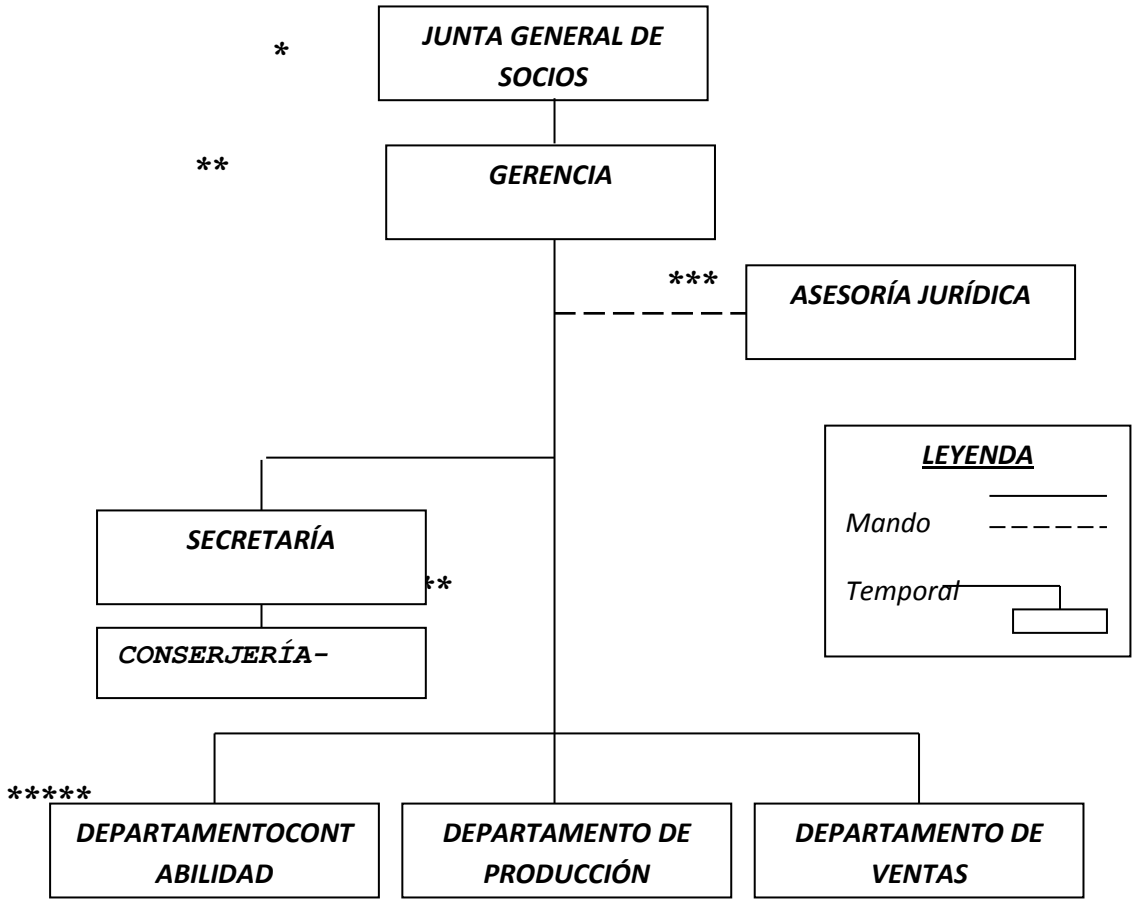
Es la parte esencial de la empresa conformada por la parte operativa de la organización, como es Producción, Finanzas y Ventas, es decir la parte que operativiza la organización.

ORGANIGRAMAS

Las relaciones de autoridad y responsabilidad, que tendrá la empresa se representan a través del organigrama estructural y funcional, de la siguiente manera:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

"ANDY SPORT CIA. LTDA."

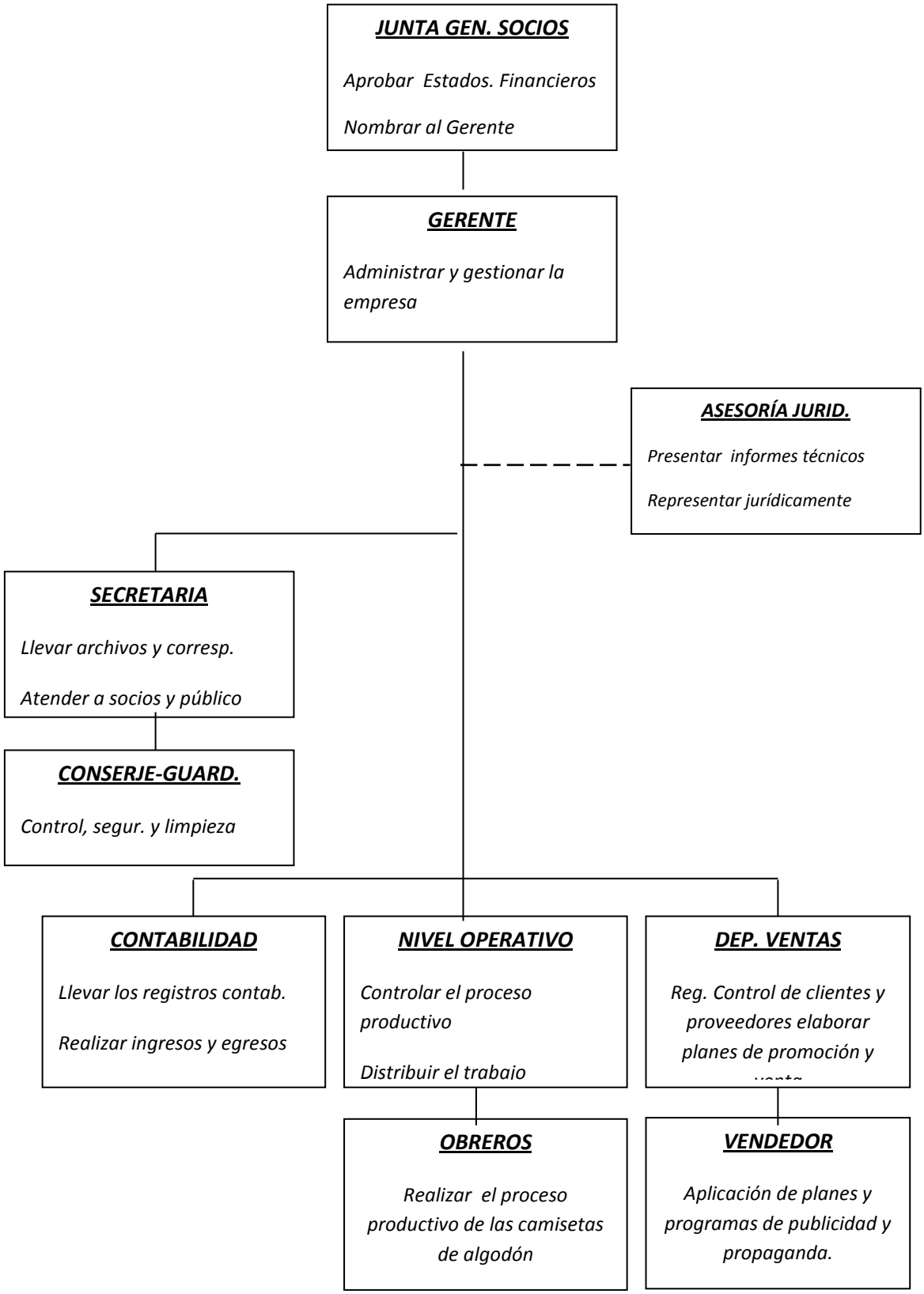


*	*Nivel Legislativ*
**	*Nivel Ejecutivo*
***	*Nivel Asesor*
****	*Nivel Auxiliar*
*****	*Nivel Operativo*

ELABORACIÓN: *Los Autore*

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

"ANDY SPORT CIA. LTDA."



MANUAL DE FUNCIONES

NIVEL: *EJECUTIVO*
CÓDIGO: *01*
TÍTULO DEL PUESTO: *Gerente*
NATURALEZA DEL TRABAJO: *Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.*
TAREAS TÍPICAS: ▪ *Ejercer la representación legal de la empresa (judicial y extrajudicial).* ▪ *Administrar y gestionar los recursos materiales, económicos, humanos y tecnológicos de la organización.* ▪ *Presentar informes económicos, financiero y administrativos al nivel superior (JGA).* ▪ *Ejecutar los planes de acción trazados y disposiciones de la JGA.* ▪ *Controlar la ejecución de los planes, evaluar sus resultados para tomar acciones correctivas.* ▪ *Reclutar al recurso humano con idoneidad para la nómina de la empresa.* ▪ *Diseñar estrategias para la promoción y publicidad, así como de comercialización del producto.* ▪ *Suscribir documentos en representación de la empresa*
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: ▪ *El puesto requiere don de mando, liderazgo, responsabilidad económica y financiera, trabajo bajo presión, cumplimiento de metas,*

nivel de gestión óptimo.
REQUISITOS MÍNIMOS: • ***Instrucción Formal:*** *Superior* • ***Título:*** *Ingeniero Comercial* • ***Experiencia:*** *Un año en actividades afines* • ***Capacitación:*** *Cursos en liderazgo, alta gerencia, manejo de paquetes informáticos*

NIVEL:*ASESOR*
CÓDIGO: *02*
TÍTULO DEL PUESTO: *Asesor Jurídico*
NATURALEZA DEL TRABAJO: *Asesorar sobre aspectos legales que incumben a la empresa.*
TAREAS TÍPICAS: ▪ *Asesorar a los accionistas y funcionarios de la empresa en los aspectos jurídicos y de carácter laboral.* ▪ *Elaborar contratos de trabajo.* ▪ *Actuar como secretario en las reuniones convocadas por la JGA.* ▪ *Elaborar documentos de acuerdo y compromiso con el recurso humano que comercializa el producto a través de catálogos.* ▪ *Las demás que por disposición superior le sean requeridas.*
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: ▪ *Ética profesional, su participación es eventual, recomienda toma de acciones, no tiene poder de decisión.*
REQUISITOS MÍNIMOS: • ***Instrucción Formal:*** *Superior* • ***Título:*** *Abogado de los Tribunales de Justicia* • ***Experiencia:*** *Dos años en funciones similares* • ***Capacitación:*** *Manejo de informática básica.*

NIVEL:*AUXILIAR O DE APOYO*
CÓDIGO: *03*
TÍTULO DEL PUESTO: *Secretaría*
NATURALEZA DEL TRABAJO: *Realizar labores de redacción de documentos, archivos de correspondencia y atención al público.*
TAREAS TÍPICAS: ▪ *Atender al público.* ▪ *Brindar información a los clientes.* ▪ *Redactar oficios, memorando y circulares internas.* ▪ *Elaborar actas de reuniones de trabajo del personal de la empresa.* ▪ *Manejar archivo.* ▪ *Administración de caja chica.* ▪ *Las demás que por disposición superior le sean requeridas.*
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: ▪ *Eficiencia, responsabilidad, lealtad y reserva sobre los asuntos internos de la organización, cumplir disposiciones del nivel superior.*
REQUISITOS MÍNIMOS: • ***Instrucción Formal:*** *Media* • ***Título:*** *Bachiller en Secretariado.* • ***Experiencia:*** *Un año en funciones similares* • ***Capacitación:*** *Manejo programas informáticos básicos, técnicas de redacción comercial, curso de relaciones humanas.*

NIVEL:*OPERATIVO*
CÓDIGO: *04*
TÍTULO DEL PUESTO: *Jefe de Producción*
NATURALEZA DEL TRABAJO: *Dirigir y organizar las labores de producción y mantenimiento de equipo de la empresa.*
TAREAS TÍPICAS: ▪ *Cumplir disposiciones del nivel superior.* ▪ *Receptar la materia prima y los insumos que ingresan para su transformación.* ▪ *Realizar el control de calidad durante el proceso de producción.* ▪ *Elaborar notas de pedido de materia prima.* ▪ *Las demás que por disposición superior le sean requeridas.*
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: ▪ *Actitud positiva, iniciativa, responsabilidad y ética profesional.*
REQUISITOS MÍNIMOS: • ***Instrucción Formal:*** *Superior* • ***Título:*** *Costurero o Diseñador* • ***Experiencia:*** *Dos años en funciones similares* • ***Capacitación:*** *Manejo de programas informáticos para diseño, cursos de relaciones humanas.*

