



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA  
DE BOTINES PARA MUJER Y SU  
COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE  
LOJA”

*TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN  
DEL GRADO DE INGENIERA  
COMERCIAL*

**AUTORA:**

Gianella Betzabeth Paladines Chamba

**DIRECTOR:**

Dr. Luis Quizhpe Salinas

**Loja - Ecuador**

**2016**

**CERTIFICACIÓN**

Dr.

**Luis Quizhpe Salinas**

DIRECTOR DE TESIS

**CERTIFICA:** Que el presente trabajo de investigación titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE BOTINES PARA MUJER Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA”**, presentado por la aspirante Gianella Betzabeth Paladines Chamba, previo a optar el grado de Ingeniera Comercial, ha sido minuciosamente orientado y revisado en su contenido y forma, por lo que autorizo su presentación ante el tribunal de grado.

Loja, Enero del 2016

Atentamente:

Dr. Luis Quizhpe Salinas

## AUTORÍA

Yo Srta. Gianella Betzabeth Paladines Chamba, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de Posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional De Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio institucional-Biblioteca Virtual.

Autora: Srta. Gianella Betzabeth Paladines Chamba

Firma: 

Cedula: 1104593957

Fecha: Loja, Febrero del 2016

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR(A)  
PARA LA CONSULTA DE REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y  
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, Gianella Betzabeth Paladines Chamba, declaro ser autora de la tesis titulada “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE BOTINES PARA MUJER Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA**”, como requisito para optar el grado de ingeniera; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar los contenidos de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y el exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 29 días del mes de febrero del dos mil diez y seis, firma la autora.

**Firma:**



**Autora:** Gianella Betzabeth Paladines Chamba

**Cedula:** 1104593957

**Dirección:** Av. Eliseo Arias Carrión y Circunvalación (Catamayo)

**Correo Electronico:** betzy\_2212@hotmail.es

**Telefono:** 0983412455.

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS:** Dr. Luis Quizhpe Salinas.

**MIEMBROS DEL TRIBUNAL**

**PRESIDENTE:** Ing. Galo Salcedo Mg. Sc.

**VOCAL:** Ing. Victor Anguisaca Guerrero Mg. Sc.

**VOCAL:** Ing. Andrea Colambo Yaure Mg. Sc.

## DEDICATORIA

El presente trabajo, lo dedico primeramente a Dios por ser la fuente de aliento y sabiduría que me ayuda en cada momento de mi vida, dándome el valor suficiente en el transcurso de mi carrera profesional.

La presente investigación la dedico a mi padre Eduardo Paladines por haberme enseñado siempre a luchar por lo que quiero, a no dejarme vencer por los obstáculos que se presentan en el camino, por haberme impulsado a seguir los estudios. De igual forma agradezco a mi madrecita Blanca Chamba por su apoyo incondicional en los buenos y malos momentos de la vida, por sus sabios consejos los mismos que me guiaron en el transcurso de mi vida. Un especial agradecimiento a mí querido Tío Augusto Chamba quien ha velado por nosotros sin desampararnos ni un solo momento que sin su apoyo jamás hubiese podido culminar mis estudios. Ustedes siempre han sido mi pilar fundamental para sobrellevar los obstáculos que se me presentan en la vida, sin ustedes no hubiera llegado a culminar una meta más de mi vida.

También dedico la presente investigación a mis hermanos quienes estaban junto a mí en las noches que me desvelaba estudiando, a toda mi familia en general porque de una u otra manera siempre estuvieron presentes para ayudarme y apoyarme en todo momento.

**Gianella**

## **AGRADECIMIENTO**

Dejo constancia en mi infinito agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja en la Modalidad de estudios a Distancia, por haber permitido superarme hasta llegar a la profesionalización, y de forma muy especial a la carrera de Administración de Empresas, al Dr. Luis Quizhpe Salinas, quien con sus sabios consejos y enseñanzas supo dirigirme en calidad de DIRECTOR del presente trabajo de Tesis con sus valiosos conocimientos y compartir sus invaluables experiencias para así consolidar el presente proyecto.

Gianella

**a.- TÍTULO**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA DE BOTINES PARA MUJER Y SU  
COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA”**

## **b.- RESUMEN**

Destacando la importancia de la actividad productiva en la ciudad de Loja y de la necesidad de contar con una fábrica productora y comercializadora de botines para mujer, con sus respectivas implicaciones e impactos positivos, se procedió a considerar la factibilidad de implementar una “Fábrica de botines para mujer”, desde un punto de vista industrial.

El proyecto nace de la demanda insatisfecha de la provincia de Loja, previo a un estudio y análisis del mercado. Con lo que se plantea el siguiente objetivo general: Elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de botines para mujer y su comercialización en la provincia de Loja y como objetivos específicos: Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda en la producción y comercialización de botines para mujer y cuantificar la demanda insatisfecha. Elaborar un estudio técnico para analizar y determinar el tamaño y la localización óptima del proyecto. Realizar el estudio organizacional y administrativo para la empresa productora de botines para mujer. Establecer un estudio económico - financiero el cual nos permita determinar los costos necesarios para la inversión. Realizar la evaluación financiera que nos permita determinar si es o no factible invertir, a través de la aplicación de indicadores financieros como son: VAN, TIR, PRC, B/C y Sensibilidad.



Los métodos y técnicas de investigación utilizados fueron el método científico, el método inductivo, método deductivo, el método descriptivo, el método estadístico y el método analítico, como técnicas se utilizó la observación directa, la encuesta fue aplicada a la población femenina de la provincia de Loja a una muestra de 399 personas los resultados fueron tabulados graficados e interpretados, de igual forma se aplicó encuestas a la oferta a 236 locales comerciales de esta clase de productos datos que permitieron llegar a establecer las correspondientes conclusiones y recomendaciones.

Mediante el estudio de mercado se demostró que existe una demanda efectiva de 720.291 pares de botines para mujer, manteniendo una oferta en el mercado de 90.288 pares de botines para mujer demostrándose que existe una demanda insatisfecha en la provincia de Loja de 630.003 pares de botines para mujer al año.

Con el estudio de mercado se establecieron algunas técnicas de mercadeo enfocadas al marketing mix, las 4 p's (producto, precio, plaza y promoción) que le permitirá a la futura empresa poder posicionarse en el mercado de la provincia de Loja.

Con el estudio técnico se llegó a analizar el tamaño y localización de la empresa, la capacidad instalada y utilizada, así como la mejor ubicación

dentro del cantón Loja, mediante evaluación y ponderación se determinó que la mejor ubicación es en el parque industrial de la ciudad de Loja, la misma que se encuentra ubicada en la zona norte de la ciudad, barrio Amable María, a 300 metros del Colegio Militar Lauro Guerrero, ya que cuenta con las mayores y mejores condiciones para que una empresa de esta categoría se pueda desarrollar con facilidad

El estudio administrativo efectuado para la futura empresa permitió definir sus organigramas estructural, funcional y posicional, el manual de funciones permitirá determinar las funciones y responsabilidades de cada uno de los elementos que la conforman y su estructura legal

A través del análisis financiero se determinó el presupuesto requerido para la puesta en marcha del proyecto así como su financiamiento requiriéndose una inversión inicial de 152.345,70 dólares, la misma tendrá dos tipos de inversión una inversión propia de 72.345,70 dólares correspondientes al 47,49% y un capital financiado a través de la Corporación Financiera Nacional de 80.000, correspondientes al 52,51% el proyecto tiene una capacidad utilizada del 75% de su capacidad instalada dando un total de 12.672 pares de botines para mujer al año, con un incremento anual de un 5% llegando al último año de vida útil al 95%, los costos totales para el primer año será de \$ 190.295,27. Lo cual determina un costo unitario de \$ 15,02 por cada par de botines, el margen de utilidad del 30% lo da un total de ingresos de \$247.383,85 el punto de equilibrio para el primer año en

función de la capacidad instalada estará en el 51,80%, y en función de las ventas estará en \$ 128.141,51.

Los indicadores financieros fueron proyectados para los 10 años de vida útil del proyecto como son:

El VAN tendrá un valor de \$ 159.614,90, valor que acumulará la empresa una vez recuperada la inversión, la TIR es de 31,05, la misma que supera al costo de capital de es de 11,18%, el periodo de recuperación del capital se dará en 3 años, 6 meses y 11 días, en la relación beneficio costo se obtiene un valor de 0,30 centavos de dólar por cada dólar invertido, con el análisis de sensibilidad se demuestra que el proyecto soporta 10,19% de incremento en sus costos sin afectar a su rentabilidad y del 7,30% en la disminución de sus ingresos, su sensibilidad es del 0,99, lo que determina que el proyecto no es sensible. Por lo antes dicho se demuestra que es recomendable la implantación del proyecto.

De la misma manera se exponen sus conclusiones y recomendaciones a las que llega la investigadora.

## **ABSTRACT**

Stressing the importance of productive activity in the city of Loja and the need for a factory producing and marketing of boots for women, with their implications and positive impacts, we proceeded to consider the feasibility of implementing a "factory boots Women ", from an industrial point of view.

The project stems from the unmet demand for the province of Loja, prior to a market study and analysis. So the following objective is proposed: Develop a feasibility project for the creation of a company producing boots for women and their marketing in the province of Loja and specific objectives: Conduct market research to determine the supply and demand in the production and marketing of boots for women and quantify the unmet demand. Prepare a technical study to analyze and determine the optimal size and location of the project. Make organizational and administrative study for the manufacturer of boots for women. Establish an economic study - financial which allows us to determine the costs necessary for investment. Perform financial evaluation to us to determine whether it is feasible to invest, through the application of financial indicators such as: NPV, IRR, PRC, B / C and Sensibility.

The methods and research techniques used were the scientific method, the inductive method, deductive method, descriptive method, the statistical method and the analytical method, as techniques of direct observation was used, the survey was applied to the female population of the province Loja to

a sample of 399 people plotted the results were tabulated and interpreted, just as surveys was applied to the offer to 236 commercial products of this kind of data set possible to reach conclusions and recommendations.

Through market research it showed that there is an effective demand of 720,291 pairs of boots for women, maintaining a market supply of 90,288 pairs of boots for women showing that there is an unmet demand in the province of Loja of 630,003 pairs of booties women a year.

With some market research marketing techniques focused on marketing mix were established, the 4 P's (product, price, place and promotion) that will allow the future company to position itself in the market for the province of Loja.

Technical study came to analyze the size and location of the company, installed and used capacity as well as the best location in the Canton Loja, through evaluation and weighting was determined that the best location in the industrial park of the city Loja, the same that is located in the north of the city, María Friendly neighborhood, 300 meters from Lauro Guerrero Military College, as it has the biggest and best conditions for a company of this category can be developed with ease.