NIVEL:*OPERATIVO*
CÓDIGO: *05*
TÍTULO DEL PUESTO:*Jefe de Ventas*
NATURALEZA DEL TRABAJO: *Diseñar estrategias de distribución y comercialización de productos.*
TAREAS TÍPICAS: ▪ *Capacitar al personal de consultoras sobre ventas por catálogo.* ▪ *Planificar actividades de comercialización del producto.* ▪ *Establecer contactos con clientes y proveedores.* ▪ *Elaborar planes de venta.* ▪ *Captar nuevos clientes.* ▪ *Distribuir el producto.* ▪ *Las demás que por disposición superior le sean requeridas.*
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: ▪ *Iniciativa, creatividad y don de gentes para ejecución de su trabajo.*
REQUISITOS MÍNIMOS: • ***Instrucción Formal:*** *Superior* • ***Título:*** *Ingeniero en Marketing y Ventas* • ***Experiencia:*** *Un año en labores similares* • ***Capacitación:*** *Manejo de programas informáticos de diseño gráfico, curso de relaciones humanas.*

NIVEL:*OPERATIVO*
CÓDIGO: *06*
TÍTULO DEL PUESTO:*Contadora*
NATURALEZA DEL TRABAJO: *Ejecutar actividades contables para la emisión de estados financieros.*
TAREAS TÍPICAS: ▪ *Elabora conciliaciones bancarias.* ▪ *Elabora roles de pago.* ▪ *Registro y mantenimiento de Kárdex de suministros y materiales.* ▪ *Elabora órdenes de compra y pago a proveedores.* ▪ *Consolida, revisa y verifica que las facturas se encuentren debidamente legalizadas.* ▪ *Archivo, mantenimiento y custodia de los contables diarios.* ▪ *Elaborar planillas IESS, SRI.* ▪ *Las demás que por disposición superior le sean requeridas.*
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: ▪ *Eficiencia, responsabilidad y ética profesional.*
REQUISITOS MÍNIMOS: • ***Instrucción Formal:*** *Superior* • ***Título:*** *Contadora* • ***Experiencia:*** *Un año en funciones similares* • ***Capacitación:*** *Manejo de sistema informático contable, Conocimiento de leyes tributarias y laborales.*

NIVEL:*OPERATIVO*
CÓDIGO: *07*
TÍTULO DEL PUESTO:*Obreros*
NATURALEZA DEL TRABAJO: *Ejecutar las actividades del proceso de producción asignadas por el nivel superior.*
TAREAS TÍPICAS: ▪ *Ordenar y almacenar la materia prima que ingresa a producción.* ▪ *Efectuar las labores de diseño y costura de camisetas.* ▪ *Realizar la limpieza del equipo e instalaciones al finalizar tareas.* ▪ *Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales asignados a su cargo.* ▪ *Las demás que por disposición superior le sean requeridas.*
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: ▪ *Eficiencia, responsabilidad y ética profesional.*
REQUISITOS MÍNIMOS: • ***Instrucción Formal:*** *Media* • ***Título:*** *Bachiller en Modista* • ***Experiencia:*** *un año de modista* • ***Capacitación:*** *No indispensable.*

NIVEL:*APOYO*
CÓDIGO: *08*
TÍTULO DEL PUESTO:*Conserje Guardián*
NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecución de las labores de conserjería en la empresa.
TAREAS TÍPICAS: ▪ *Ejecutar el proceso de limpieza de la empresa.* ▪ *Velar por la seguridad de la empresa.* ▪ *Realizar las tareas de mantenimiento de mobiliario.* ▪ *Colaborar en las actividades de entrada y salida de personal.*
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: ▪ *El puesto no requiere de formación especializada, requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de conserjería. Es un puesto que requiere de alta movilidad y alto grado de responsabilidad.*
REQUISITOS MÍNIMOS: • ***Instrucción Formal:*** *Bachiller* • ***Título:*** *No indispensable* • ***Experiencia:*** *Un año en funciones similares* • ***Capacitación:*** *No indispensable.*

CUADR0 N° 43

ROL DE PAGOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

RUBRO/PUESTOS	GERENTE	SERETARIA	CONSERJE/ GUARDIAN	CONTADORA
Básico	450	320	292	350
Décimo Tercero 1/12	37,50	26,67	24,33	29,17
Décimo Cuarto SBU/12	24,33	24,33	24,33	24,33
Vacaciones 1/24	18,75	13,33	12,17	14,58
Aporte patronal 11.15%	50,18	35,68	32,56	39,03
Fondo de Reserva 1/12	37,50	26,67	24,33	29,17
Aporte IECE 0,5%	2,25	1,6	1,46	1,75
Aporte CECAP 0,5%	2,25	1,6	1,46	1,75
Remuneración unificada	622,76	449,88	412,64	489,78
Nro. De personas	1	1	1	1
Total Mensual	622,76	449,88	412,64	489,78
Total anual	**7.473,10**	**5.398,56**	**4.951,74**	**5.877,30**
Total Sueldos Administrativos				**23.700,70**

CUADR0 N° 44

ROL DE PAGOS PERSONAL OPERATIVO

RUBRO/PUESTOS	***JEFE DE PRODUCCIÓN***	***JEFE DE VENTAS***	***OBREROS***	***VENDEDORES***
Básico	*300*	*300*	*292*	*292*
Décimo Tercero 1/12	*25,00*	*25,00*	*24,33*	*24,33*
Décimo Cuarto SBU/12	*24,33*	*24,33*	*24,33*	*24,33*
Vacaciones 1/24	*12,50*	*12,50*	*12,17*	*12,17*
Aporte patronal 11.15%	*33,45*	*33,45*	*32,56*	*32,56*
Fondo de Reserva 1/12	*25,00*	*25,00*	*24,33*	*24,33*
Aporte IECE 0,5%	*1,5*	*1,5*	*1,46*	*1,46*
Aporte CECAP 0,5%	*1,5*	*1,5*	*1,46*	*1,46*
Remuneración unificada	*423,28*	*423,28*	*412,64*	*412,64*
Nro. De personas	*1*	*1*	*6*	*2*
Total Mensual	*423,28*	*423,28*	*2475,87*	*825,29*
Total anual	***5.079,40***	***5.079,40***	***29.710,42***	***9.903,47***
Total Sueldos Operativos				***49.772,69***

CUADR0 N° 45

RESUMEN COSTOS ESTUDIO ADMINISTRATIVO

DENOMINACIÓN	*V.TOTAL*
Personal Administrativo	*23.700,70*
Personal Operativo	*49.772,69*
Minuta	*120,00*
TOTAL	*73.593,39*

Fuente: *Cuadros Nº 43 y 44*
Elaboración: *Los Autores*

ESTUDIO FINANCIERO

El Estudio Financiero determinan cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función de los requerimientos de recursos humanos, materiales, físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa.

El Estudio Financiero comprende:

Para la realización del estudio financiero se analizará las tres clases de activos como son:

Activos Fijos

Activos Diferido, y

Activos Circulantes o Capital de Trabajo

a. ***Activos Fijos.-*** *Dentro de los activos fijos tenemos:*

TERRENOS

El terreno a adquirirse en la provincia del Azuay, ciudad de Cuenca, Parque Industrial comprende un área de 130 m^2, siendo las dimensiones de 10 m. de frente por 13 m. de fondo. En el cuadro Nº 40 se determinó su precio que asciende a $ 15.600,00 dólares.

Construcciones

Las construcciones y adecuaciones comprenden: construcción de instalaciones para el área administrativa, bodegas, vivienda para el guardián, nave industrial y, el cerramiento con bloque de la totalidad del terreno.

Los costos por construcción e instalaciones según la Cámara de Construcciones del Azuay se cobra un promedio de 210 dólares el metro cuadrado de construcción sin loza, es decir en estructura metálica y cerramiento del mismo material, lo cual suman un valor de $ 27.300,00 dólares como se lo determinó en el cuadro Nº 41.

Maquinaria y Equipo

La Maquinaria requerida para la puesta en marcha del proyecto se haciende a un valor de $ 16.896,00 dólares como se lo determinó en el cuadro Nº 36.

Herramientas

Las herramientas a requerirse para el mantenimiento de los equipos e instalaciones ascienden a un valor de $ 524,00 dólares, valor que se describió en el cuadro Nº 37.

MUEBLES Y ENSERES

El detalle de muebles y enseres se lo describió en el cuadro Nº 38, el cual asciende a la cantidad de $ 884,00 dólares.

VEHÍCULOS

Se refiere a la compra de una camioneta cabina sencilla marca Chevrolet año 2012.

CUADR0 N° 46

VEHÍCULO

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Mazda (2012) una cabina	1	13.400,00	13.400,00
		TOTAL	13.400,00

Fuente: Chevrolet
Elaboración: Los Autores

EQUIPOS DE OFICINA

En el cuadro Nº 39 se describen los equipos de oficina que asciende a la cantidad de $ 2.530,00 dólares, pero se realizará una reposición de equipos de computación a los 3 años, por la depreciación que sufren los equipos informáticos, para lo cual se ha tomado el dato de inflación a enero de 2012 según el Banco Central del Ecuador la cual está en 2,25%.

CUADR0 N° 47

REINVERSIONES

DENOMINACIÓN	ANOS	VALOR TOTAL
Computadores	4	2.437,92
Vehículo	6	14.976,88
Computadores	7	2.606,21

Fuente: Cuadros Nº 39 y 46
Elaboración: Los Autores

CUADRO N° 48

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DETALLE	CANTIDAD
Terreno	15600,00
Construcciones	27300,00
Maquinaria y equipo	16890,00
Herramientas	524,00
Muebles y enseres	884,00
Equipos de oficina	2530,00
Vehículo	13.400,00
Imprevistos 5%	3186,40
TOTAL	80.314,40

Fuente: Resumen de los cuadros
Elaboración: Los Autores

ACTIVOS DIFERIDOS

Se consideran activos diferidos a todos los bienes intangibles necesarios para la puesta en marcha del proyecto, a continuación se determina los rubros necesarios para la amortización del activo diferido, los mismos que se constituyen en Gastos de Constitución, Minuta, Investigación y Diseño; y, Imprevistos.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Son gastos operativos; en el campo legal tenemos la aprobación de la organización como tal para que adquiera personería jurídica con un valor de 440,00 dólares, aprobación de reglamentos 230,00 dólares, permisos y de funcionamiento 310,00 dólares, gastos estimados en aproximadamente $ 980,00 dólares, dato obtenido en el Municipio de Cuenca.

CUADRO N° 49

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DETALLE	CANTIDAD
Gastos de constitución	980,00
TOTAL	**980,00**

Fuente: *Investigación Directa Municipio de Cuenca*
Elaboración: *Los Autores*

INVESTIGACIÓN Y DISEÑO

Son gastos que se incurren para la elaboración de diagramas, planos, asesoramiento en la parte técnica, industrial y financiera para la puesta en marcha del proyecto, esta inversión asciende aproximadamente a 600,00 dólares, dato obtenido de un Ing. Civil.

CUADRO N° 50

INVESTIGACIÓN Y DISEÑO

DETALLE	***CANTIDAD***
Investigación y Diseño	*600,00*
TOTAL	***600,00***

Fuente: *Investigación Directa*
Elaboración: *Los Autores*

CUADRO N° 51

RESUMEN DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

DETALLE	***CANTIDAD***
Gastos de constitución	*980,00*
Minuta	*120,00*
Investigación y diseño	*600,00*
Imprevistos 5%	*85,00*
TOTAL	***1.785,00***

Fuente: *Sumatoria de Cuadros # 49 y 50*
Elaboración: *Los Autores*

ACTIVOS CIRCULANTES

Son los recursos indispensables que se requieren para la organización y puesta en marcha del proceso productivo, estos recursos están calculados en un mes de operaciones, tiempo en el cual serán recuperados, el monto calculado para operar en el primer mes de funcionamiento será de $ 11.241,24 dólares.