The management study conducted for future company allowed to define their structural, functional and positional charts, the manual functions will

determine the roles and responsibilities of each of the elements that constitute it and its legal structure

Through the financial analysis determined the budget required for the implementation of the project and its financing requiring an initial investment of \$ 152,345.70, it will have two types of investment own investment \$ 72,345.70 for the 47, 49% and equity funded through Nacional Financiera, corresponding to 52.51% 80,000 Corporation the project has a capacity utilization of 75% of its installed capacity for a total of 12,672 pairs of boots a year for women with an annual increase of 5% last year reaching 95% lifetime, total costs for the first year will be \$ 190,295.27. Which determines a unit cost of \$ 15.02 for each pair of boots, the profit margin of 30% gives it a total income of \$ 247,383.85 breakeven for the first year depending on the installed capacity will be in the 51.80%, and depending on sales will be \$ 128,141.51.

Financial indicators were projected for the 10 year life of the project including:

The NAV will be worth \$ 159,614.90, which accumulate value the company once recovered investment, IRR is 31.05, the same as outweighs the cost of capital is 11.18%, the recovery period the capital will be in 3 years, 6 months and 11 days, the cost benefit worth 0.30 cents earned for each dollar invested, with the sensitivity analysis shows that the project supports 10.19% increase in costs without affecting profitability and 7.30% decline in revenue,

its sensitivity is 0.99, which determines that the project is not sensitive. As said before it is shown that it is advisable to implement the project.

Likewise its conclusions and recommendations that reaches the research are presented.

### **c.- INTRODUCCIÓN**

El emprendimiento empresarial en la Provincia de Loja ha sido casi nulo, por la serie de inconvenientes que se han venido presentando como inseguridad ciudadana, el riesgo país que cada vez más va en aumento, inestabilidad política, problemas más que suficientes para que los inversionistas tanto locales como foráneos se abstengan de invertir en nuestro país. En la provincia de Loja es notoria la falta de fuentes de empleo, la inexistencia casi total de empresas que se dediquen a la producción, a pesar de ser una provincia privilegiada en recursos naturales, materiales y humanos, se ha constituido en uno de los aspectos más críticos la falta de fuentes de trabajo y con ello una disminución del nivel de vida de sus habitantes.

Razones más que suficientes para elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de botines para mujer y su comercialización en la provincia de Loja.

En el desarrollo de la presente investigación se planteó los siguientes objetivos específicos

Elaborar un estudio de mercado cuyos instrumentos de investigación permitirán determinar la demanda, la oferta y la demanda insatisfecha del producto; así como también diseñar un plan de comercialización. El estudio técnico determinará el tamaño, la localización e ingeniería del proyecto.



Definir la estructura orgánica y administrativa requerida por la empresa considerando los aspectos legales ajustados a la naturaleza y tipo de empresa; así como la determinación de los recursos humanos adecuados. Realizar un estudio económico que permita establecer los presupuestos, la inversión total del proyecto, determinar las fuentes de financiamiento, los estados financieros.

La presente investigación, estará estructurada de la siguiente manera: El título de la tesis que se desarrolló, resumen contiene un extracto del proyecto investigado, el mismo que consta en español como en inglés en el que se presenta el contenido de la investigación realizada, en la introducción se hace referencia a cómo y el por qué se realizó la investigación. Las razones que motivaron a la investigadora a escoger el tema y la estructuración de la misma, la revisión de la literatura refleja un resumen de fuentes científicas sobre proyectos de factibilidad, detallándose los estudios necesarios para elaborar el plan de inversión, se menciona un listado de materiales, método y técnicas que fueron utilizados para el desarrollo del proyecto, en los resultados se realizó un análisis de las encuestas las mismas que fueron analizados, interpretados y graficados que permitieron determinar la factibilidad del proyecto de inversión, en la discusión se describe el desarrollo del proyecto de inversión para la creación de una empresa productora de botines para mujer y su comercialización en la provincia de Loja, en la que se analizó el mercado, la demanda potencial, demanda real, demanda efectiva, la oferta lo que permitió determinar la

demanda insatisfecha, con el estudio técnico se puede terminar el tamaño del proyecto, la capacidad instalada, su capacidad utilizada, localización de la planta macro y micro, en la ingeniería del proyecto se determinó los recursos necesarios para su cumplimiento, su constitución jurídica así como los organigramas tanto estructural, funcional y posicional, acompañado de sus manuales de funciones, en el estudio financiero se realizó el cálculo de los recursos necesarios que se requieren para la instalación y funcionamiento de la empresa y las fuentes de financiamiento, tanto internos como externos, que son la base fundamental para la implantación del proyecto, el mismo que cuenta con una inversión total respaldada de los respectivos presupuestos, los costos de producción, costos unitarios e ingresos por ventas, así mismo se detallan los estados financieros, hasta llegar a la evaluación financiera en la que se verificó la viabilidad del proyecto con sus respectivos indicadores financieros, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (B/C), Periodo de Recuperación de Capital (PRC) y Análisis de Sensibilidad, tanto con incremento en los costos, como decremento en sus ingresos, se mencionan las principales conclusiones a las que se llegó al término de la investigación, planteándose las respectivas recomendaciones, se hace constar una bibliografía que contiene el listado de libros y folletos utilizados en esta investigación. Por último se plantea los anexos que contiene los diferentes documentos que han servido de apoyo para el desarrollo de esta investigación, finalmente se inserta el índice que contiene la referencia de las páginas del documento.

## **d.- MARCO TEÓRICO**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **Historia del calzado.**

Desde el comienzo de la humanidad, el hombre tuvo necesidad de protegerse el cuerpo y los pies, y lo hizo utilizando cueros y pieles. Ya en el paleolítico superior y el neolítico se realizaron algunos tratamientos en cueros y pieles, para la realización de calzados. En un museo romano se exhiben unos zapatos egipcios de papiro de alrededor del 4.000 antes de Cristo. En el siglo XVI aparece el escaquin o zapatilla para andar dentro de la casa. La diferenciación entre pie izquierdo y pie derecho comienza en el Siglo XIX, en la misma fecha aparecen en el país Vasco y en Cataluña, las alpargatas, realizadas con suelas de cuerdas trenzadas (Unos cinco metros de cuerda por alpargata), el norteamericano Hiram Hutchison en 1853 fabrica la bota de caucho<sup>1</sup>.

El trabajo y las técnicas empleadas para lograr un material bien curtido, suave y flexible, que resista el sol y la humedad, es lo que fue evolucionando a través del tiempo. Los tratamientos con tanino y sales minerales fueron logrando cada vez mejor calidad del material para la fabricación del calzado. Los cueros más blandos se emplean en la realización del empeine y los más

---

<sup>1</sup> Mancera, Miguel, A. La Industria del calzado. EDIGRAFOS S.A. México p. 32

duros en las suelas. Su elaboración lleva varios pasos, como la costura, el encolado, la colocación del forro, el lavado, estirado y pulido, aplicación de hebillas, cordones, presillas y otros accesorios. La medida de los zapatos se hace por puntos franceses, que equivalen a dos tercios de centímetro. Por ejemplo, el pie de un bebé de un año, que mida alrededor de 13,33 cm necesitará un calzado número 20. En la actualidad, en la producción masiva de calzado, se utiliza el caucho en lugar del cuero, piel o gamuza, aunque también se aplican elementos como el corcho, materiales plásticos y otros.

La moda va cambiando y los estilos son diversos. Luis XIV inventó tacones rojos para sus zapatos. En las primeras décadas del Siglo XX se realizaron zapatos con pedrería, de tela bordada, los zapatos de cuero bicolor para hombre en la "era del jazz" o las plataformas de corcho en la década del 30. Salvatore Ferragamo realizó colecciones con tacones de cuña de corcho, patentado en 1.936. En la década del 1950 apareció el "stiletto" italiano, que era de tacón. Posteriormente la fluctuación y la variación de la moda hicieron que se usaran suelas crepé, plataformas para hombres y mujeres, sandalias, zapatillas, botas altas y a media pierna, borceguíes, alpargatas<sup>2</sup>.

En nuestro país la industria del calzado ha ido adaptándose a los cambios a un ritmo un poco lento, lo que le ha costado el no poder competir con los mercados internacionales e incluso en el mismo mercado nacional.

---

<sup>2</sup> Mancera, Miguel, A. La Industria del calzado. EDIGRAFOS S.A. México p. 34

Luego de la eliminación paulatina (de enero a junio) de las medidas arancelarias que aplicó el Gobierno el año 2.009 para equiparar la balanza de pagos (salvaguardias), el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (Comexi) aplicó nuevas reglas para la importación del calzado con la intención de mantener la protección al sector productivo del calzado, con la finalidad de que la industria Nacional se puede beneficiar al no tener tanta competencia con el producto importado especialmente el chino que muchas veces es caro y de mala calidad<sup>3</sup>.

Nuestro producto será un botín fabricado con altos estándares de calidad, en el que se reúnen materia prima importada en su mayoría, mano de obra nacional altamente capacitada, maquinaria con tecnología innovadora para incrementar la producción y así competir a un mismo nivel con las marcas de botines que con gran frecuencia son importados a nuestro país ya que gozan de gran aceptación, buscaremos hacer de nuestra empresa una marca reconocida por su calidad y exclusividad, diseños acorde a tendencias que se mantienen durante el tiempo con una gran aceptación.

La responsabilidad social y ambiental son tomadas en cuenta como otro de los pilares para el desarrollo de nuestro negocio, tomando como compromiso y medida obligatoria para la producción, el colaborar al límite en todo lo que concierne al cuidado del medio ambiente y por otra parte de nuestra empresa a nivel social, haciendo sentir a cada miembro de la misma, lo

---

<sup>3</sup> Comercio Exterior que de conformidad con la Resolución 468 del COMEXI adoptada el 30 de enero de 2009

mejor posible, brindando un buen ambiente de trabajo, otorgando todos los beneficios sociales que la ley sostiene y haciendo que desde el primer hasta el último miembro del equipo de trabajo que labore en la empresa, se sienta parte de la misma.

## **MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

### **Empresa**

La empresa se la puede considerar como "un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado"<sup>4</sup>

### **Proyecto**

“El proyecto es el plan prospectivo de una unidad de acción capaz de materializar algún aspecto del desarrollo económico o social. Esto implica, desde el punto de vista económico, proponer la producción de algún bien o la prestación de algún servicio, con el empleo de una cierta técnica y con miras a obtener un determinado resultado o ventaja económica o social.”<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Pallares Zoilo, Romero Diego & Herrera Manuel. Hacer Empresa México, Prentice-Hall, p 43

<sup>5</sup> LPES, Guía para la Presentación de Proyectos, Siglo XXI Editores S.A. Primera Edición 2013, pág. 12

## **Proyecto de Inversión**

Es el conjunto de procedimientos que permiten tomar decisiones utilizando los recursos, humano, materiales y económicos con la finalidad de obtener beneficios económicos.

## **Identificación de las Ideas básicas de Proyectos**

Para identificar un proyecto se sigue un proceso que permite realizar un diagnóstico inicial, además se delimita el problema plantea la solución para satisfacer la necesidad, como cubrir las necesidades insatisfechas; Es preciso tener presente aspectos importantes para satisfacer estas necesidades como precio, calidad, cantidad y beneficio<sup>6</sup>.

## **Características de los proyectos**

No todos los proyectos son del mismo tamaño y trascendencia, siendo además éste un concepto relativo en función de la dimensión y capacidad económica del ente que acomete el proyecto. Pero, en todo caso, el proyecto es una obra de importancia y trascendencia<sup>7</sup>

## **Ciclo de los proyectos**

El ciclo de los proyectos comprende tres etapas que son:

---

<sup>6</sup> MOD X, UNL MED, GUIA DE ESTUDIOS, formulación y evaluación de proyectos, Pág. 34-118

<sup>7</sup> PEREÑA BRAND Jaime, GÉLINIER Octava. Dirección y gestión de proyectos, pág. 3

**Preinversión; Comprende**

- Identificación de ideas básicas de proyectos.
- Estudio de pre factibilidad y proyecto preliminar
- Estudio de factibilidad
- Estudio a nivel perfil

**Inversión; Comprende**

- Proyectos de ingeniería
- Negociación de financiamiento
- Implementación

**Operación; Comprende**

- Seguimiento y Control
- Evaluación ex – post
- Evaluación post – posterior

**Estudio de Factibilidad**

En la etapa de Factibilidad se debe tener presente que de la alternativa seleccionada se requiere cuantificar claramente los beneficios y costos para la ejecución del proyecto; esto dignifica que la evaluación implica adicionar



aspectos como obra física, tamaño, localización y oportunidad, además actividades que afectan la eficiencia en la ejecución del mismo<sup>8</sup>.

## **ESTUDIO DE MERCADO**

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

### **Objetivos del estudio de mercado**

- Analizar la demanda y oferta históricas y actuales.
- Determinar el porcentaje de la demanda insatisfecha que podrá cubrir el producto que brindará la empresa productora de botines para mujer.
- Analizar el comportamiento, hábitos y preferencias de los consumidores actuales y potenciales, con la finalidad de orientar nuestra ventaja competitiva.
- Establecer estrategias en la presentación del servicio para lograr una adecuada inserción del mismo en el mercado.

---

<sup>8</sup> PEREÑA BRAND, Jaime, GÉLINIER Octava. Dirección y gestión de proyectos, pág. 3

- Fijar estrategias de precios, plaza y promoción del producto que prestará la empresa para obtener una rápida aceptación<sup>9</sup>.

## **Demanda**

Es el estudio que 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 se implantara el proyecto<sup>10</sup>. En un proyecto puede suceder que la demanda este cubierta en función de la cantidad, no así en cuando a la calidad o el precio, por lo tanto seguirá existiendo la necesidad y, por consiguiente la oportunidad de un nuevo proyecto.

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

### **Demanda Potencial**

Se considera como demanda potencial al consumo total de productos o servicios que puede realizar a la empresa los clientes en un periodo de tiempo determinado, teniendo en cuenta el impacto que la competencia puede tener sobre el segmento de mercado seleccionado.

---

<sup>9</sup> FRED, D. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Prentice Hall

<sup>10</sup> MODULO N° X Elaboración y Evaluación de Proyectos, UNL

Esta cifra se determina según las proyecciones de crecimiento que manejará la empresa.

(Total población que consume x consumo promedio por persona = consumo aparente) \* % del mercado que abarcará la empresa.

### **Formula**

$$C \times M = DP$$

C = consumo aparente

M = meta de cobertura % del mercado que abarcará la empresa

DP = demanda potencial

### **Demanda Real**

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que se consumen o utilizan un producto en un mercado ejm: Las mujeres que utilizan como prenda de vestir botines.<sup>11</sup>.

### **Demanda Efectiva**

Se considera 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. Ejm: Las personas

---

<sup>11</sup> KOLHER, Eric., **Diccionario para Contadores.**, Edit. Limusa S.A., México., 2010.pp 186

que efectivamente puedan adquirir los botines para mujer porque tiene todas condiciones para hacerlo.

### **Demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha está constituida por la cantidad de bienes y servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.<sup>12</sup>

Los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios. Aquí, los especialistas deberán lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente para colmar la brecha; cuando traten de satisfacer una demanda insatisfecha tendrán que distinguir entre una brecha en el nivel de satisfacción y un vacío en el tipo de satisfacción. La brecha en la clase de satisfacciones, se presenta cuando los destinatarios pueden obtener satisfacción, solo por medio de un producto mejorado o un nuevo producto que corrija las deficiencias de los existentes; el vacío en el nivel de satisfacción tiene que ver con una situación donde los productos de que se dispone no pueden brindar el nivel, grado o satisfacción deseados por el consumidor.

---

<sup>12</sup> Pasaca Manuel, formulación y evaluación de proyectos de inversión 2010 pag.44

## **Análisis de la demanda**

Entendemos como demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. A través del análisis de demanda buscamos la fuente de potenciales clientes para poder satisfacer sus necesidades.

## **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.

Así mismo como en la demanda es importante conocer las principales clases de oferta existente y para ello vamos a distinguir las más utilizadas y que juegan un papel fundamental en el mercado<sup>13</sup>.

### **Comportamiento de la Oferta.**

La oferta indica la cantidad de producto puesto en el mercado para su venta durante un cierto lapso y a diferentes precios. La oferta total en un país para

---

<sup>13</sup> MARCIAL Córdova Padilla Formulación y evaluación de proyectos Bogotá: Eco Ediciones, 2010 pág.: 199, 211,212

un producto determinado, comprende lo que se produce y lo que se importa<sup>14</sup>.

### **Proyección de la Oferta**

Para el análisis de la oferta se siguen las mismas pautas de manejo de la información estadística anotadas para la demanda, dado que se realiza el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, y la cantidad que se ofrecerán, así como las circunstancias de precio y calidad en que se realiza dicha oferta.

### **Plan de Comercialización**

#### **Marketing Mix**

Se define al marketing Mix como la mezcla de marketing como el conjunto de herramientas tácticas controlables de marketing que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de marketing incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto. Las muchas posibilidades pueden reunirse en cuatro grupos de variables que se conocen como las “cuatro Ps”: producto, precio, plaza y promoción<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> MEJIA GUTIERREZ, Mario, Agricultura sin agro tóxicos, Ed. Talleres Gráficos Impros Ltda., Cali, 2012

<sup>15</sup> KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary, Fundamentos de marketing, 2011 Pág.333

## **Producto**

Es la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta. Por ejemplo, un producto Ford Taurus consiste en tuercas y pernos, bujías, pistones, faros y miles de componentes más. Ford ofrece varios estilos de Taurus y docenas de características opcionales. El automóvil incluye servicio completo y una garantía amplia que forman parte del producto tanto como el tubo de escape.<sup>16</sup>

## **Precio**

Es el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación.

Se debe tener en cuenta que el precio también incluye valores intangibles, como la marca. Una camisa fabricada con idénticos materiales puede tener precios muy diferentes de acuerdo a la marca, ya que el consumidor adquiere con ella diversos valores simbólicos.

---

<sup>16</sup> KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary, Fundamentos de marketing, Pág. 63

## **Plaza**

Se entiende como plaza el lugar físico o área geográfica en donde se va a distribuir, promocionar y vender cierto producto o servicio, la cual es formada por una cadena distributiva por la que estos llegan al consumidor, es decir, del fabricante a los distintos tipos de establecimientos en donde pueden ser adquiridos. Incluye las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta.

## **Promoción**

Es el valor agregado que barca actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo<sup>17</sup>.

Un programa de marketing eficaz fusiona todos los elementos de la mezcla de marketing en un programa coordinado, diseñado para alcanzar los objetivos de marketing de la empresa.

## **Comercialización**

Comercialización son las formas específicas de procesos intermedios que han sido previstos para que el producto o servicio llegue al usuario final.

---

<sup>17</sup> PEREÑA BRAND Jaime, GÉLINIER Octava. Dirección y gestión de proyectos, pág. 3



La comercialización son las estrategias que se podrán utilizar para hacer que los clientes demanden de los productos.

El mercado de prueba proporciona a los directores la información que necesitan para tomar la decisión final en cuanto a si lanzar o no el producto nuevo. Si la empresa decide proceder con la comercialización. La introducción del producto nuevo en el mercado, enfrentará costos elevados. La empresa tendrá que construir o rentar instalaciones de fabricación; podría tener que gastar miles de dólares en publicidad, promoción de ventas y otras actividades de marketing en el primer año<sup>18</sup>

## **ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio 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.

### **Tamaño y localización**

#### **Tamaño**

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un período de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del

---

<sup>18</sup> KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary, Fundamentos de marketing, 2011 Pág.333

proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.

### **Capacidad de Diseño.**

La capacidad de diseño se basa en condiciones técnicas ideales y promedios, conducentes también al menor costo unitario posible, que no reflejan necesariamente la situación real en que operará el proyecto. Es posible que esa capacidad pueda llegar a ser igual a la producción normal, pero solamente como un caso especial. Así, como determinadas instalaciones industriales, como la máquina de respunte, máquina de montaje y máquina para la fijación de los tacos, tienen una capacidad de diseño dependiente de diversos factores, entre ellos la calidad lubricantes, la altura sobre el nivel del mar, la productividad de la mano de obra, la calidad y forma de atención a los clientes, etc., la variación y el efecto de factores análogos a los mencionados sobre los rendimientos de otros tipos de proyectos no son siempre previsibles en el caso de nuestro proyecto será la capacidad que tiene el personal para armar los botines

### **Capacidad Instalada**

Esta determina el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> MARCIAL Córdova Padilla Formulación y evaluación de proyectos Bogotá: Eco Ediciones, 2011 pág.: 209, 211,212

## **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 período determinado<sup>20</sup>.

## **Localización**

Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementará la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos 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.

## **Factores determinantes de la localización**

Su estudio supone un análisis integrado con otras variables del proyecto tales como: mercado, transporte, políticas de estímulos, y limitaciones financieras.