MATERIALES DIRECTOS

Para determinar los materiales directos, primeramente se ha calculado las cantidades de materia prima para producir 109.620 que se determinó enel estudio Técnico en el cálculo de la Capacidad Utilizada en el cuadro Nº 36, para lo que se necesita 3.564 metros de Tela Popelina a un valor de 4,25

dólares el metro, 2.465 metros de Algodón a un valor de 2,16 dólares el metro, 234 metros de Poliéster a un valor de 3,15 dólares el metro, 2.457 rollos de Hilo Core a un precio de 1,91 el rollo, 1.247 metros de Tela de forro a un precio de 2,65 dólares el metro; y, 6.457 metros de Pellón a un precio de 2,48 dólares el metro, cuyo detalle es el siguiente:

CUADRO N° 52

CANTIDADES DE MATERIA PRIMA DIRECTA

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tela Popelina	m	3564	4,25	15147
Algodón	m	2465	2,16	5324,4
Poliéster	m	234	3,15	737,1
Hilo Core	rollo	2457	1,91	4692,87
Tela Forro	m	1247	2,65	3304,55
Pellón	m	6457	2,48	16013,36
TOTAL				**45219,28**

***FUENTE**: Centro Textil Marsella Cuenca*
***ELABORACIÓN:** Los Autores*

MATERIALES INDIRECTOS

Los materiales indirectos a requerirse son las etiquetas que se necesita 109.620 etiquetas para esa cantidad de camisetas, cada una será enfundada es decir se necesitará 109.620 fundas, el cual se lo determina a continuación.

CUADRO N° 53

MATERIALESINDIRECTOS

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Etiquetas	109620	0,06	6577,2
Fundas	109620	0,03	3288,6
TOTAL			**9865,8**

FUENTE: *Cotización en la ciudad de Cuenca*
ELABORACIÓN: *Los Autores*

MANO DE OBRA DIRECTA

Se considera mano de obra directa al personal que interviene con su trabajo en la transformación de la materia prima en productos terminados, el rubro asignado para mano de obra directa en el primer año asciende a $ 34.789,82 dólares y para el primer mes de $ 2.899,15 dólares, cómo se lo determinó en el cuadro Nº 45.

ENERGÍA ELÉCTRICA

Se calcula sobre los gastos de iluminación requerida para las oficinas y producción de la empresa.

El precio es de $0.085 por kw según la Empresa Eléctrica Regional Centro Sur S. A., se estima un promedio de consumo de 1024kw / h esto representa un costo mensual de $ 87 y anual de $1.044.00

CUADRO N° 54

ENERGÍA ELÉCTRICA

DENOMINACIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	87,00	1.044,00
TOTAL		**1.044,00**

FUENTE: *Empresa Eléctrica Regional Centro Sur S.A.*
ELABORACIÓN: *Los Autores*

SERVICIOS BÁSICOS

Son aquellos que intervienen indirectamente en la producción pero son indispensables para el producto. Estos son consumo telefónico por un valor mensual de $ 31 dólares y consumo de Agua Potable por el valor mensual de $ 20,00 dólares, dando un total anual de servicios básicos de $ 612,00 dólares anuales.

CUADRO N° 55

SERVICIOS BÁSICOS

DENOMINACIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	31,00	372,00
Agua Potable	20,00	240,00
TOTAL		**612,00**

FUENTE: *CNT y ETAPA*
ELABORACIÓN: *Los Autores*

MANTENIMIENTO

Son gastos presupuestados para mantener la máquina y equipo en las condiciones ideales para un normal proceso productivo, este rubro asciende en el primer año de producción a $ 480,00 dólares.

CUADRO N° 56

MANTENIMIENTO

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento	40,00	480,00
TOTAL		**480,00**

Fuente: *Investigación Directa*
Elaboración: *Los Autores*

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son gastos que se realizan por concepto de sueldos al personal administrativo, útiles de aseo, de limpieza, materiales de oficina, etc. Por ser el primer mes de operaciones no se consideran los valores por depreciaciones en amortizaciones; este gasto asciende a $ 24.695,20 dólares el primer mes y $ 2.057,93 dólares para el primer año.

PERSONAL ADMINISTRATIVO

Se considera personal administrativo al personal que interviene con su trabajo en la parte administrativa, el rubro asignado para el personal

administrativo en el primer año asciende a $ 23.700,70 dólares y para el primer mes de $ 1.975,06 dólares, cómo se lo determinó en el cuadro Nº 43.

GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN

Se considera como gastos Generales de Administración a los rubros que comprenden útiles de aseo, útiles de oficina y otros suministros, el rubro asignado en el primer año asciende a $ 816,00 dólares.

CUADRO N° 57

GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN

DESCRIPCIÓN	PREC UNIT.	CANT	TOTAL AÑO 1
ÚTILES DE ASEO/LIMP.	21	12	252,00
ÚTILES DE OFICINA	27	12	324,00
OTROS SUMINISTROS			240,00
			TOTAL:816,00

Fuente: *Investigación Directa*
Elaboración: *Los Autores*

AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

Se determina para los años de vida útil del proyecto esto es para los 10 años.

CUADRO N° 58

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	1785,00	178,50	1.606,50
2	1.606,50	178,50	1.428,00
3	1.428,00	178,50	1.249,50
4	1.249,50	178,50	1.071,00
5	1.071,00	178,50	892,50
6	892,50	178,50	714,00
7	714,00	178,50	535,50
8	535,50	178,50	357,00
9	357,00	178,50	178,50
10	178,50	178,50	0,00

Fuente: *Cuadro Nº 51*
Elaboración: *Los Autores*

CUADRO N° 59

GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	1er MES	1er AÑO
Personal Administrativo	1975,06	23.700,70
Gastos Generales Administración	68,00	816,00
Amortización Diferida	14,88	178,5
TOTAL	**2.057,93**	**24.695,20**

Fuente: Cuadros Nº 43, 55 y 56
Elaboración: Los Autores

GASTOS EN VENTAS

Son los gastos que se realizan por concepto de sueldos a los vendedores, promociones y publicidad que permita llegar con nuestras camisetas a los principales mercados de la ciudad, este egreso en el primer mes suma la cantidad de $ 1.515,74 dólares.

CUADRO N° 60

GASTOS DE VENTAS

CONCEPTO	1er MES	TOTAL ANUAL
Personal de Ventas	1.248,57	14.982,87
Publicidad y Propaganda	203,00	2.436,00
Promoción	64,17	770,00
TOTAL	**1.515,74**	**18.188,88**

Fuente: Cuadros Nº 33, 34 y 45
Elaboración: Los Autores

CUADRO N° 61

RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE (1 mes)

DETALLE	CUADROS	VALOR TOTAL
Materias primas	52	3768,27
Materiales indirectos	53	822,15
Mano de obra directa	45	2899,15
Carga fabril	54	178
Gastos de administración	55	2.057,93
Gastos en ventas	58	1515,74
TOTAL		**11.241,24**

Fuente: *Cuadros Nº 52, 53, 45, 54, 55 y 58*
Elaboración: *Los Autores*

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES

La estructura de las inversiones del proyecto se ha desglosado en activos fijos, activos diferidos y capital de operación.

Activos Fijos.- *Constituyen todas las inversiones que se encuentran sujetas a depreciación. En el proyecto alcanzan un total de $ 80.314,40.*

Activos Diferidos.- *Son los activos intangibles y deben ser amortizados durante el funcionamiento del proyecto. En el proyecto suma un total de $ 1.785,00.*

Capital de Trabajo.- *Está compuesto por todos los rubros que son necesarios para el proceso de producción del proyecto, siendo: materia prima directa, mano de obra directa, costos generales de producción, gastos*

de administración y ventas e imprevistos. En el presente proyecto este capital de operación se ha estimado para un mes, y alcanza un total de $ 11.241,24.

El detalle por rubros de las inversiones se puede observar en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 62

INVERSIONES DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	Nº CUADRO	VALOR	%
ACTIVOS FIJOS:			
Terrenos	*Cuadro 40*	*15600*	
Construcciones	*Cuadro 41*	*27300*	
Maquinaria y Equipo	*Cuadro 36*	*16890*	
Herramientas	*Cuadro 37*	*524*	
Muebles y Enseres	*Cuadro 38*	*884*	
Equipos de oficina	*Cuadro 45*	*2530*	
Vehículo	*Cuadro 46*	*13.400*	
Imprevistos 5 %		*3186,4*	*86%*
Subtotal:		*80314,40*	
ACTIVOS DIFERIDOS:			
Gastos de Constitución	*Cuadro 51*	*980*	
Minuta	*Cuadro 51*	*120*	
Investigación y Diseño	*Cuadro 51*	*600*	
Imprevistos 5%	*Cuadro 51*	*85*	*2%*
Subtotal:		*1785*	
CAPITAL DE TRABAJO (Un mes)			
Materia Prima Directa	*Cuadro 52*	*3768,27*	
Materiales Indirectos	*Cuadro 53*	*822,15*	
Mano de Obra Directa	*Cuadro 45*	*2899,15*	
Servicios Básicos	*Cuadro 54*	*178*	
Gastos de Administración	*Cuadro 57*	*2057,93*	
Gastos de Ventas	*Cuadro 59*	*1515,74*	12%
Subtotal:		*11241,24*	
TOTAL:		***93.340,64***	***100***

ELABORACIÓN: *Los Autores*

Las inversiones totales del proyecto suman un valor de $ 93.340,64. De este total el activo fijo significa el 86%, el diferido representa el 2% y el capital de Trabajo le corresponde el 12%.

FINANCIAMIENTO

El financiamiento del proyecto será con aportes propios de los inversionistas y con un crédito en el Banco del Pichincha.

El crédito a solicitarse será para un plazo de 5 años, con el 15,20% de Tasa Activa Efectiva Referencial Comercial, interés anual y cuotas semestrales de amortización.

Del total de la inversión los aportes propios suman un valor de $53.340,64 que representa el 57%; y el crédito Bancario con un valor de $40.000,00 que significa el 43%.

CUADRO N° 63

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

CAPITAL: 40.000,00				
PAGO: SEMESTRAL				
INTERÉS: 15,20%				
TIEMPO: 5AÑOS				
SEMESTRES	**CAPITAL**	**INTERÉS**	**DIVIDENDO**	**CAPITAL RED.**
0				40.000,00
1	4.000,00	3.040,00	7.040,00	36.000,00
2	4.000,00	2.736,00	6.736,00	32.000,00
3	4.000,00	2.432,00	6.432,00	28.000,00
4	4.000,00	2.128,00	6.128,00	24.000,00
5	4.000,00	1.824,00	5.824,00	20.000,00
6	4.000,00	1.520,00	5.520,00	16.000,00
7	4.000,00	1.216,00	5.216,00	12.000,00
8	4.000,00	912,00	4.912,00	8.000,00
9	4.000,00	608,00	4.608,00	4.000,00
10	4.000,00	304,00	4.304,00	0,00

Fuente: Banco del Pichincha
Elaboración: Los Autores

COSTOS E INGRESOS

COSTOS

El proceso de producción comprende una serie de gastos y costos, cuya sumatoria corresponde al costo total de producción. El objeto de presupuestar los costos totales de producción es con la finalidad de calcular los costos unitarios de producción, mismos que permiten establecer el precio de venta de las camisetas de algodón para niños.

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

El presupuesto de operación está integrado por el costo primo que comprende la materia prima y mano de obra directa; los costos generales de producción, costos de operación y financieros.

CUADRO N° 64

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

DESCRIPCIÓN	ANEX. N°	AÑOS 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTO PRIMO											
Materia Prima Directa	9	45.219,28	46236,71	47277,04	48340,77	49428,44	50540,58	51677,74	52840,49	54029,40	55245,07
Mano Obra Directa	11	34.789,59	35572,36	36372,73	37191,12	38027,92	38883,55	39758,43	40652,99	41567,69	42502,96
SUBTOTAL:		80008,87	81809,07	83649,77	85531,89	87456,36	89424,13	91436,17	93493,49	95597,09	97748,02
COSTOS GEN. PRODUCCIÓN											
Materia Prima Indirecta	10	9.865,80	10.087,78	10.314,76	10.546,84	10.784,14	11.026,78	11.274,89	11.528,57	11.787,97	12.053,19
Mantenimiento	12	480	490,80	501,84	513,13	524,68	536,49	548,56	560,90	573,52	586,42
Agua		240	245,40	250,92	256,57	262,34	268,24	274,28	280,45	286,76	293,21
Luz		1044	1.067,49	1.091,51	1.116,07	1.141,18	1.166,86	1.193,11	1.219,95	1.247,40	1.275,47
Teléfono		372	380,37	388,93	397,68	406,63	415,78	425,13	434,70	444,48	454,48
Amortización Activo Diferido	57	178,5	178,5	178,5	178,5	178,5	178,5	178,5	178,5	178,5	178,5
Depreciación Activos Planta	3 al 8	5.658,05	5.658,05	5.658,05	5.658,05	5.658,05	5.658,05	5.658,05	5.658,05	5.658,05	5.658,05
SUBTOTAL:		17.838,35	18.108,39	18.384,51	18.666,84	18.955,52	19.250,69	19.552,51	19.861,12	20.176,67	20.499,33
GASTOS DE ADM. Y VENTAS											

Personal Administrativo	*13*	*23.700,70*	*24.233,97*	*24.779,23*	*25.336,76*	*25.906,84*	*26.489,74*	*27.085,76*	*27.695,19*	*28.318,33*	*28.955,50*
Gastos Generales de Adm.	*14*	*816,00*	*834,36*	*853,13*	*872,33*	*891,96*	*912,02*	*932,55*	*953,53*	*974,98*	*996,92*
Gastos de Ventas	*15*	*18188,18*	*18.597,41*	*19.015,86*	*19.443,71*	*19.881,20*	*20.328,52*	*20.785,91*	*21.253,60*	*21.731,80*	*22.220,77*
SUBTOTAL:		*42.704,88*	*43.665,74*	*44.648,22*	*45.652,80*	*46.679,99*	*47.730,29*	*48.804,22*	*49.902,32*	*51.025,12*	*52.173,19*
GASTOS FINANCIEROS											
Intereses	*62*	*6.776,00*	*4.560,00*	*3.344,00*	*2.128,00*	*912,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*
SUBTOTAL:		*6.776,00*	*4.560,00*	*3.344,00*	*2.128,00*	*912,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*
TOTAL:		*147.328,10*	*148.143,20*	*150.026,50*	*151.979,53*	*154.003,87*	*156.405,12*	*159.792,91*	*163.256,93*	*166.798,88*	*170.420,54*

FUENTE: Anexos del 3 al 15 y cuadros 57 y 62 (tasa de interés 2,25% Banco Central a enero de 2012)

ELABORACIÓN: Los Autores

Para el primer año de funcionamiento del proyecto el presupuesto de operación suma un valor de $ 147.328,10, y en el décimo año el valor estimado asciende a $170.420,54.

COSTOS UNITARIOS

Los costos unitarios se obtienen al dividir el presupuesto de operación de cada periodo, para el volumen de producción. Para calcular el costo unitario en el primer año, se sigue el siguiente procedimiento.

$$\text{COSTO UNITARIO} = \frac{\text{Presupuesto de Operación (Año 1)}}{\text{N° de camisetas (Año 1)}}$$

$$CU = \frac{147.328,10}{109620}$$

$$CU = 1,34$$

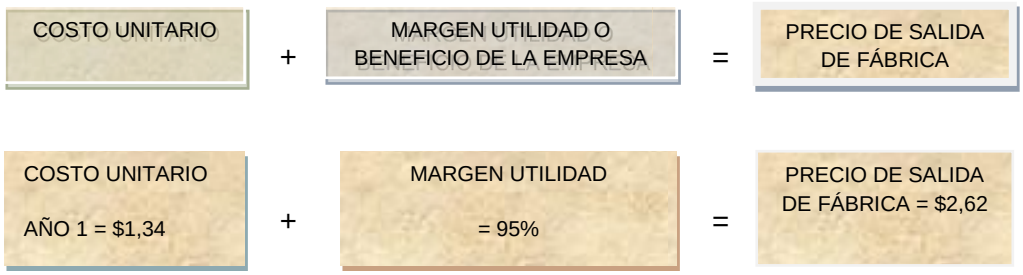
El costo unitario de producción de una camiseta de algodón para niños resulta ser de $1,34 para el primer año.

Similar procedimiento se sigue para calcular los costos unitarios de los demás años.

INGRESOS

En el proyecto los ingresos serán generados por la venta de la producción de camisetas de algodón para niños.

El precio de venta ha sido estimado adicionando al costo unitario de producción el 95% de margen de utilidad, ya que la competencia maneja un margen de utilidad del 95% al 100%, por lo tanto se ha considerado el menor margen de utilidad, considerando que este margen brindará a los inversionistas una rentabilidad aceptable para sus capitales. Además se ha tomado en cuenta que el precio de venta es competitivo con productos similares o sucedáneos en el mercado.



CUADRO N° 65

INGRESOS TOTALES

AÑO	COSTOS	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	P.V.P 95% M.U.	INGRESOS
1	*147.328,10*	109.620	1,34	2,62	287289,80
2	*148.143,20*	117.450	1,26	2,46	288879,24
3	*150.026,50*	125.280	1,20	2,34	292551,68
4	*151.979,53*	133.110	1,14	2,23	296360,08
5	*154.003,87*	140.940	1,09	2,13	300307,55
6	*156.405,12*	140.940	1,11	2,16	304989,98
7	*159.792,91*	140.940	1,13	2,21	311596,17
8	*163.256,93*	140.940	1,16	2,26	318351,01
9	*166.798,88*	140.940	1,18	2,31	325257,82
10	*170.420,54*	148.770	1,15	2,23	332320,05

Fuente: *Cuadros Nº 36 y 62*
Elaboración: *Los Autores*

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Los costos totales generalmente se los clasifican o subdivide en costos fijos y costos variables.

Los costos fijos se definen como aquellos que permanecen sin variación, aunque aumente o disminuya el volumen de producción. Los costos

variables varían de acuerdo con el aumento o disminución de la producción.

En los siguientes cuadros se puede observar los costos fijos y variables del proyecto.

CUADRO N° 66

CLASIFICACIÓN DE COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑOS					
	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES
COSTO PRIMO						
Materia Prima Directa		45.219,28		49428,44		55245,07
Mano Obra Directa		34.789,59		38027,92		42502,96
SUBTOTAL:	0	80008,87	0,00	87456,36	0,00	97748,03
COSTOS GEN. PRODUCCIÓN						
Materia Prima Indirecta		9.865,80		10.784,14		12.053,19
Mantenimiento	480		524,68		586,42	
Agua	240		262,34		293,21	
Luz		1044		1.141,18		1.275,47
Teléfono	372		406,63		454,48	
Amortización Activo Diferido	178,5		178,5		178,5	
Depreciación Activos Planta	5.658,05		5.658,05		5.658,05	
SUBTOTAL:	6.928,55	10.909,80	7.030,20	11.925,32	7.170,66	13.328,66
GASTOS DE ADM. Y VENTAS						

Personal Administrativo	*23.700,70*		*25.906,84*		*28.955,50*	
Gastos Generales de Adm.	*816,00*		*891,96*		*996,92*	
Gastos de Ventas	*18188,18*		*19.881,20*		*22.220,77*	
SUBTOTAL:	*42.704,88*	*0,00*	*46.680,00*	*0,00*	*52.173,19*	*0,00*
GASTOS FINANCIEROS						
Intereses	*6.776,00*		*912*		*0*	
SUBTOTAL:	*6.776,00*	*0,00*	*912,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*
TOTAL:	*56.409,43*	*90.918,67*	*54.622,20*	*99.381,68*	*59.343,85*	*111.076,69*

FUENTE: Anexos del 3 al 15 y cuadros 57 y 62 (tasa de interés 2,25% Banco Central a enero de 2012)

ELABORACIÓN: Los Autores

Los costos fijos en el primer año suman un valor de $ 56.409,43 y los variables $90.916,67, en el décimo año los costos fijos serán de $59.343,85y los variables $111.076,69.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

En el proyecto el procedimiento que se ha seguido para determinar las ganancias o utilidades en cada uno de los años es el siguiente:

INGRESOS POR VENTAS

(-) Costo Primo

(=) Utilidad en Ventas

(-) Costo de Operación

(=) Utilidad en Operaciones

(-) 15% Reparto Trabajadores

(=) Utilidad antes de Impuestos

(-) 25% Imp. Renta

(=) Utilidad antes de Reserva Legal

(-) 10% Reserva Legal

UTILIDAD NETA:

En el primer año se obtiene una utilidad neta de $78.988,33, en el décimo año esta utilidad será de $91.616,08. En el siguiente cuadro se puede observar la determinación de las ganancias del proyecto.

CUADRO Nº 67

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	***1***	***2***	***3***	***4***	***5***	***6***	***7***	***8***	***9***	***10***
Ingresos por ventas	*287.289,80*	*288.879,24*	*292.551,68*	*296.360,08*	*300.307,55*	*304.989,98*	*311.596,17*	*318.351,01*	*325.257,82*	*332.320,05*
(-) Costo Total	*147.328,10*	*148.143,20*	*150.026,50*	*151.979,53*	*154.003,87*	*156.405,12*	*159.792,91*	*163.256,93*	*166.798,88*	*170.420,54*
(=) Utilidad Bruta Ventas	*139.961,70*	*140.736,04*	*142.525,18*	*144.380,55*	*146.303,68*	*148.584,86*	*151.803,26*	*155.094,08*	*158.458,94*	*161.899,51*
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	*20.994,26*	*21.110,41*	*21.378,78*	*21.657,08*	*21.945,55*	*22.287,73*	*22.770,49*	*23.264,11*	*23.768,84*	*24.284,93*
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	*118.967,45*	*119.625,63*	*121.146,40*	*122.723,47*	*124.358,13*	*126.297,13*	*129.032,77*	*131.829,97*	*134.690,10*	*137.614,58*
(-) 25% Impuesto a la renta	*29.741,86*	*29.906,41*	*30.286,60*	*30.680,87*	*31.089,53*	*31.574,28*	*32.258,19*	*32.957,49*	*33.672,52*	*34.403,65*
(=) Utilidad Liquida ejercicio	*89.225,58*	*89.719,23*	*90.859,80*	*92.042,60*	*93.268,60*	*94.722,85*	*96.774,58*	*98.872,48*	*101.017,57*	*103.210,94*
(-) 10% reserva Legal	*8.922,56*	*8.971,92*	*9.085,98*	*9.204,26*	*9.326,86*	*9.472,28*	*9.677,46*	*9.887,25*	*10.101,76*	*10.321,09*
(=) Utilidad Neta	***80.303,03***	***80.747,30***	***81.773,82***	***82.838,34***	***83.941,74***	***85.250,56***	***87.097,12***	***88.985,23***	***90.915,82***	***92.889,84***

Determinación del Punto de Equilibrio

Al punto de equilibrio se lo calculará mediante dos métodos:

- *Matemáticamente (En función de las ventas y en función de la capacidad de la planta).*
- *A través de un grafico*

Para efecto del presente análisis se ha realizado el cálculo para el primero, quinto y décimo año de vida útil del proyecto.