## **Mercado**

El mercado es un factor de importancia y de interés decisivo que debe ser considerado de manera especial en la localización de la planta.

---

<sup>20</sup> MARCIAL Córdova Padilla Formulación y evaluación de proyectos Bogotá: Eco Ediciones, 2011 pág.: 215

Dependiendo del producto, el mercado puede estar concentrado o ampliamente disperso<sup>21</sup>.

### **Materias Primas**

Se analiza la accesibilidad a las materias primas es esencial para determinar la localización de una planta. Algunas industrias por la naturaleza de su proceso, están forzadas a localizar sus plantas cerca de las fuentes de materia prima.

La misma que se puede dar por los siguientes aspectos:

- a.- Cuando una materia prima es utilizada en el proceso sin pérdida de peso, la planta se localizará necesariamente en cercanías de la fuente.
- b.- En caso en que la materia prima pierda peso en el proceso, se puede localizar en sitios no lejanos a la fuente.
- c.- Cuando no hay limitación para la consecución de las materias primas en forma adecuada y económica, es conveniente localizar la planta cerca de la zona de mercado<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> PEREÑA BRAND Jaime, GÉLINIER Octava. Dirección y gestión de proyectos, pág. 5

<sup>22</sup> MARCIAL Córdova Padilla Formulación y evaluación de proyectos Pág. 321

### **Medios de transporte**

Es importante ubicar a la empresa en una zona estratégica para que los costos por transporte de materia prima, recursos y demás insumos sean abaratados y la empresa no tenga mayores gastos en este rubro.

### **Disponibilidad y servicios públicos**

Se debe tener en cuenta que cuando se va a ejecutar un proyecto en una zona industrial, la empresa debe tener todos los servicios básicos tales como agua, luz, teléfono, alcantarillado entre otros, para que al momento de iniciar con el proyecto éste no sea uno de los factores que lleve a cabo el fracaso del proyecto.

### **Mano de obra**

La empresa debe estar consciente que debe cancelar a su personal todos los rubros de acuerdo a la ley, además debe contratar mano de obra calificada y adicionalmente capacitarla internamente de ser necesario<sup>23</sup>.

### **Métodos de selección de las alternativas de localización**

Es importante seleccionar de manera clara y eficaz las ventajas y desventajas de las alternativas que se posee para la localización del proyecto de inversión.

---

<sup>23</sup> MARCIAL Córdova Padilla Formulación y evaluación de proyectos Pág. 323

**Cuadro 1**  
**Factor de localización.**

<b>FACTORES</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Mercado	3	30%
Materias Primas.	3	30%
Medios de transporte	2	20%
Disponibilidad y servicios públicos	1	10%
Mano de obra	1	10%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** MARCIAL Córdova Padilla Formulación y evaluación de proyectos

**Elaborado por:** La Autora

### **Macrolocalización.**

“Se refiere a establecer con toda la precisión el lugar geográfico donde se va a llevar a cabo el proyecto tomando en cuenta las siguientes consideraciones como región, provincia y cantón: con el fin de mejorar la precisión es importante determinar las coordenadas geográficas con lo cual se tiene una localización muy confiable”<sup>24</sup>.

La macrolocalización establece el lugar preciso dentro de un espacio geográfico amplio para implantar el proyecto tomando en cuenta aspectos y condiciones que permitan el desarrollo pleno de la empresa y de la sociedad involucrada.

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.

---

<sup>24</sup> JACOME, Walter (2005) La Macrolocalización y Microlocalización Mc Graw – Hill México  
Pág. 133

## **Microlocalización**

La Microlocalización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe de identificar la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde opera.

Al estudio se lo realiza con el fin de seleccionar el lugar específico en donde se va a desarrollar el proyecto.

## **Ingeniería del proyecto**

El estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.

## **Componente tecnológico**

Consiste en determinar la maquinaria y equipos adecuados a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> Guía para la presentación de proyectos, ILPES, pág. 102

## **Infraestructura Física**

Se relaciona exclusivamente 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. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción.

## **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.

## **Flujogramas de Proceso**

A través de esta herramienta se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción.

“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.”<sup>26</sup>

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y ORGANIZACIONAL**

### **Estudio administrativo**

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada.

Qué régimen fiscal es el más conveniente.

Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.

Como organizaras la empresa cuando el proyecto esté en operación.

### **Estructura Organizativa**

Es la relación existente entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de logara su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Formulación y evaluación de proyectos de inversión Manual Enrique Pasaca. Pag.55, y 57

<sup>27</sup> Agustín Reyes Ponce Administración de empresas Teoría y Práctica Volumen 2LIMUSA NORIEGA EDITORES 2010 pág. 212

## **Base Legal**

Se debe cumplir con ciertos requisitos con:

## **Acta constitutiva**

Elaborada por un asesor jurídico, es un documento certificador de la conformación legal de la empresa en el que se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa<sup>28</sup>.

## **Razón social**

Nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo que debe ser de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley ecuatoriana.

## **Domicilio**

Se refiere a la dirección domiciliaria en donde se la ubicara en caso de requerirla los clientes u otra persona natural o jurídica.

---

<sup>28</sup> Agustín Reyes Ponce Administración de empresas Teoría y Práctica Volumen 2 LIMUSA NORIEGA EDITORES 2010 pág. 213

## **Objeto de la sociedad**

Determina claramente para lo que se constituye la empresa esto es lo que va producir, generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad económica.

## **Capital social**

El capital social de una empresa es uno de los principales conceptos de la contabilidad. Define el dinero de los socios o los accionistas de una empresa aportan a la misma sin derecho de devolución.

Es decir, recoge el valor total de los aportes iniciales, más los posteriores aumentos o disminuciones, que los dueños de una empresa ponen a disposición de la misma, ya sea en el momento de crearla o cuando ingresa un nuevo socio o accionistas. Es un recurso contabilizado en el pasivo de la empresa que indica una deuda de esta frente a los socios que han realizado el desembolso.

### **Tiempo de duración de la sociedad**

Es el tiempo o periodo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, identificando para que tiempo o plazo operará en el mercado meta.

El tiempo de duración en el caso el proyecto será de 10 años de a la que se proyectó su vida útil luego de lo cual se podrá disolver la sociedad.

### **Administración**

Representa el número de personas que serán quienes responderán por las acciones desarrolladas dentro de la empresa.

### **Estudio organizacional**

Es aquel estudio que se refiere a los aspectos propios de la actividad ejecutiva de su administración, en este estudio se agrupa y organiza las diferentes actividades a desarrollar para garantizar el logro de los objetivos y metas propuestas para el proyecto.

De esta manera, puede realizarse el esfuerzo coordinado que lleva a la obtención de los objetivos, definiendo las relaciones y aspectos más o menos estables de la organización<sup>29</sup>.

### **Niveles jerárquicos**

"Los niveles jerárquicos busca organizar las actividades de una empresa, de forma tal que facilite el logro de sus objetivos. No es tampoco la solución ideal, pues la separación de actividades, cualquiera que sea el tipo adoptado, crea problemas de coordinación generalmente de difícil solución".<sup>30</sup>

"La especialización ocupacional que mantiene por funciones y por tanto una mayor eficiencia en el uso de los recursos humanos, es otra ventaja de la organización funcional. Otras ventajas son la facilidad de entrenamiento del nuevo personal, y de un estricto control puesto que la responsabilidad por el rendimiento económico de la empresa, se halla localizada totalmente al más alto nivel"<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> KONTS H, WEHRICH H. "Administración: una perspectiva global" naturaleza de la planificación. 2da. Ed. Editorial SanPer, Traducción México, DF. Pág. 129.

<sup>30</sup> BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 2da. Edic., 2011

<sup>31</sup> BELL, Martín L., Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias., Edit. Continental S.A., México., 2010

### **Nivel legislativo**

Es el máximo nivel directivo dentro de la empresa, son los que dictan políticas y reglamentos bajo los cuales se operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de junta general de socios, o junta de accionistas

### **Nivel ejecutivo**

Este nivel está conformado por el gerente – administrador, el cual será nombrado por el nivel legislativo.

### **Nivel asesor**

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento profesional 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 organigrama es un "modelo gráfico que representa, entre otras cosas, la forma en que se han agrupado las tareas, actividades o funciones en una organización".

Representa las áreas o departamentos de una organización. El organigrama da una visión global de la organización, permite comparar ésta con otras y aclara rápidamente las incongruencias, como las fallas de control, duplicación de funciones, etc.

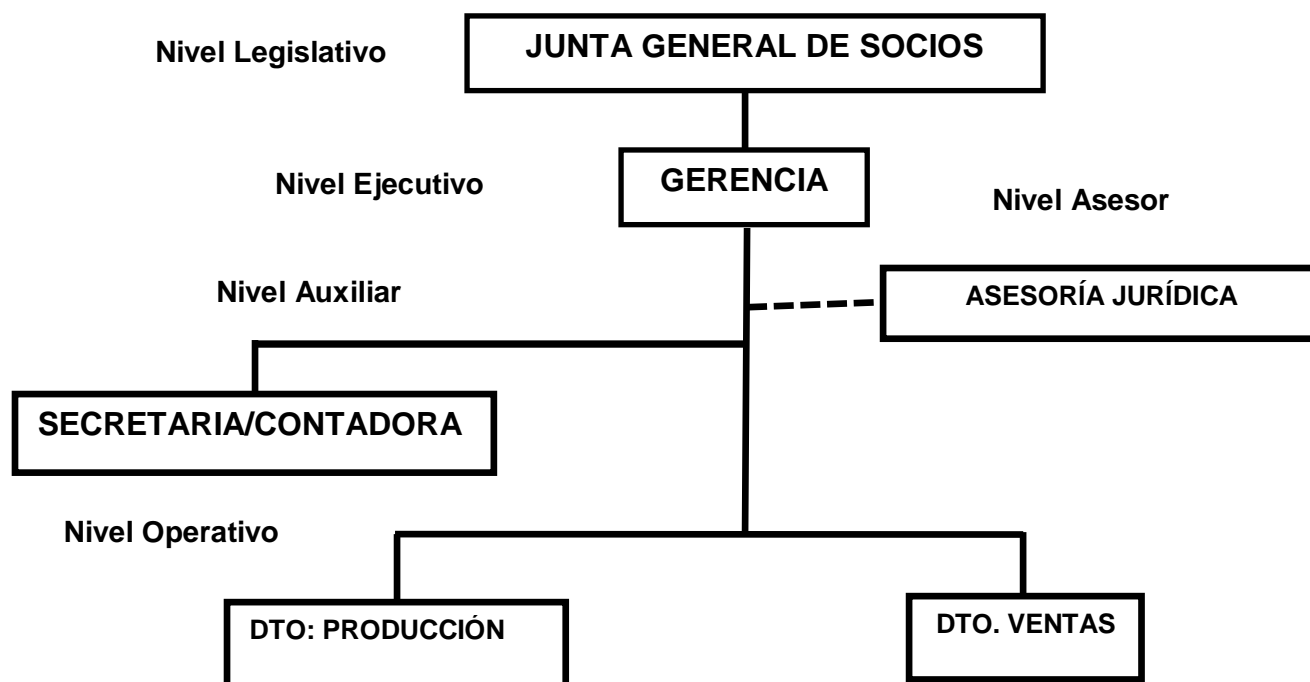
Los parámetros que se representan en el diseño de los organigramas son: claridad, simplicidad y simetría (los niveles de igual jerarquía se ubican a la misma altura), teniendo siempre en cuenta que estos modelos deben cumplir con la finalidad de facilitar la comunicación entre las personas<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> BELL, Martín L., Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias., Edit. Continental S.A., México., 2010

Gráfica 1

## ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



Elaborado: La Autora

## MANUAL DE FUNCIONES

Es un instrumento técnica de apoyo en la que se clasifican pormenorizadamente las labores que se desempeñan en una unidad de trabajo específica e impersonal (puesto), así como las características, conocimientos y aptitudes, que debe poseer el personal que lo desempeña<sup>33</sup>.