Calculo del Punto de Equilibrio para el 1er año

MATEMÁTICAMENTE:

*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{56.409,43}{287.289,80 - 90.916,67} * 100 = \mathbf{28,73\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

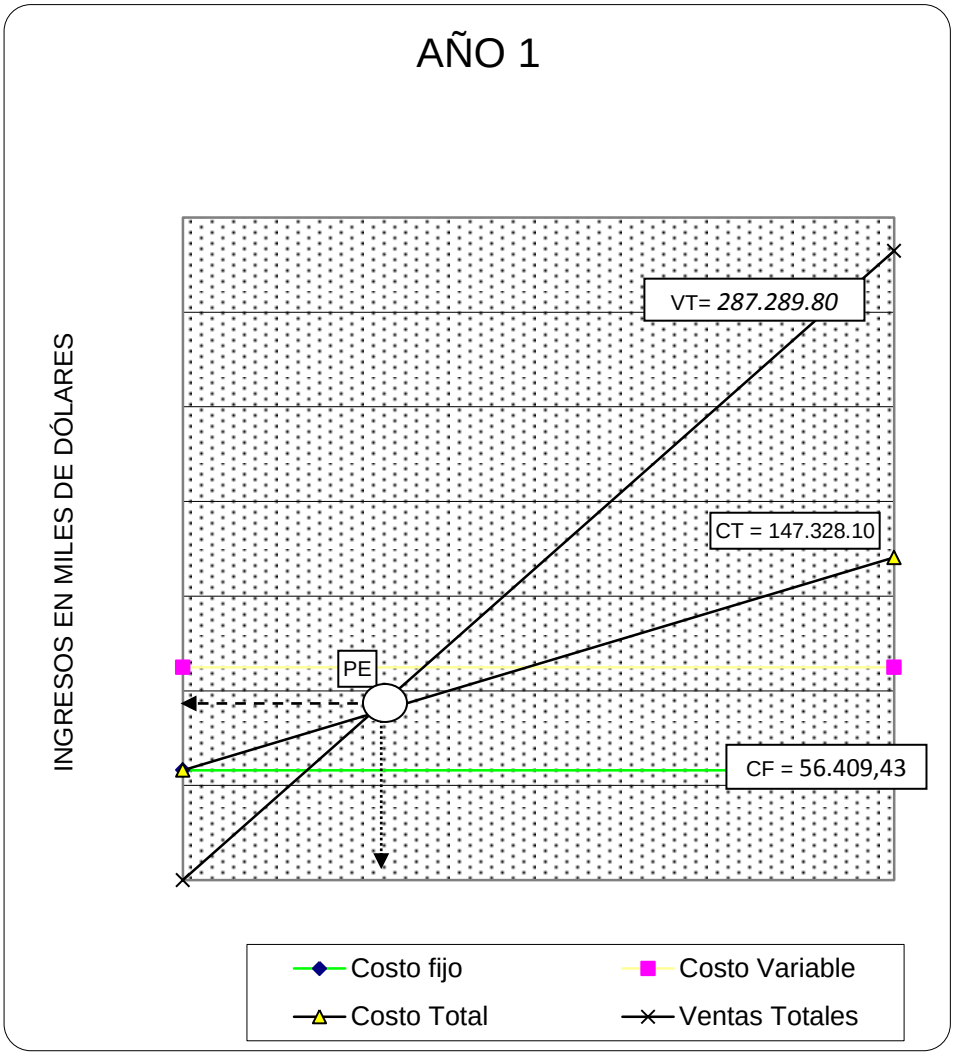
$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{56.409,43}{1 - \frac{90.916,67}{287.289,80}} = \mathbf{82.525,82} \text{ dólares}$$

Método Gráfico

PUNTO DE EQUILIBRIO

EN FUNCION DE LAS VENTAS Y

CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: Los Autores

Calculo del Punto de Equilibrio para el Quinto Año

MATEMÁTICAMENTE:

**** PE en función de la Capacidad Instalada***

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{54.622,20}{300.307,55 - 99.381,68} * 100 = \mathbf{27,19\%}$$

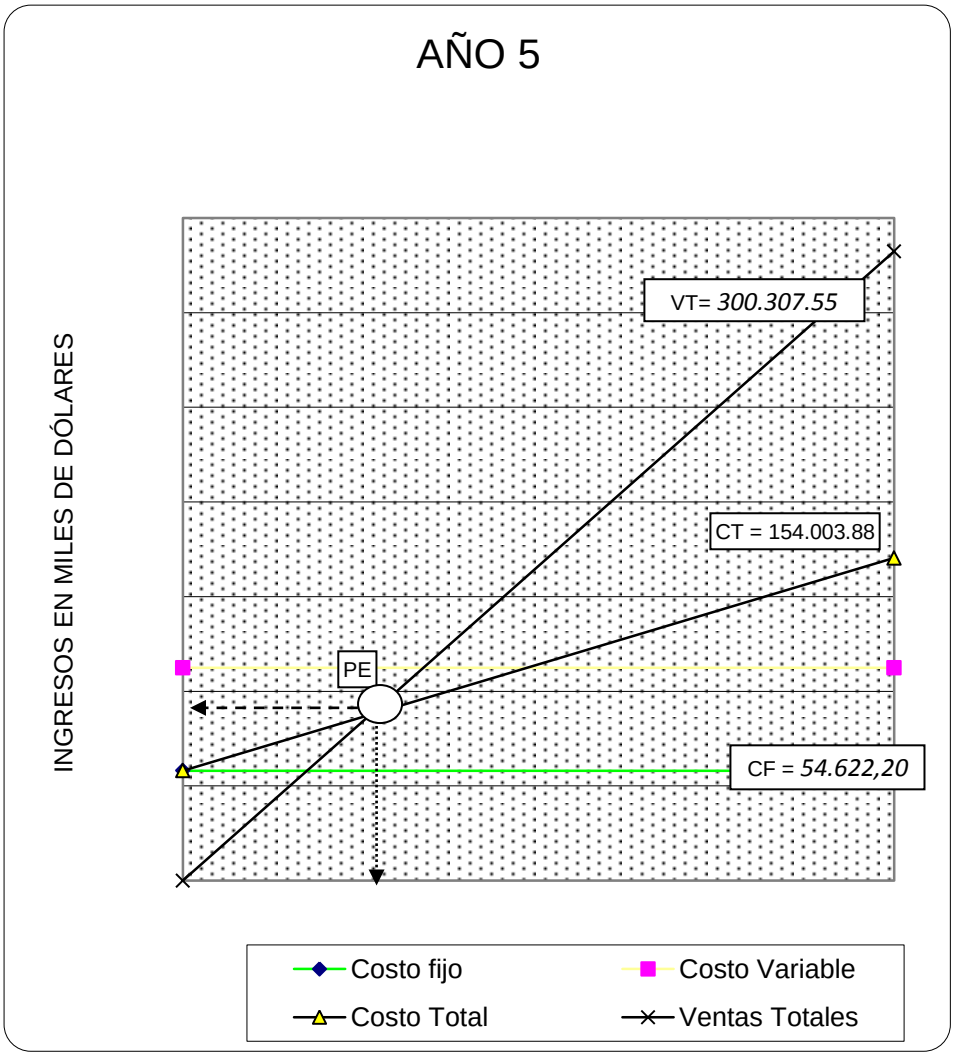
**** PE en función de los Ingresos (Ventas)***

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{54.622,20}{1 - \frac{99.381,68}{300.307,55}} = \mathbf{81.639,36 \ dólares}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO

EN FUNCION DE LAS VENTAS Y

CAPACIDAD INSTALADA



Calculo del Punto de Equilibrio para el Décimo Año

MATEMÁTICAMENTE:

**** PE en función de la Capacidad Instalada***

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{59.343,85}{332.320,05 - 111.076,69} * 100 = \mathbf{26,82\%}$$

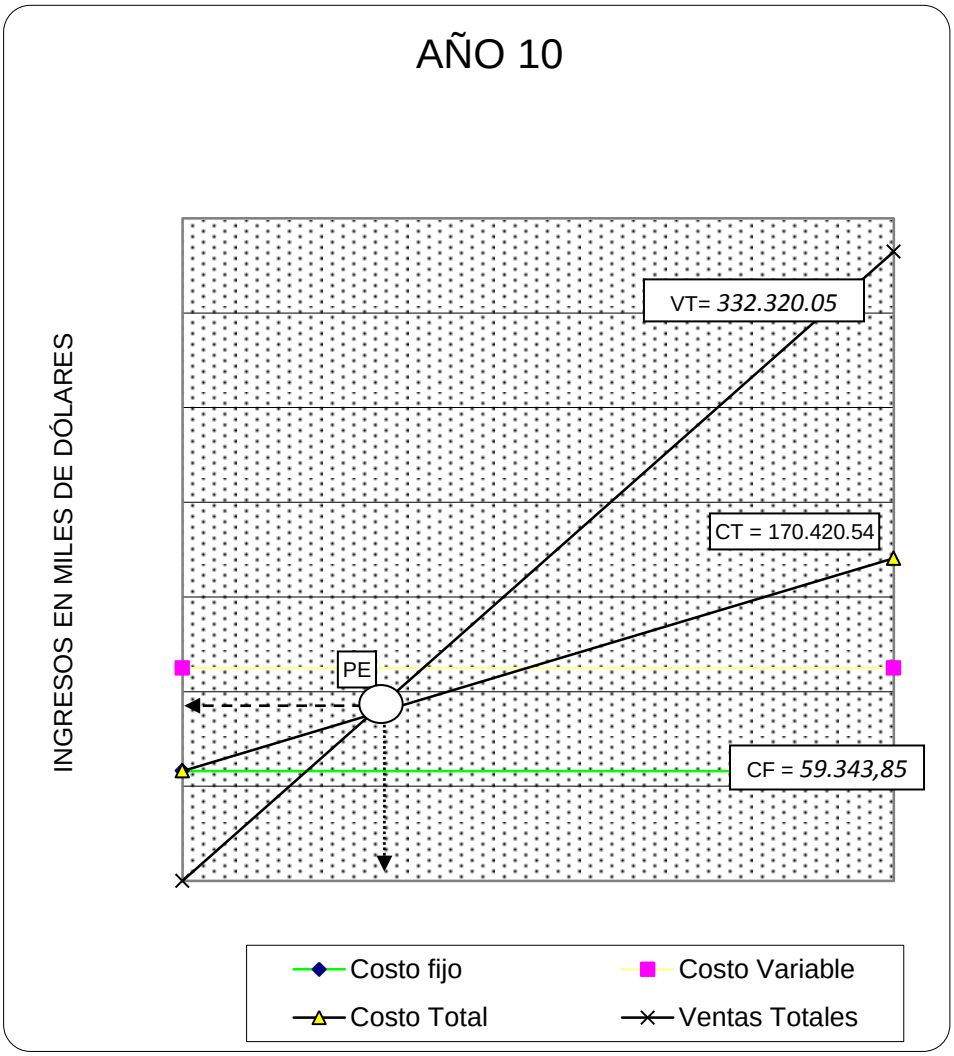
**** PE en función de los Ingresos (Ventas)***

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{59.343,85}{1 - \frac{111.076,69}{332.320,05}} = \mathbf{89.137,82 \ dólares}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y

CAPACIDAD INSTALADA



Flujo de Caja

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

El Flujo de Caja permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Los Flujos de Caja se evalúan en lugar de establecer figuras contables en razón de que no son estos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos. El detalle de cada uno de los años se puede observar en el siguiente cuadro.

CUADRO Nº 66 FLUJO DE CAJA

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Ventas		287.289,80	288.879,24	292.551,68	296.360,08	300.307,55	304.989,98	311.596,17	318.351,01	325.257,82	332.320,05
Crédito	40.000,00										
Capital propio	53.340,64										
Valor de rescate				759,92		1.340,00	812,56			1.497,68	8.788,08
Total de ingresos	93.340,64	287.289,80	288.879,24	293.311,60	296.360,08	301.647,55	305.802,54	311.596,17	318.351,01	326.755,50	341.108,13
EGRESOS											
Activo Fijo	80.314,40										
Activo Diferido	1.785,00										
Activo Circulante	11.241,24										
Presupuesto de operación		147.328,10	148.143,20	150.026,50	151.979,53	154.003,87	156.405,12	159.792,91	163.256,93	166.798,88	170.420,54
REINVERSIÓN					2.437,92		14.976,88	2.606,21			
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		139.961,70	140.736,04	143.285,10	146.818,47	147.643,68	164.374,30	154.409,47	155.094,08	159.956,62	170.687,59
(-) 15% Utilidad Trabajadores		20.994,26	21.110,41	21.492,77	22.022,77	22.146,55	24.656,15	23.161,42	23.264,11	23.993,49	25.603,14
UTILIDAD ANT. IMPUESTO		118.967,45	119.625,63	121.792,34	124.795,70	125.497,13	139.718,16	131.248,05	131.829,97	135.963,13	145.084,45
(-) 25% Impuesto a la renta		29.741,86	29.906,41	30.448,08	31.198,92	31.374,28	34.929,54	32.812,01	32.957,49	33.990,78	36.271,11
UTILIDAD LIQUIDA		89.225,58	89.719,23	91.344,25	93.596,77	94.122,85	104.788,62	98.436,04	98.872,48	101.972,35	108.813,34
(-) Depreciaciones y amortizaciones		5.836,55	5.836,55	5.836,55	5.836,55	5.836,55	5.836,55	5.836,55	5.836,55	5.836,55	5.836,55
Total de egresos	93.340,64	83.389,03	83.882,68	85.507,70	87.760,22	88.286,30	98.952,07	92.599,49	93.035,93	96.135,80	102.976,79
FLUJO DE CAJA	0,00	83.389,03	83.882,68	85.507,70	87.760,22	88.286,30	98.952,07	92.599,49	93.035,93	96.135,80	102.976,79

ELABORACIÓN: Los Autores

Evaluación Financiera

La Evaluación Financiera pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas que resulten del estudio del proyecto, así como la rentabilidad que puede generar cada uno de los inversionistas tiene la función de medir tres aspectos que son:

- *Estructurar el plan de financiamiento, una vez medido el grado en que los costos pueden ser cubiertos por los ingresos.*
- *Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.*
- *Brindar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto, frente a otras alternativas de inversión.*

La evaluación consiste en saber si el proyecto es factible o no, para ello los criterios utilizados son:

a. Medidas para Evaluar el Proyecto

- *Valor Actual Neto (VAN)*
- *Tasa Interna de Retorno (TIR)*
- *Análisis de Sensibilidad (AS)*
- *Relación Beneficio Costo (R/BC)*
- *Período de Recuperación de Capital (PRC)*

Valor Actual Neto (VAN

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse al préstamo a obtener.