<sup>33</sup> Agustín Reyes Ponce Administración de empresas Teoría y Práctica Volumen 2 LIMUSA NORIEGA EDITORES 2011 pág. 212



Especificación de las tareas a realizar en cada posición de trabajo y agrupamiento de las tareas similares y/o relacionadas en departamentos, los que a su vez serán agrupados en unidades mayores que los contengan, de acuerdo a su especialización, similitud o vinculación de procesos y funciones. A este proceso se lo denomina departamentalización.

Descripción del puesto que es el complemento escrito del organigrama y junto con él forma parte del manual de funciones. En cada puesto de trabajo se incluye:

Relación de dependencia (Ubicación interna)

Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)

Naturaleza del trabajo

Tareas principales, tareas secundarias.

Responsabilidades

Requerimientos para el puesto

Esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo<sup>34</sup>.

## **ESTUDIO FINANCIERO**

Este estudio trata sobre el análisis o determinación del capital necesario para la implementación de una nueva empresa, así como la fuente de

---

<sup>34</sup> Agustín Reyes Ponce Administración de empresas Teoría y Práctica Volumen 2LIMUSA NORIEGA EDITORES 2011 pág. 214

financiamiento de la misma. También se encarga de realizar las proyecciones más adecuadas para lo que significan los ingresos y gastos en los que incurrirá la empresa durante el tiempo de vida del proyecto en su fase operativa<sup>35</sup>.

### **Presupuesto**

Es un instrumento contable esencial que nos permite estimar los ingresos y egresos a fin de tener cierta información básica que permite tomar las decisiones más adecuadas.

### **Activos**

Son los bienes y derechos de propiedad de la empresa. En el presente proyecto se originan tres tipos de activos; activos fijos, activos diferidos y activos circulantes o capital de trabajo.

### **Activo fijo**

Están integrados por las inversiones que se realizan en bienes tangibles que van a ser utilizados en la operación normal de la empresa, tenemos: los

---

<sup>35</sup> Agustín Reyes Ponce Administración de empresas Teoría y Práctica Volumen 2LIMUSA NORIEGA EDITORES 2011 pág. 215

terrenos, las construcciones, equipamiento de planta y la dotación de principales servicios básicos<sup>36</sup>.

### **Activo diferido**

A este rubro le corresponden los costos producidos en la fase de formulación e implementación del proyecto. Se incluyen los rubros que la empresa tiene que desembolsar por conceptos de gastos de organización y puesta en marcha, gastos de investigación y elaboración de proyecto.

### **Activo circulante**

Es el dinero que la empresa requiere para iniciar las operaciones ya que necesita invertir en materia prima, mano de obra directa, gastos generales de fabricación, gastos de administración y ventas.

### **Capital de trabajo**

Es el conjunto de recursos que son necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, esto es, el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y finaliza cuando los insumos transformados en

---

<sup>36</sup> Agustín Reyes Ponce Administración de empresas Teoría y Práctica Volumen 2LIMUSA NORIEGA EDITORES 2011 pág. 217

productos terminados son vendidos y el monto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos<sup>37</sup>.

Los elementos que componen el capital de trabajo tenemos: materia prima directa e indirecta, mano de obra directa e indirecta, sueldos administrativos, pagos de servicios básicos, suministros de oficina y aseo, arriendo, publicidad etc.

### **Fuentes de financiamiento**

Las mismas que pueden ser de dos clases propias o internas y externas que pueden ser bancarias, fundaciones, crédito de proveedores.

#### **Fuente Interna o Propia**

Proviene del mismo emprendedor y su equipo de trabajo. Una de sus cualidades es que no tiene preestablecido un plazo para su devolución. Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios, etc.<sup>38</sup>

#### **Fuente Externa o Ajena**

Proviene de fuentes externas al emprendedor y su equipo de trabajo. Son consideradas de carácter exigible a corto, mediano y largo plazo.

---

<sup>37</sup> Agustín Reyes Ponce Administración de empresas Teoría y Práctica Volumen 2 LIMUSA NORIEGA EDITORES 2011 pág. 214

<sup>38</sup> WEIRS Rodrigo. Investigación de mercados, México, DF. Editorial Prentice Hall. Pág. 45

Serán devueltas al término del contrato o acuerdo pactado. Por ejemplo: Préstamos bancarios, ayudas de gobierno, socios inversionistas, etc.

### **Costo del Dinero**

Considerando que el dinero a lo largo del tiempo no mantiene el mismo valor (por culpa de la inflación), las instituciones financieras dedicadas al negocio del dinero, determinan un precio para el dinero, que es la tasa de interés.

### **Sistemas de Pagos del Servicio de la Deuda.**

Las instituciones que acceden a préstamos en el sistema financiero, tienen que hacer pago del servicio de la deuda (el cual comprende amortización de la deuda más los intereses), existiendo una serie de mecanismos de pago, entre las que tenemos:

#### **Pago con Cuotas Fijas.**

Mediante este sistema de pago el deudor va cancelando la deuda principal mediante pagos fijos periódicos.

### **Pagos con Amortización Constante.**

Bajo este sistema los pagos son variables, pero el pago de la deuda en sí o la amortización es constante.

### **Depreciación**

La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc.

### **Método de la línea recta**

Es el método más sencillo y el más comúnmente usado, se basa en el supuesto que la depreciación es una función del tiempo y no del uso. De este modo se supone que los servicios potenciales del activo fijo declinan en igual cuantía en cada ejercicio, y que el costo de los servicios es el mismo, independientemente del grado de utilización.

**Formula:**

$$\text{Depreciación} \frac{\text{Costo-Valor del desecho}}{\text{Años de Vida Útil}}$$

Ejemplo (23.000,00/5) = 4.600

Monto de la depreciación por cada año de vida del activo o gasto de depreciación anual.

**Amortización**

Amortizar es el proceso de cancelar una deuda con sus intereses por medio de pagos periódicos. El éxito en el desarrollo de un esquema de amortización dependerá exclusivamente del buen criterio del financista para interpretar las condiciones económicas y desarrollo futuro de su comunidad<sup>39</sup>.

**Calculo de los valores de las amortizaciones**

En la amortización de una deuda, cada pago o anualidad, que se entrega al acreedor, sirve para pagar los intereses y reducir el importe de la deuda.

En el estudio de la amortización se presentan tres problemas básicos: hallar el importe de los pagos periódicos, hallar el número de pagos necesarios para amortizar una deuda y hallar la tasa de interés. Todos estos problemas

---

<sup>39</sup> OROZCO, José., **Contabilidad General**., Edit. Productora de Publicaciones., Quito., 2011. P. 139

se resuelven planteando las ecuaciones según el tipo de anualidad que corresponda a las condiciones convenidas.

Lo único que difiere es que, en amortizaciones, una vez creado un modelo se procede a elaborar cuadros de amortización en los que se presente el desarrollo de la deuda, hasta su extinción. Por regla general, estos cuadros se aplican a un monto unitario.

### **Formula**

$$R = \frac{D}{\frac{(1+i)^n - 1}{i(1+i)^n}}$$

### **Presupuestos.**

La palabra Presupuesto, se deriva del verbo presuponer, que significa "dar previamente por sentado una cosa". Se acepta también que presuponer es formar anticipadamente el cómputo de los gastos o ingresos, de unos y otros, de un negocio cualquiera<sup>40</sup>.

---

<sup>40</sup> OROZCO, José., **Contabilidad General**, Edit. Productora de Publicaciones., Quito., 2011. P. 154



### **Objetivos del Presupuesto.**

- Consideración del futuro, para que los planes trazados, permitan la obtención de la utilidad máxima, de acuerdo con las condiciones que se presenten.
- La coordinación de todas las actividades, para obtener ése fin.
- Asegurar la liquidez financiera de la empresa.
- Establecer un control para conocer si los planes son llevados a cabo y determinar la dirección que se lleva con relación a los objetivos establecidos

### **Estado de pérdidas o ganancias**

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro<sup>41</sup>.

### **Costos**

Son valores monetarios en los que incurre la empresa para la producción de un bien y prestación de un servicio. Es decir es el desembolso en moneda o

---

<sup>41</sup> Baca, G. (2010). Evaluación de proyectos. México: McGraw – Hill.

su equivalente necesarios para conseguir el volumen de producción deseado, la utilidad, las ventas y objetivos propuestos en el proyecto.

### **Clasificación de los costos**

#### **COSTOS FIJOS**

Son aquellos valores monetarios en los que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de que exista o no producción. Es decir, no varían con el cambio en el nivel de actividad.