El VAN representa los valores actuales, el toral de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es el retorno liquido actualizado generado por el proyecto.

Los criterios de decisión son:

- *Si el VAN es positivo se debe realizar el proyecto*
- *Si el Van es negativo se rechaza el proyecto*
- *Si el VAN es cero es indiferente su ejecución*

FORMULA DEL FACTOR DE ACTUALIZACIÓN

$$FA \quad \frac{1}{(1+)^{n}}$$

En Donde:

n= tiempo

i = interés

CUADRO Nº 69

PERIODO	*FLUJO NETO*	*FACTOR ACTUALIZACIÓN 15,20%*	*VALOR ACTUALIZADO*
0	*93.340,64*		
1	*83.389,03*	*0,868055556*	*72.386,31*
2	*83.882,68*	*0,753520448*	*63.207,31*
3	*85.507,70*	*0,654097611*	*55.930,38*
4	*87.760,22*	*0,567398935*	*49.795,06*
5	*88.286,30*	*0,492875924*	*43.514,19*
6	*98.952,07*	*0,427843684*	*42.336,02*
7	*92.599,49*	*0,371392087*	*34.390,72*
8	*93.035,93*	*0,322388964*	*29.993,76*
9	*96.135,80*	*0,279851532*	*26.903,75*
10	*102.976,79*	*0,242926677*	*25.015,81*
			443.473,31
			93.340,64
			350.132,67

FA = *1 / (1 + i)n*

VAN = *SFNA - INVERSIÓN INICIAL*

VAN = *443.473,31* *93.340,64*

VAN = ***350.132,67***

- *Como el Van es positivo el proyecto se acepta, esto significa que el valor de la empresa aumentará*

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Toma en consideración el valor en el tiempo de dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto.

Se define la TIR como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

También se puede definir la TIR como la tasa de descuento (i) que hace que el valor actual de los flujos netos de caja sea igual a la inversión.

Los criterios de decisión:

- *Si la TIR es ≥ que el costo de capital se acepta el proyecto*
- *Si la TIR es ≤ que el costo de capital se rechaza el proyecto*

Su cálculo lo presentamos a continuación:

CUADRO Nº 70

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 90,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 91,00%	VAN MAYOR
0			93.340,64		93.340,64
1	83.389,03	0,5263157895	43.888,96	0,5235602094	43.659,18
2	83.882,68	0,2770083102	23.236,20	0,2741152929	22.993,53
3	85.507,70	0,1457938475	12.466,50	0,1435158602	12.271,71
4	87.760,22	0,0767336039	6.734,16	0,0751391938	6.594,23
5	88.286,30	0,0403861073	3.565,54	0,0393398920	3.473,17
6	98.952,07	0,0212558460	2.103,31	0,0205968021	2.038,10
7	92.599,49	0,0111872874	1.035,94	0,0107836660	998,56
8	93.035,93	0,0058880460	547,80	0,0056458984	525,27
9	96.135,80	0,0030989716	297,92	0,0029559678	284,17
10	102.976,79	0,0016310377	187,88	0,0015476271	178,27
			723,56		**-324,45**

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right)$$

$$TIR = 90 + 1{,}00 \left(\frac{723{,}56}{1048{,}01} \right)$$

TIR = 90 + 1,00 (0,69)

TIR = 90 + 0,69 (

TIR = 90,69 %

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.95) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.95 centavos de utilidad.

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación:

CUADRO Nº 71

ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
PERIODO	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 15,20%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 15,20%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	147328,10	0,8680555556	127888,98	287289,80	0,8680555556	249383,51
2	148143,20	0,7535204475	111628,93	288879,24	0,7535204475	217676,41
3	150026,50	0,6540976107	98131,98	292551,68	0,6540976107	191357,35
4	151979,53	0,5677930648	86292,92	296360,08	0,5677930648	168271,20
5	154003,87	0,4928759243	75904,80	300307,55	0,4928759243	148014,36
6	156405,12	0,4278436843	66916,94	304989,98	0,4278436843	130488,04
7	159792,91	0,3713920871	59345,82	311596,17	0,3713920871	115724,35
8	163256,93	0,3223889645	52632,23	318351,01	0,3223889645	102632,85
9	166798,88	0,2798515317	46678,92	325257,82	0,2798515317	91023,90
10	170420,54	0,2429266768	41399,70	332320,05	0,2429266768	80729,41
			766.821,22			1.495.301,38

$$R\ (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R\ (B/C) = \frac{1495301,38}{766821,22}$$

R (B/C) = 1,95 Dólares

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

CUADRO Nº 72

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
0			
1		83.389,03	
2	93.340,64	83.882,68	167.271,71
3		85.507,70	252.779,41
4		87.760,22	340.539,63
5		88.286,30	428.825,93
6		98.952,07	527.778,00
7		92.599,49	620.377,49
8		93.035,93	713.413,42
9		96.135,80	809.549,22
10		102.976,79	924.738,66
		924.738,66	

$$PRC = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{INVERSIÓN - SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERE LA INVERSIÓN}}{\text{FLUJO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

$$PRC = 2 \quad \frac{93340,64 - 83389,03}{83389,03}$$

$$PRC = 2,12$$

		2 Años
0,12 * 12 =	1,43	1 Meses
0,43 * 30 =	12,96	12 Días

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se esperan en el futuro.

Para las decisiones se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- *Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.*
- *Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.*
- *Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto.*

Cuadro Nº 73

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 64 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 64,00%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 49,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 50,00%	VAN MAYOR
0						93.340,64		93.340,64
1	147.328,10	241.618,08	287.289,80	45.671,72	0,6711409396	30.652,16	0,6666666667	30.447,81
2	148.143,20	242.954,85	288.879,24	45.924,39	0,4504301608	20.685,73	0,4444444444	20.410,84
3	150.026,50	246.043,46	292.551,68	46.508,22	0,3023021213	14.059,53	0,2962962963	13.780,21
4	151.979,53	249.246,43	296.360,08	47.113,65	0,2028873298	9.558,76	0,1975308642	9.306,40
5	154.003,87	252.566,35	300.307,55	47.741,20	0,1361659931	6.500,73	0,1316872428	6.286,91
6	156.405,12	256.504,40	304.989,98	48.485,58	0,0913865726	4.430,93	0,0877914952	4.256,62
7	159.792,91	262.060,37	311.596,17	49.535,80	0,0613332702	3.038,19	0,0585276635	2.899,21
8	163.256,93	267.741,37	318.351,01	50.609,64	0,0411632686	2.083,26	0,0390184423	1.974,71
9	166.798,88	273.550,16	325.257,82	51.707,66	0,0276263548	1.428,49	0,0260122949	1.345,03
10	170.420,54	279.489,69	332.320,05	52.830,36	0,0185411777	979,54	0,0173415299	916,16
						76,69		**-1.716,73**

NTIR = Tm + Dt (VAN menor / VAN menor - VAN mayor) = 49,00 + 1,00 (76,69 / 1793,42) = **50,24 %**

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva Tir* 90,67 - 50,24 = 39,53 %

Porcentaje de variación = *Diferencia. Tir / Tir del proyecto* 39,53 / 90,67 = 48,60%

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva Tir* 48,60 / 49,04 = **0,991**

Cuadro Nº 74

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 33 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL 33,00%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 48,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 49,00%	VAN MAYOR
0						93.340,64		93.340,64
1	147.328,10	192.484,17	287.289,80	45.156,07	0,6756756757	30.510,86	0,6711409396	30.306,08
2	148.143,20	193.549,09	288.879,24	45.405,89	0,4565376187	20.729,50	0,4504301608	20.452,18
3	150.026,50	196.009,63	292.551,68	45.983,13	0,3084713640	14.184,48	0,3023021213	13.900,80
4	151.979,53	198.561,25	296.360,08	46.581,72	0,2084265973	9.708,87	0,2028873298	9.450,84
5	154.003,87	201.206,06	300.307,55	47.202,19	0,1408287820	6.647,43	0,1361659931	6.427,33
6	156.405,12	204.343,29	304.989,98	47.938,17	0,0951545824	4.561,54	0,0913865726	4.380,90
7	159.792,91	208.769,43	311.596,17	48.976,52	0,0642936368	3.148,88	0,0613332702	3.003,89
8	163.256,93	213.295,18	318.351,01	50.038,25	0,0434416465	2.173,74	0,0411632686	2.059,74
9	166.798,88	217.922,74	325.257,82	51.123,86	0,0293524638	1.500,61	0,0276263548	1.412,37
10	170.420,54	222.654,43	332.320,05	52.233,89	0,0198327458	1.035,94	0,0185411777	968,48
						861,20		**-978,03**

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 48{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{861{,}20}{1839{,}22} \right) = \mathbf{48{,}47\ \%}$$

Diferencias TIR = 42,20

Tir Proyecto - Nueva Tir 90,67 - 48,47 = %

Porcentaje de variación = *Diferencia. Tir / Tir del proyecto* 42,20 / 90,67 = 46,55%

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva Tir* 46,55 / 48,47 = **0,96**

h. CONCLUSIONES

En base al desarrollo de la presente investigación se llegó a determinar varias conclusiones, entre las cuales señalamos las siguientes:

- *El estudio de mercado desarrollado en la provincia del Azuay, nos determina que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la oferta y demanda. Se ha demostrado que existe una demanda insatisfecha considerable del producto a elaborarse, lo cual con la implementación de nuestra empresa, al 100% de su capacidad instalada, será cubierta en un 23.83%.*
- *Nuestra empresa se ubicará en el sector sur de la ciudad, en la Ciudad de Cuenca, en el parque industrial calles Avenida Octavio Chacón Moscoso y Cornelio Vintimilla, con un área total de 130 m², terreno que estará dotado de los servicios indispensables para el normal funcionamiento de la empresa.*
- *La Capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en capacidad de producir 156.600 camisetas de algodón para niños, de los cuales se producirá el 70% de la capacidad utilizada para el primer año que corresponde a 109.620 camisetas de algodón para niños.*
- *Concluyéndose que la forma jurídico – administrativa más conveniente dada la naturaleza de la empresa a formarse y tomando en consideración las ventajas que presenta en relación con otro tipo de organizaciones, se conformará una COMPAÑÍA DE*

RESPONSABILIDAD LIMITADA. y con la estructura orgánica funcional a los niveles jerárquicos, así como los manuales de funciones, organigramas; que sirvieron de pauta para implementar una buena organización.