#### **COSTOS VARIABLES**

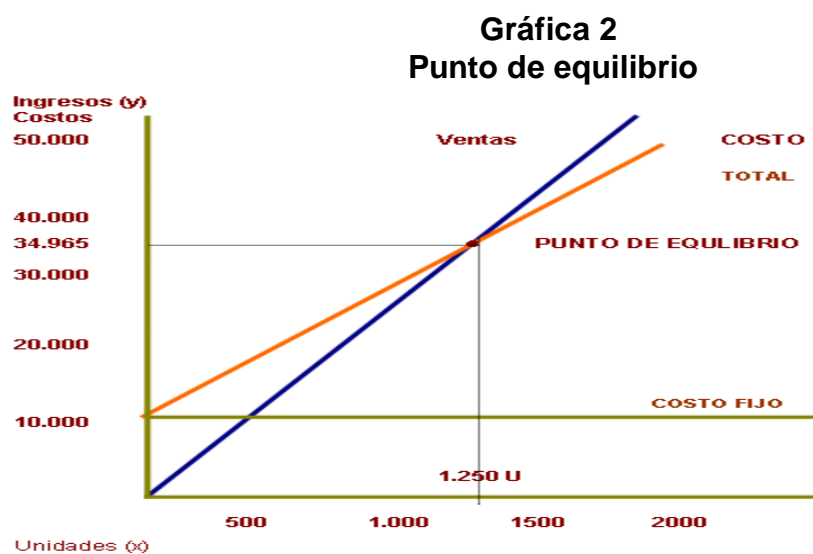
Son aquellos valores que se dan en las empresas en función de su capacidad de producción. Por tanto están en relación directa con los niveles de producción de la misma.

#### **Punto de equilibrio**

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por

ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables<sup>42</sup>.

El punto de equilibrio se puede calcular en forma gráfica, tal como aparece en la siguiente figura, o en forma matemática, como se describe a continuación.



**Fuente:** U.N.L. Módulo IX, Elaboración y Evaluación de Proyectos

**Elaborado:** La Autora

### FORMULAS

En función del volumen de ventas

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Volumen total de ventas}}}$$

En función de la capacidad instalada

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable total}} \times 100$$

<sup>42</sup> Agustín Reyes Ponce Administración de empresas Teoría y Práctica Volumen 2 LIMUSA NORIEGA EDITORES 2011 pág. 220

Es el punto en el cual la empresa no gana ni pierde, permite visualizar mediante una gráfica rápida las relaciones existentes entre los ingresos y los costos. Para establecer el punto de equilibrio se parte de los conceptos de: Costos Fijos, Costos Variables, como también de Ingresos que corresponden al volumen del servicio prestado.

## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

Permite presentar criterios de evaluación financiera a partir de las inversiones, costos e ingresos de una propuesta de inversión distribuidos en el tiempo, con el fin de componer indicadores que sirvan de base estable, firme y confiable para la toma de decisiones<sup>43</sup>.

La evaluación financiera está constituida por las siguientes etapas:

### **El flujo de caja**

Este constituye uno de los elementos más importantes del estudio de este proyecto ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen

---

<sup>43</sup> Sadon, Arthur. Diccionario de Economía Edit. Oikos S.A. Barcelona España 2010

## Valor Actual Neto

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

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

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

### Formula:

$VAN = \text{Sumatoria de Flujos Netos} - \text{Inversión}$ .

Si el VAN es + = se acepta el proyecto

Si el VAN es - = Se rechaza la inversión

Si el VA Es 0 = queda a criterio del inversionista si acepta o no

## Tasa Interna de Retorno

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales<sup>44</sup>.

Se define a la “Tasa Interna de Retorno” TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR, es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR, es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto
- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

$$\text{TIR} = \text{Tasa menor} - \text{Diferencia de tasas} \left( \frac{\text{VAN Tasa menor}}{\text{VAN Tasa menor} - \text{VAN Tasa mayor}} \right)$$

---

<sup>44</sup> Cervantes Ahumada Raul. Títulos y Operaciones de Crédito. Edit. Herreros S.A., México, 2010

## 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, de deberá tomar en cuenta lo siguiente.

- Si la B/C, es mayor que 1 debe aceptarse el proyecto.
- Si la B/C, es igual a 1 es indiferente llevar a cabo el proyecto
- Si la B/C, es menor a 1 debe rechazarse el proyecto.

**Formula:** 
$$R\ B/C = \frac{\text{IngresosActualizados}}{\text{EgresosActualizados}}$$

## Período de Recuperación de Capital

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en la medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital<sup>45</sup>.

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 la fábrica de botines “Calza Gians” pueda recupere la inversión de capital.

---

<sup>45</sup> Cervantes Ahumada Raul. Títulos y Operaciones de Crédito. Edit. Herreros S.A., México, 2010

## Formula

$$PRC = \text{Año anterior a cubrir Inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{Primer Flujo}}{\text{Flujo Año que supera la inversión}}$$

En el desarrollo de la investigación lo demostraremos técnicamente

## Análisis de sensibilidad

Para este análisis se requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que puedan producirse a lo largo de la vida del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios. La finalidad del análisis de sensibilidad es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto, frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

- Si el coeficiente es mayor a 1 el proyecto es sensible, el proyecto es factible
- Si el coeficiente es menor a 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual a 1, no hay efectos sobre el proyecto.



**Formula:**

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

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Porcentaje de Variación = Dif. TIR / TIR del Proyecto

Coefficiente de Sensibilidad = Porcent. Var. / Nueva TIR

## **e.- MATERIALES Y MÉTODOS**

Para el desarrollo de la presente investigación en el cual se desarrolló el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de botines para mujer y su comercialización en la provincia de Loja, se requirió utilizar los materiales y métodos siguientes:

### **MATERIALES**

#### **Recursos Materiales**

Esferos

Porta minas

Borrador

Cuaderno de apuntes

Hojas de papel bon

Una impresora

Un computador

Calculadora

Un escritorio

### **MÉTODOS**

Los métodos de investigación que se utilizaron en el presente trabajo investigativo son:

## **Método científico**

El método científico se hace concreto en las diversas etapas o pasos que se deben dar para solucionar un problema. Esos pasos son las técnicas o procesos. Los objetos de investigación determinan el tipo de método que se va a emplear.

Los métodos de investigación científica se dividen en dos: empíricos y teóricos, pero, en realidad, en el proceso de investigación, estos métodos nunca están separados. Unos y otros emplean técnicas específicas, lo mismo que técnicas comunes a ambos.

Este método científico permitió descubrir cuales son las causas y los efectos que provocan la falta de empresas productoras de botines de mujer; para desde esta perspectiva poder establecer la posible solución del problema

## **Método inductivo**

El método inductivo es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos; el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación.

El método fue utilizado luego de la observación, análisis y clasificación de los hechos, se derivan los objetivos que soluciona el problema planteado, sobre la falta de empresas productoras de botines para mujer y su comercialización en la provincia de Loja.

### **Método deductivo**

La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

Este método se lo utilizó en el muestreo estadístico, para obtener los datos que se aplicaron a los dos tipos de encuestas a una muestra representativa del universo determinándose hechos importantes en el fenómeno investigado y establecer las respectivas conclusiones y recomendaciones.

### **Método descriptivo**

La investigación descriptiva se ocupa de la descripción de datos y características de una población. El objetivo es la adquisición de datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos similares. Los estudios descriptivos

raramente involucran experimentación, ya que están más preocupados con los fenómenos que ocurren naturalmente que con la observación de situaciones controladas

El método se lo 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 encuentren en la obtención de datos e información que fueron aplicados en la construcción de las fases del proyecto.

### **Método estadístico**

El método estadístico se encarga de recopilar datos numéricos, y de interpretarlos y elaborar relaciones entre determinados grupos de elementos para determinar tendencias o generalidades.

Este método sirvió para poder tabular e interpretar las encuestas en la realización del estudio de mercado

### **El método analítico**

Este método implica el análisis (del griego análisis, que significa descomposición), esto es la separación de un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos. Se apoya en que para conocer un fenómeno es necesario descomponerlo en sus partes.

Este método permitió obtener una visión más clara del entorno empresarial actual, en lo referente a la producción de botines para mujer; y así mostrar, describir e interpretar los datos obtenidos en la investigación, determinando las diferentes causas de los hechos que serán aplicados en la empresa

## **TÉCNICAS**

Como técnicas fue fundamental utilizar las siguientes:

### **La observación directa**

La observación directa es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

Esta técnica ayudó a determinar la realidad del entorno objeto de estudio, destacando las características para identificar las ventajas y sus desventajas frente al mercado, así como observar cómo se desenvuelven las empresas similares a las del proyecto en estudio

## Encuesta

La encuesta es una técnica que nos permite obtener datos de varias personas cuya opinión personal interesan al investigador, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan para que sean contestadas.

Esta técnica se aplicó después de obtener la muestra a las personas de la población de la provincia de Loja, según el censo del INEC de 2.010 y proyectada al 2.015, con el fin de determinar la demanda potencial, real y efectiva de este tipo de servicios.

### Cuadro # 2

#### Población de la provincia de Loja por sexo

Sexo / Censo	1950	1962	1974	1982	1990	2001	2010
Hombres	108 728	142 554	170 821	179 866	190 343	197 595	220 794
Mujeres	108 074	142 894	171 518	180 901	194 355	207 240	228 172
Total	216 802	285 448	342 339	360 767	384 698	404 835	448 966

Fuente: I, II, III, IV, V, VI y VII Censo de Población y I, II, III, IV, V y VI de Vivienda. INEC

Elaborado: La Autora

## Muestra para la Demanda

La muestra permite el trabajo de grandes poblaciones y de esta manera identificar la tendencia sobre la preferencia del consumo de un determinado

producto, que en el presente caso será la aceptación de los botines para mujer, para ello se aplicó una fórmula:

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

## **Proyección**

### **Población**

Datos según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos que en el 2010 es de 228.172 mujeres en la provincia de Loja y la tasa de crecimiento que es de 2,65, la misma que fue proyectada para 2015.

### **Formula:**

$$Po = Po (1 + i)^n$$

$$Po = (1 + 0,0265)^5$$

$$Po = 228.172 (1 + 0,11029)^5$$

$$Po = 228.172 (1,11029)$$

$$Po = 253.337,09/(5)$$

$$Po = 253.337$$

### **Formula**

n = muestra

N = Población de la provincia de Loja

e = margen de error 5%

N= 253.337



$$n = \frac{253.337}{1 + (0,05)^2 253.337} \qquad n = \frac{253.337}{1 + 0.0025 * 253.337}$$

$$n = \frac{253.337}{634,34} = 399,37$$

El número de personas a ser encuestadas es de 399.