- *El proyecto alcanza una inversión de **93.340,64** dólares y se financiará con un aporte de los socios el 57% del total de la inversión que corresponde a 53.340,64 dólares y un préstamo que mantendrá el proyecto con el Banco Pichincha constituirá el 43,00% que corresponde a 40.000 dólares a 5 años plazo al 15.20% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de las adecuaciones.*
- *La evaluación financiera del proyecto presenta los siguientes resultados:*
- *El VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de **350.132,67** dólares, lo que indica que el proyecto es conveniente ejecutarlo, por cuanto a las utilidades que se espera obtener durante la vida útil del proyecto son superiores a la inversión original.*
  - *El tiempo que se requerirá para recuperar la inversión original será de 2 años, 1 meses y 12 días.*
  - *La relación beneficio/costo nos expresa que por cada dólar invertido en la empresa existirá una utilidad de 0.95 centavos de dólar.*

- *Para el presente proyecto la TIR es de 90.69%, resulto mayor que el costo de oportunidad del dinero, lo que nos indica que la empresa tendrá un rendimiento del 75.49% en relación con el capital invertido.*
- *La empresa puede soportar un 64.00% de incremento de los costos y un 33% de reducción en los ingresos, el proyecto no es sensible.*
- *Finalmente, y tal como lo demuestran los indicadores financieros se comprueba que la ejecución del presente proyecto es factible.*

i. RECOMENDACIONES

Al término del trabajo de investigación creemos prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- *Al presente producto por ser conocido en el mercado, y a la vez tener una fuerte competencia, es necesario que se implemente una campaña permanente utilizando los medios existentes como se lo señala en nuestra propuesta de comercialización.*
- *Para que el producto tenga aceptación en el mercado es necesario realizar una buena promoción, a fin de lograr difundir las características del mismo.*
- *La contratación de mano de obra local es importante para reducir en algo el gran problema de desocupación que se suscita en nuestra ciudad y provincia.*
- *La implantación de este proyecto es recomendable desde el punto de vista financiero, tal como se lo demuestra matemáticamente.*

j. BIBLIOGRAFÍA

ACOSTA, Alberto., ***Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo.****, Edit. Norma S.A., 1991.*

ACHIG, Lucas., ***Metodología de la Investigación Social****., Edit. Idis., Universidad de Cuenca., Enero 1996.*

BACA URBINA, Gabriel., ***Evaluación de Proyectos****., 2da. Edic., 1994.*

BELL, Martín L., ***Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias****., Edit. Continental S.A., México., 1971.*

BOLTEN, Steven., ***Administración Financiera****., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.*

DAVALOSARCENALES, Nelson., ***Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría****., Tomo II., 1990.*

FOLLETO., ***El Comercio Fronterizo Peruano Ecuatoriano****., Características y Perspectivas.*

GAMBOA VELASQUEZ, Ramiro., ***Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas)****., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.*

GOXENS, Antonio y GOXENS, María de los Angeles., ***Biblioteca Práctica de Contabilidad****., Vol. 4., Ed. Grupo Océano.*

KOLHER, Eric., ***Diccionario para Contadores****., Edit. Limusa S.A., México., 1992.*

LOAIZA CORTES, Carlos., ***Práctica de Mercadotecnia****., McGraw-Hill., México., 2da. Ed., 1988.*

MOORE, Franklin., ***Administración de la Producción****., Edit. Diana S.A., México., 1977.*

NACIONES UNIDAS., ***Manual de Proyectos de Desarrollo Económico****., México D.F., Diciembre., 1968.*

OROZCO, José., ***Contabilidad General****., Edit. Productora de Publicaciones., Quito., 1986.*

REYES PONCE, Agustín., ***Administración de Empresas****., Edit. Limusa., México., 1982.*

ROSENBERGJ.M., ***Diccionario de Administración y Finanzas****., Edit. Océano., Barcelona-España.*

*SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía**., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.*

*VASQUEZ, Víctor Hugo., **Organización Aplicada**., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.*

*VELASQUEZ, Ramiro., **Administración de Empresas**., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.*

*SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía**., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.*

*VASQUEZ, Víctor Hugo., **Organización Aplicada**., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.*

k. ANEXOS

ANEXO Nº 1

FICHA RESUMEN

TEMA

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAMISETAS DE ALGODÓN PARA NIÑOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DEL AZUAY

PROBLEMA

Hoy día está demostrado que "el crecimiento económico de los países depende tanto de la cantidad como de la calidad de las inversiones emprendidas por sus sectores privados y público", y que para ello es necesario llevar a cabo los proyectos más rentables, ya sea invirtiendo en capital físico, en capital humano y ambiental, y/o en capital del conocimiento.

Con estos antecedentes podemos indicar que en nuestro país el problema es que muchos emprendedores crean empresas sin realizar antes un estudio que permita anticiparse a determinar si la misma será rentable o

de ser el caso buscar nuevas alternativas que permitan obtener resultados positivos.

Además el ingreso de productos de otros países, se han convertido en un motivo de preocupación para muchos empresarios, ya que generan una competencia en condiciones diferentes, por un lado estos productos tienen un precio de venta al público bajo, pero el producto no es de buena calidad, e inclusive son rechazados en su lugar de origen como es el caso de productos chinos, provocando que nuestro producto no tenga la acogida deseada ya que la diferencia del precio es notoria, lo que genera pérdidas e inclusive el cierre de muchas empresas locales.

Entre estos factores también podemos indicar que la falta de apoyo gubernamental en financiamiento y capacitación, en sectores donde los microempresarios ocupan un gran porcentaje, también es un problema que afecta el desarrollo económico no solo del empresario, sino también de la región, ya que al no crearse nuevas fuentes de trabajo o la disminución de las mismas, repercute en la economía de la región.

Así pues podemos notar que en la ciudad de Cuenca también se han cerrado muchas microempresas justamente por las razones indicadas anteriormente, y la falta de un estudio de proyectos de inversión también ha sido la causa del fracaso de las mismas, pues como sabemos la

evaluación de un proyecto de inversión cualquiera que este sea, tiene por objeto conocer los aspectos de análisis más significativos del estudio de mercado, del estudio económico y estudio financiero, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.

Todos estos antecedentes nos llevan a determinar la necesidad de implementar empresas que brinden calidad en sus productos, precios cómodos, y que el beneficio sea mutuo tanto para el productor como para el consumidor.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Al plantear el problema revisamos la falta de apoyo gubernamental que existe en el Ecuador, que delimita a los nuevos emprendedores del país para que puedan crear una nueva empresa de producción de camisetas de algodón en los diferentes sectores económicos; con la finalidad de generar trabajo y mejorar la economía de todo los colaboradores de la empresa; además el país no trabaja en incentivos para paliar la crisis que afecta al sector empresarial como consecuencia de la crisis económica mundial y nuestros esfuerzos como ecuatorianos están encaminados a lograr una empresa de calidad para mantener el liderazgo en el manejo sostenible empresarial; lo cual no ayuda para el crecimiento del sector empresarial a nivel de todo el país.

Creemos conveniente plantear el problema de nuestro proyecto que será "La falta de apoyo gubernamental para la creación de una empresa para la producción de camisetas de algodón para niños con calidad y servicio, no permite una satisfacción total del cliente en la provincia del Azuay".

JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

Académicamente con el fin de dar cumplimiento a los requerimientos de graduación, nosotros como estudiantes dela Carrera de Administración de Empresas, Modalidad de Estudios a Distancia; y con los conocimientos adquiridos durante los cinco años de estudio para la formación profesional que esté de acuerdo con las necesidades presentes y futuras de la sociedad, creemos que es necesario la realización de un Proyecto que nos permite como egresados aplicar los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo de la Carrera y obtener resultados reales que reforzarán nuestra formación académica, y profesional futura así como asegurarán el éxito en la realización de futuras investigaciones.

Además pretendemos que este proyecto se constituya en un fuente de información para posteriores investigadores o emprendedores, interesados en establecer empresas.

JUSTIFICACIÓN SOCIO - ECONÓMICA

La difícil situación económica por la que atraviesa nuestro país y en la que se desenvuelven todos los sectores sociales y productivos exige en la actualidad contar con profesionales especializados en las diferentes ramas profesionales, es por eso que se pretende implantar una empresa productora de camisetas de algodón para niños en la ciudad de Cuenca y su comercialización en la provincia del Azuay.

A través del presente proyecto se estudiará y analizará la situación actual del mercado y los problemas sociales que los aquejan brindando alternativas que cubran sus necesidades con la finalidad de mejorar la calidad de vida y así generar un desarrollo social sostenible.

Se justifica ya que además de ser un aporte para la sociedad, servirá como creadora de fuentes de trabajo hacia la sociedad que tanto lo necesita.

OBJETIVOS

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de camisetas de algodón para niños y su comercialización en la provincia del Azuay.

ESPECÍFICOS

- *Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del producto.*
- *Diseñar un estudio técnico del tamaño, localización y distribución de la planta para el funcionamiento del proyecto en estudio.*
- *Elaborar un modelo de organización empresarial para la puesta en marcha de la empresa, en base a procedimientos administrativos y legales.*
- *Determinar costos y rentabilidad del proyecto en estudio*
- *Realizar la evaluación financiera de la empresa, para determinar la factibilidad o no del proyecto.*

MARCO TEÓRICO

ESQUEMA

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1. *CAMISETAS*

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1. PROYECTOS DE INVERSIÓN

1.1. CONCEPTO

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. DEFINICIÓN

2.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.3. ELEMENTOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.3.1. INFORMACIÓN BASE

2.3.2. PRODUCTOS PRINCIPALES

2.3.3. PRODUCTOS SECUNDARIOS

2.3.4. PRODUCTOS SUSTITUTOS

2.3.5. PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

2.4. MERCADO DEMANDANTE

2.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.6. ESTUDIO DE LA OFERTA

2.7. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. DEFINICIÓN

3.2. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

3.2.1. TAMAÑO

3.2.2. CAPACIDAD INSTALADA

3.2.3. CAPACIDAD UTILIZADA

3.2.4. LOCALIZACIÓN

3.2.4.1. MACROLOCALIZACIÓN

3.2.4.2. MICROLOCALIZACIÓN

3.2.4.3. FACTORES DE LOCALIZACIÓN

4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

4.1.1. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

4.1.2. PROCESO PRODUCTIVO

4.1.3. DISEÑO DEL PRODUCTO

4.1.4. FLUJOGRAMA DE PROCESOS

4.1.5. FLUJOGRAMA

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.1. NIVELES JERÁRQUICOS

5.2. ORGANIGRAMAS

5.3. MANUALES

5.3.1. MANUAL DE FUNCIONES

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1. ACTIVOS FIJOS

6.2. ACTIVOS DIFERIDOS

6.3. CAPITAL DE TRABAJO

6.4. INVERSIONES

6.5. INGRESOS

6.6. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

6.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

6.8. VALOR ACTUAL NETO

6.9. TASA INTERNA DE RETORNO

6.10. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

6.11. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

6.12. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

METODOLOGÍA

La Metodología, hace referencia al conjunto de métodos y técnicas basados en principios lógicos, utilizados para alcanzar una gama de

objetivos que rigen en una investigación científica o en una exposición doctrinal. En la presente investigación se utilizarán los siguientes:

MÉTODOS.

MÉTODO CIENTÍFICO.- *Método principal puesto que de este método se desprenderán los diferentes métodos y técnicas que nos permitirán descubrir datos y confirmarlos mediante las conclusiones veraces. Este Método nos permite partir de las ciencias Administrativas que se aplicarán en la conformación de una empresa productora de camisetas de algodón en la provincia del Azuay*

DEDUCTIVO-INDUCTIVO*.- Es aquel que aborda desde lo general para lograr extraer conocimientos particulares del tema investigado.*

Puesto que se investigará primeramente temas generales relacionados con la Elaboración de proyectos, llegándose a obtener resultados para la elaboración de camisetas en los estudios como el de mercado, el estudio técnico, estudio financiero, evaluación de proyectos, etc.

INDUCTIVO-DEDUCTIVO.*- El cual parte de lo particular para llegar a lo general, es así que mediante el estudio de las diversas partes que comprenden una evaluación del proyecto se llegará a obtener la conclusión general como es la factibilidad de elaborar camisetas de algodón en la provincia del Azuay.*

***ANALÍTICO-SINTÉTICO**.- Proceso mediante el cual se descompone un todo en sus partes, diferenciando lo esencial de lo secundario dentro de un todo complejo y luego la composición o integración de todos los elementos surgiendo así algo nuevo y distinto. Método que será aplicado en la Evaluación del proyecto donde se estudiará separadamente cada parte que comprende un estudio de de factibilidad para luego unirlas y obtener la determinación de la aceptación de la producción y comercialización de un producto en el mercado azuayo.*

La utilización de todos estos métodos permitirá llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tendrá que seguir los pasos de aplicación comprensión y demostración del mismo.

TÉCNICAS.

Para el proceso de recopilación, análisis y procesamiento de los datos se utilizarán técnicas como:

***OBSERVACIÓN DIRECTA:** Que permitirá determinar los aspectos técnicos relacionados con el producto, como es la ingeniería del proyecto, su localización, proceso productivo; también será utilizada para obtener aspectos relacionados con la competencia, la comercialización, distribución, publicidad, presentación, que tendrá este tipo de producto en el mercado.*

FICHAS NEMOTÉCNICAS: *Las cuáles serán útiles para recolectar información extraída de fuentes bibliográficas y actividades propias de la observación, entrevista, etc.*

ENCUESTA: *Estas serán aplicadas a los posibles clientes que tendrá la empresa, permitiendo así determinar la demanda del producto.*

Las encuestas serán aplicadas en Población Económicamente Activa de la provincia del Azuay.

Para obtener la población real del año 2011 se aplicó la fórmula de proyección de la demanda, tomando datos como: la población de la Encuesta de Empleo Subempleo y Desempleo EMENDU Dic-2010 que es 359.562; y, la tasa de crecimiento del PEA 2,04%, la cual dio como resultado:

Fórmula: $Pf_{2011} = Pa(1+ i)^n$

$= 359.562(1+0.0204)^1$

$= 366.897$

Pf_{2011}= 366.897 PEA de la provincia del Azuay

Pf = Población futura

Pa = Población actual

I= Tasa de crecimiento

n = años a proyectar

Tamaño de la Muestra.- *Para el cálculo del tamaño de la muestra utilizamos la siguiente fórmula:*

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{366.897}{1+366.897(0.05)^2}$$

$$n = \frac{366.897}{918,2425}$$

n= 400total de encuestas aplicar

ANEXO Nº 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

ENCUESTA DIRIGIDA A USUARIOS

En calidad de egresados de la Carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, nos encontramos realizando nuestro Proyecto de Tesis, previo a la obtención del Título de Ingenieros Comerciales. Para los cuál solicitamos a Usted se digne contestarnos la siguiente encuesta, la que está relacionada con la utilización de camisetas de algodón para niños comprendidos en las edades de uno a cinco años.

1.-¿En cuál de los siguientes rangos está su ingreso mensual?.

Más de $1.000,00 mensuales	*( )*
De $500 a $999,00 mensuales	*( )*
Menos de $500,00 mensuales	*( )*
No contesta	*( )*

2.- Indique si tiene niños (as) en su hogar? SI ( ) NO ( ), de ser positiva su respuesta indique en que edades se encuentran:

1( ) 2( ) 3 ( ) 4( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9( ) 10 ( ) 11 ( ) 12 ( )

3.- ¿Utiliza para sus niños camisetas de algodón? Si ( ) No ( )

4.- ¿Dónde adquiere regularmente el producto?

Deportivos( ) Almacenes ( )

Boutiques ( ) Centros Comerciales ( )

Otros ( )

5.- ¿Qué cantidad de camisetas de algodón compra trimestralmente?

1 a 3 ( )

4 a 6 ( )

6 más ( )

6.- indique los colores de su preferencia para camisetas de niños (as):

Amarillo ( ) azul ( ) rojo ( ) tomate ( ) verde ( ) café ( ) rosado ( ) morado ( )

Celeste ( ) fuxia ( ) blanco ( ) negro ( ) lacre ( )

7.- ¿Cuanto paga usted por una camiseta de algodón para niños?

3 a 5 dólares ( )

6 a 8 dólares ( )

9 a 11 dólares ( )

12 mas. ( )

8.-¿Al momento de realizar la compra, cuál de las siguientes características es de mayor relevancia para usted?

Calidad ( )

Precio ( )

Marca ( )

9.-Conoce usted la existencia de una empresa productora de camisetas de algodón para niños en la Provincia del Azuay?

Si ( ) No ( ). Si su respuesta es positiva indique

cuales…….....

10.- ¿Estaría usted dispuesto a comprar camisetas de algodón para niños en una empresa azuaya de recién creación que le ofrezca un producto de excelente calidad, diseños modernos, precios cómodos?

Si ( ) No ( )

11.- ¿En Cuáles de los siguientes medios de publicidad preferiría usted que se promocione el producto?

TELEVISION: Canal 4 TELERAMA ( )

RADIO: Tomebamba ( ) Super 9.49 ( ) FM 88.5 ( ) K1 ( ) Canela ( )

PRENSA: El mercurio ( ) El Tiempo ( ) otros ( )

12.- Cual de las siguientes promociones le gustaría recibir por la compra de camisetas para niños?

a) Llaveros. ( )

b) Esferos. ( )

c) Gorras ( )

d) Calendarios ( )

e) Descuentos ( )

f) Stekers ( )

g) Sellos ( )

h) Otro ( )

cuales……..

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE CAMISETAS DE NIÑAS/OS

En calidad de egresados de la carrera de Administración de empresas y con el propósito de desarrollar la nuestra tesis de grado, planteamos la presente encuesta, que tiene como objeto recopilar información para determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora de camisetas de algodón para niños y su comercialización en la provincia del Azuay, por lo que solicitamos su colaboración dando respuesta a las siguientes interrogantes.

1. ***¿Qué tipo de establecimiento tiene usted?***

Deportivos( ) Almacenes ( )

Boutiques ( ) Centros Comerciales ( )

Otros ( ) Cuáles?.....

2. ***¿Vende en su negocio camisetas de algodón para niños?***

Si ( ) No ( )

3. ***¿Qué cantidad de camisetas de algodón para niños vende mensualmente?***

1 a 10 ( )

11 a 20 ( )

21 a 30 ( )

30 más ( )

4. ¿Indique los colores que más vende de camisetas de niños (as)

Amarillo ( ) azul ( ) rojo ( ) tomate ( ) verde ( ) café ( ) rosado ( ) morado ( )

Celeste ( ) fuxia ( ) blanco ( ) negro ( ) lacre ( )

Otros ( ) Cuáles?.....

5. ¿En Cuánto vende usted una camiseta para niños?.

3 a 5 dólares ( )

6 a 8 dólares ( )

9 a 11 dólares ( )

más ( )

6. ¿En Cuáles de los siguientes medios de publicidad realiza la promoción de sus productos?

TELEVISION: Canal 4 TELERAMA ( )

RADIO: Tomebamba ( ) Super 9.49 ( ) FM 88.5 ( ) K1 ( ) Canela ( )

PRENSA: El mercurio ( ) El Tiempo ( )

Otros ( ) Cuáles? ……..

7. ¿Quién le distribuye los materiales para la confección de camisetas?

Distribuidor ( )

Fábrica ( )

Otros ( ) ¿Cuáles?.....

8. ¿Cuál es el canal de distribución que utiliza usted para comercializar las camisetas de algodón para niños?

a) Productor – Consumidor final ( )

b) Productor – Distribuidor – consumidor final ( )

9. ¿Realiza algún tipo de promoción por la compra de camisetas?

SI ( ) Cuáles……..

NO ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nº 3

DEPRECIACIÓN DE CONSTRUCCIONES

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 20%

= 27.300 x 0,2

= 5.460

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Útil

= (27.300 – 5.460 / 20

= 1.092

ANEXO Nº 4

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

= 16.896 x 0,1

= 1.689,60

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Útil

= (16.896 – 1.689,60 / 10

= 1.520,64

ANEXO Nº 5

DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

= 524 x 0,1

= 52,40

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Útil

= (524 – 52,40 / 10

= 47,16

ANEXO Nº 6

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

= 884 x 0,1

= 88,40

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Útil

= (884 – 88,40 / 10

= 79,56

ANEXO Nº 7

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 33,33%

= 2.280 x 0,3333

= 759,92

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Útil

= (2.280 – 759,92 / 3

= 506,69

ANEXO Nº 8

DEPRECIACIÓN REINVERSIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 33,33%

= 2.437,92 x 0,3333

= 812,56

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Útil

= (2.437,92 – 812,56) / 3

= 541,79

ANEXO Nº 9

DEPRECIACIÓN DE VEHICULOS

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

= 13.400,00 x 0,10

= 1.340,00

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Útil

= (13.400,00 – 1.340,00) / 5

= 2.412,00

ANEXO Nº 10

DEPRECIACIÓN REPOSICIÓN VEHICULOS

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

= 14.976,88 x 0,10

= 1.497,68

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Útil

= (14.976,88 – 1.497,68) / 5

= 2.695,84

ANEXO Nº 11

PROYECCIÓN MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25%
1	45.219,28
2	46.236,71
3	47.277,04
4	48.340,77
5	49.428,44
6	50.540,58
7	51.677,74
8	52.840,49
9	54.029,40
10	55.245,07

ELABORACIÓN: *Los Autores*
FUENTE: *Cuadro Nº 53 (Banco Central a enero de 2012)*

ANEXO N° 12

PROYECCIÓN MATERIALES INDIRECTOS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25 %
1	9.865,80
2	10.087,78
3	10.314,76
4	10.546,84
5	10.784,14
6	11.026,78
7	11.274,89
8	11.528,57
9	11.787,97
10	12.053,19

ELABORACIÓN: *Los Autores*
FUENTE: *Cuadro Nº 54 (Banco Central a enero de 2012)*

ANEXO N° 13

PROYECCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25%
1	34.789,82
2	35.572,59
3	36.372,97
4	37.191,37
5	38.028,17
6	38.883,81
7	39.758,69
8	40.653,26
9	41.567,96
10	42.503,24

ELABORACIÓN: *Los Autores*
FUENTE: *Cuadro Nº 45 (Banco Central a enero de 2012)*

ANEXO N° 14

PROYECCIÓN PRESUPUESTO CARGA FABRIL

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25%
1	2.136,00
2	2.184,06
3	2.233,20
4	2.283,45
5	2.334,83
6	2.387,36
7	2.441,08
8	2.496,00
9	2.552,16
10	2.609,58

ELABORACIÓN: *Los Autores*
FUENTE: *Cuadro Nº 55 (Banco Central a enero de 2012)*

ANEXO Nº 15

PROYECCIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25%
1	23.700,70
2	24.233,97
3	24.779,23
4	25.336,76
5	25.906,84
6	26.489,74
7	27.085,76
8	27.695,19
9	28.318,33
10	28.955,50

ELABORACIÓN: *Los Autores*
FUENTE: *Cuadro Nº 43 (Banco Central a enero de 2012)*

ANEXO Nº 16

PROYECCIÓN GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25%
1	816,00
2	834,36
3	853,13
4	872,33
5	891,96
6	912,02
7	932,55
8	953,53
9	974,98
10	996,92

ELABORACIÓN: *Los Autores*
FUENTE: *Cuadro Nº 56 (Banco Central a enero de 2012)*

ANEXO Nº 17

PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25%
1	18.188,88
2	18.598,13
3	19.016,59
4	19.444,46
5	19.881,96
6	20.329,31
7	20.786,71
8	21.254,42
9	21.732,64
10	22.221,62

ELABORACIÓN: *Los Autores*
FUENTE: *Cuadro Nº 59 (Banco Central a enero de 2012)*

I. INDICE

CARATULA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
TITULO	1
RESUMEN	3
INTRODUCCIÓN	12
REVISIÓN DE LITERATURA	16
MATERIALES Y MÉTODOS	52
RESULTADOS	58
RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LOS USUSARIOS	59
RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LOS OFERENTES	79
DISCUSIÓN	89
ESTUDIO DE MERCADO	90
DEMANDA POTENCIAL	91
DEMANDA REAL	92
DEMANDA EFECTIVA	93
ANÑALISIS DE LA OFERTA	96
ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	98
PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	99
ESTUDIO TÉCNICO	108
TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	108
CAPACIDAD INSTALADA	108
CAPACIDAD UTILIZADA	111
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	112
INGENIERIA DE LA PLANTA	116
PLANO DE LAS INSTALACIONES	125
PROCESO PRODUCTIVO	126
ESTUDIO ADMINISTRATIVO	131
ORGANIZACIÓN JURÍDICA	131

ORGANIGRAMAS 144
MANUAL DE FUNCIONES 147
ESTUDIO FINANCIERO 159
ACTIVOS FIJOS 159
ACTIVOS DIFERIDOS 163
ACTIVO CIRCULANTE 165
RESUMEN DE INVERSIONES 174
FINANCIAMIENTO 175
AMORTIZACIÓN 176
PRESUPUESTO DE OPERACIONES 178
INGRESOS TOTALES 181
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS 186
PUNTO DE EQUILIBRIO 188
FLUJO DE CAJA 194
VALOR ACTUAL NETO 197
TASA INTERNA DE RETORNO 199
RELACIÓN BENEFICIO COSTO 201
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL 203
ANALISIS DE SENSIBILIDAD 205
CONCLUSIONES 208
RECOMENDACIONES 212
BIBLIOGRAFÍA 214
ANEXOS 218
INDICE 250