**Cuadro # 3**  
**Distribución muestral de mujeres en la provincia de Loja**

Cantones	Población	Encuestas
Calvas	16.321	31
Catamayo	18.353	40
Célica	8.365	15
Chaguarpamba	4.583	6
Espíndola	8.245	11
Gonzanamá	7.865	9
Loja	113.976	163
Macará	10.432	18
Olmedo	3.211	5
Paltas	13.876	22
Pindal	6.321	8
Puyango	8.354	13
Quilanga	3.447	5
Saraguro	16.983	36
Sozoranga	5.042	7
Zapotillo	7.963	10
<b>TOTAL</b>	<b>253.337</b>	<b>399</b>

Fuente: Ilustre Consejo Provincial de Loja

De acuerdo al sistema de rentas internas SRI en la provincia de Loja se encuentran registrados 575 locales dedicados a la comercialización de calzado los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

### Muestra para la oferta

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

n = muestra

N = Almacenes de calzado

e = margen de error 5%

$$n = \frac{575}{1 + 575 * (0,05)^2} \quad n = \frac{575}{1 + 575 * 0,0025} \quad n = \frac{575}{2,4375} = 235.89$$

El número de encuestadas a Oferentes **236**

**Cuadro # 4**  
**Distribución muestral**

<b>Cantones</b>	<b>Almacenes</b>	<b>Encuestas</b>
Calvas	19	17
Catamayo	38	26
Célica	7	1
Chaguarpamba	6	1
Espíndola	6	1
Gonzanamá	7	1
Loja	394	143
Macará	12	4
Olmedo	5	1
Paltas	15	15
Pindal	9	2
Puyango	7	1
Quilanga	5	1
Saraguro	28	18
Sozoranga	9	2
Zapotillo	8	2
<b>TOTAL</b>	<b>575</b>	<b>236</b>

Fuente: SRI

## f. RESULTADOS

### Resultados de las encuestas aplicadas a demandantes

#### Pregunta # 1

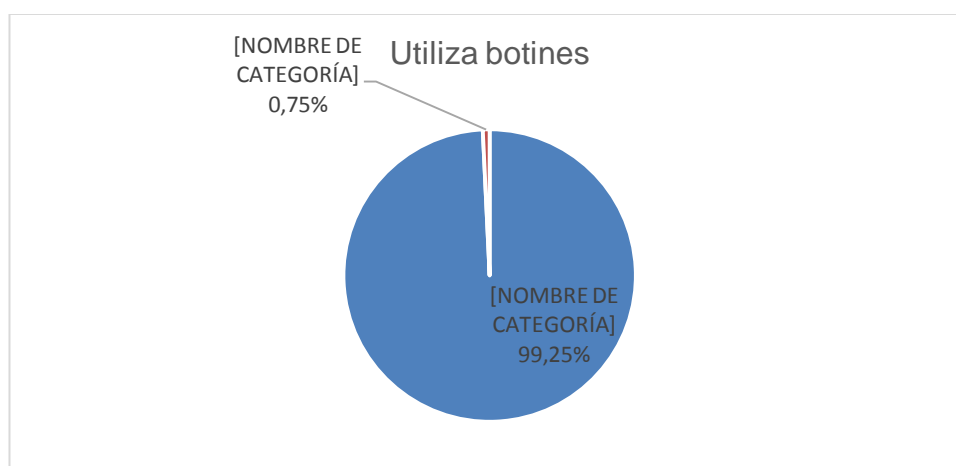
**Cuadro 5**  
**¿Utiliza usted botines como prendas de vestir?**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	396	99,25
No	3	0,75
<b>Total</b>	<b>399</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a las mujeres de la provincia de Loja

Elaborado: La Autora

**Gráfica 3**



#### Análisis e interpretación

El 99,25% manifestaron que si utilizan botines como prendas de vestir, mientras que el 0,75% no utiliza, con lo que se determina que los botines para mujer tienen una gran aceptación en la provincia de Loja.

## Pregunta # 2

### Cuadro 6

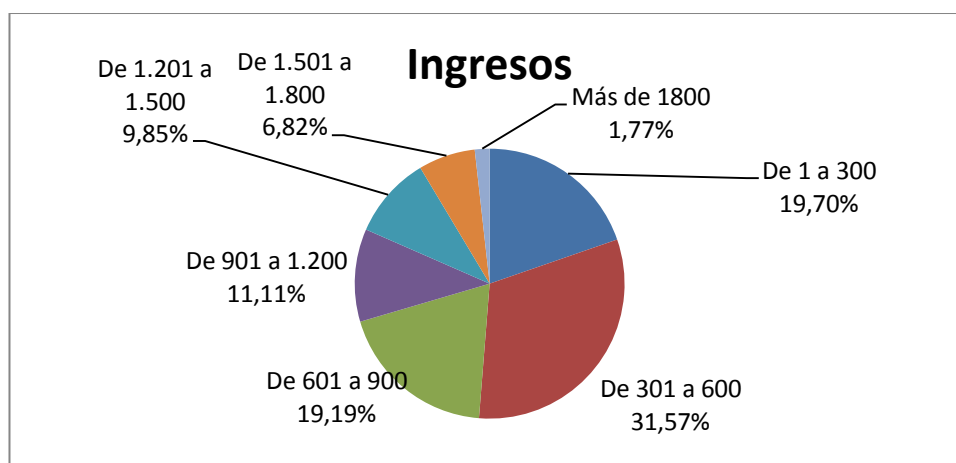
¿De los siguientes valores en que rango se encuentran sus ingresos mensuales?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$1 a \$300	78	19,70
De \$301 a \$600	125	31,57
De \$601 a \$900	76	19,19
De \$901 a \$1.200	44	11,11
De \$1.201 a \$1.500	39	9,85
De \$1.501 a \$1.800	27	6,82
Más de \$1800	7	1,77
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a las mujeres de la provincia de Loja

Elaborado: La Autora

### Gráfica 4



## Análisis e interpretación

El 19,70% sus ingresos están en un promedio de \$1 a \$300, el 31,57% sus ingresos están entre \$301 a \$600, el 19,19% sus ingresos se ubican en promedio de \$601 a \$900, el 11,11% su ingreso promedio esta entre \$901 a 1200, el 9,85% tienen ingresos entre \$1201 a 1500, el 6,82% sus ingresos están entre \$1501a 1800 y el 1,77% sus ingresos están por encima de los 1800 dólares lo que significa que si podrían invertir en la adquisición de botines.

### Pregunta # 3

**Cuadro 7**

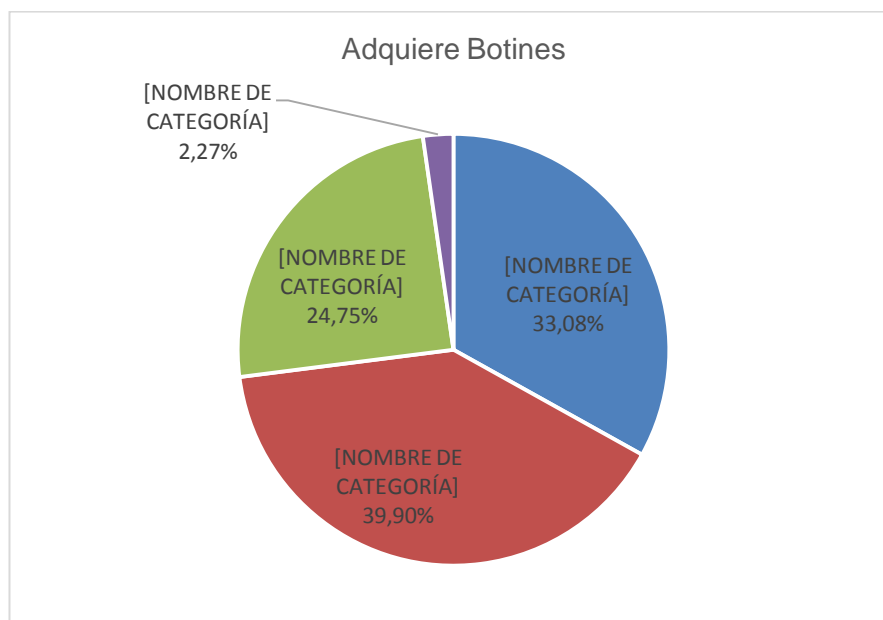
**¿Dónde acostumbra usted a adquirir sus Botines?**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En Boutiques	131	33,08
En Almacenes	158	39,90
En Centros Comerciales	98	24,75
Vende Ambula	9	2,27
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a las mujeres de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

**Gráfica 5**



### Análisis e interpretación

El 33,08% acostumbra a adquirir sus botines en Boutiques, el 39,90% lo adquiere en Almacenes, el 24,75% hace sus compras en Centros

Comerciales y un 2,27% adquieren los botines a vendedores ambulantes.

Información que nos servirá para ofrecer nuestros botines

#### Pregunta # 4

**Cuadro 8**  
**¿Cuántos pares de botines adquiere al año?**

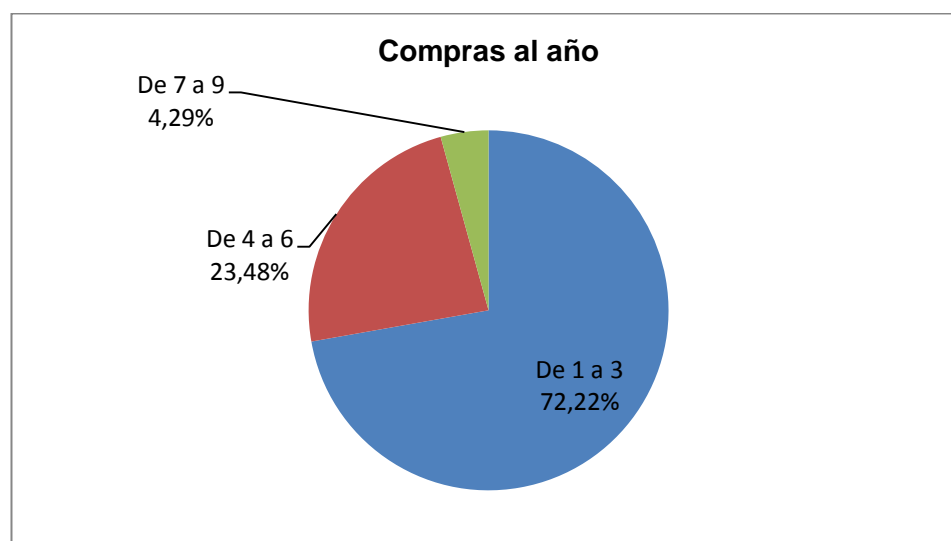
DESCRIPCIÓN	$\bar{X}_m$	FRECUENCIA	$F \cdot \bar{X}_m$	PORCENTAJE
De 1 a 3	2	286	572	72,22
De 4 a 6	5	93	465	23,48
De 7 a 9	8	17	136	4,29
<b>Total</b>		<b>396</b>	<b>1.173</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a las mujeres de la provincia de Loja

Elaborado: La Autora

**Promedio de compras** =  $\Sigma F (XM) / N = 1.173/396 = 3$  pares al año

**Gráfica 6**



#### Análisis e interpretación

El 72,22% adquiere de 1 a 3 pares, el 23,48% compran de 4 a 6 pares y el 4,29% adquieren un promedio de 7 a 9 pares de botines al año. Indicador

que nos servirá para conocer la demanda que la empresa estaría en capacidad de cubrir en el mercado.

### Pregunta # 5

**Cuadro 9**

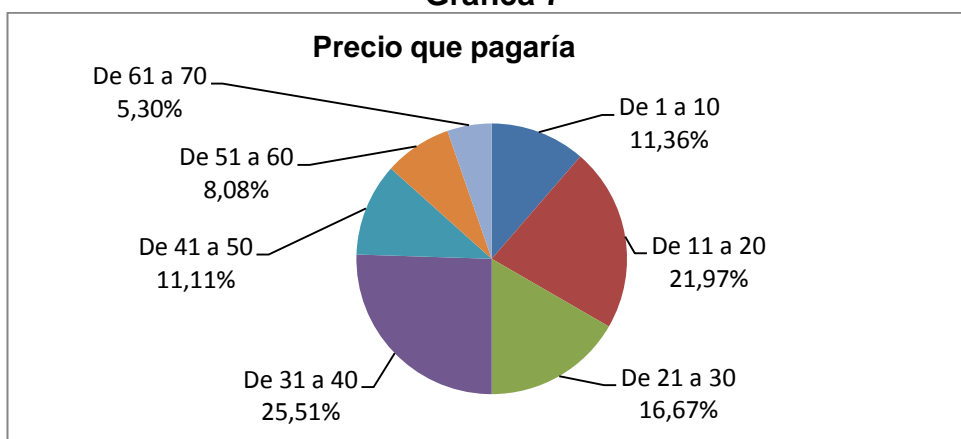
**¿En promedio cuanto estaría dispuesto a invertir un par de botines?**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$1 a \$10	45	11,36
De \$11 a \$20	87	21,97
De \$21 a \$30	66	16,67
De \$31 a \$40	101	25,51
De \$41 a \$50	44	11,11
De \$51 a \$60	32	8,08
De \$61 a \$70	21	5,30
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a las mujeres de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

**Gráfica 7**



### Análisis e interpretación

El 11,36% manifiesta que estaría dispuesto a pagar por un par de botines entre \$1 a \$10 dólares, el 21,97% pagarían de \$11 a \$20, el 16,67% pagarían de \$21 a \$30, el 25,51% pagarán de \$31 a \$40, el 11,11% estaría dispuesto a pagar de \$41 a \$50, el 8,08% podría pagar de \$51 a \$60 y el

5,30% estaría en condiciones de pagar entre \$61 a \$70 dólares por cada par de botines. Parámetro que servirá para poder tener una idea al momento de establecer el precio del botín que producirá y comercializara la empresa

### Pregunta # 6

**Cuadro 10**

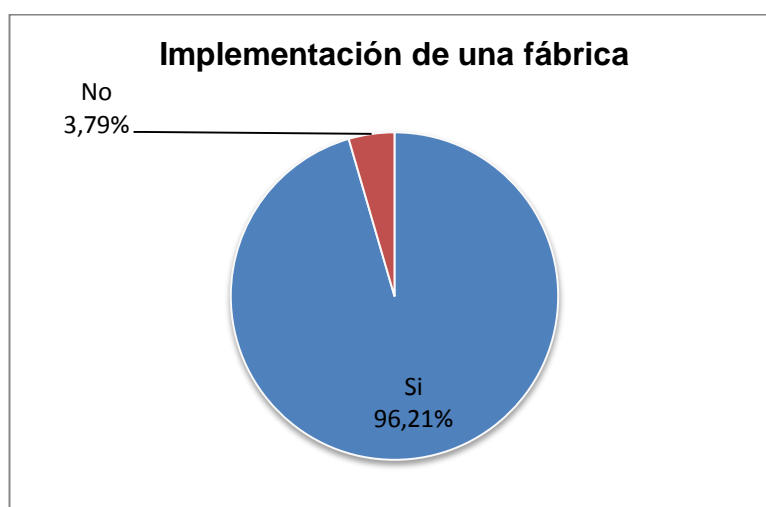
**¿Si en la ciudad de Loja se implementara una fábrica de botines para mujer y su comercialización, usted estaría dispuesto a adquirirlos?**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	381	96,21
No	15	3,79
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a las mujeres de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

**Gráfica 8**



### Análisis e interpretación

El 96,21% manifestó que si en la ciudad de Loja se implementara una fábrica de botines para mujer y su comercialización, usted estaría dispuesto a



adquirirlos, si la harían, mientras que el 3,79% no lo harían. Esto debido a que ya tienen sus proveedores pero esto nos permite tenerlos como potenciales clientes los mismos que serán atraídos por motivación, promociones y la publicidad que a su debido tiempo la empresa impulsará.

### Pregunta # 7

#### Cuadro 11

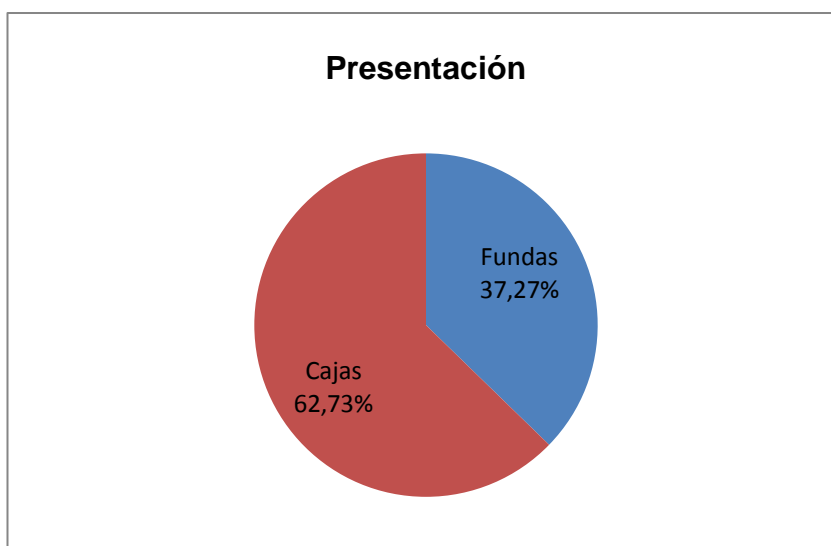
**¿Los botines que usted adquiriría qué tipo de presentación le gustaría que tenga?**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fundas	142	37,27
Cajas	239	62,73
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a las mujeres de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

#### Gráfica 9



### Análisis e interpretación

El 37,27% manifiesta que le gustaría que su presentación de los botines para mujer sea en fundas y el 62,73% manifiesta que le gustaría que el producto venga en una presentación de cajas. Referente que nos permitirá analizar el tipo de presentación que va a tener los botines.

### Pregunta # 8

**Cuadro 12**

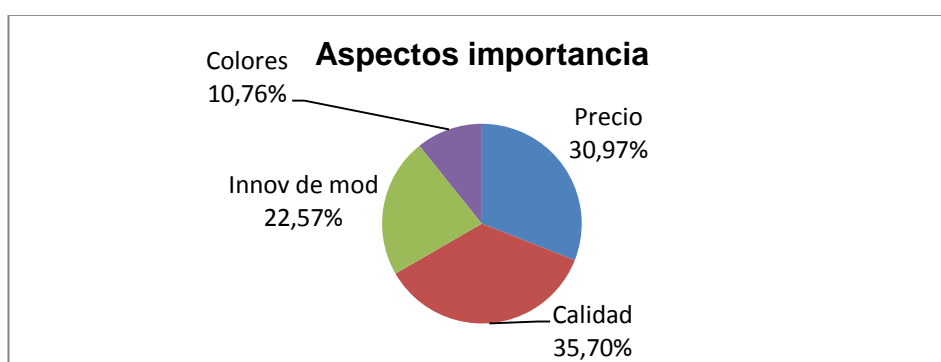
**¿Qué aspectos considera de mayor importancia al momento de adquirir botines?**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	118	30,97
Calidad	136	35,70
Innovación de modelos	86	22,57
Colores	41	10,76
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a las mujeres de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

**Gráfica 10**



### Análisis e interpretación

El 30,97% manifiesta que los aspectos que considera de mayor importancia al momento de adquirir botines es el precio, el 35,70% le interesa la calidad del producto, el 22,57% considera de importancia la innovación de sus modelos y el 10,76% lo que más le interesa son los colores. Factor que nos permite determinar los aspectos más importantes que los futuros clientes toman en consideración al momento de adquirir sus botines y como empresa poder satisfacer sus expectativas.

### Pregunta # 9

**Cuadro 13**

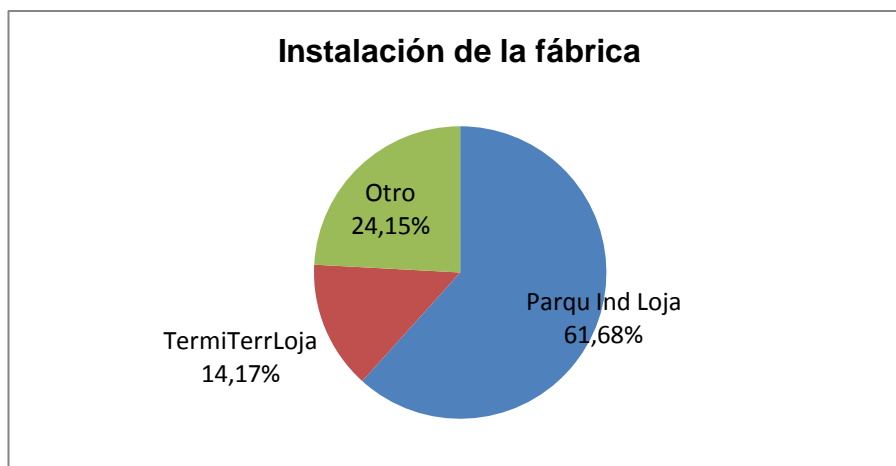
**¿En qué sector le gustaría que se instale la empresa productora de botines para mujer?**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Parque Industrial de Loja	235	61,68
Terminal Terrestre de Loja	54	14,17
Otro	92	24,15
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a las mujeres de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

**Gráfica 11**



### Análisis e interpretación

Según los encuestados tenemos que al 61,68% les gustaría que se instale a la empresa productora de botines para la mujer en el parque industrial de Loja, el 14,17% prefiere que se instale la empresa en el terminal terrestre de Loja y el 24,15% en otro lugar. Por lo que se puede establecer que la mayoría de los encuestados les gustaría que se instale a la empresa en el parque industrial Loja.

### Pregunta # 10

**Cuadro 14**

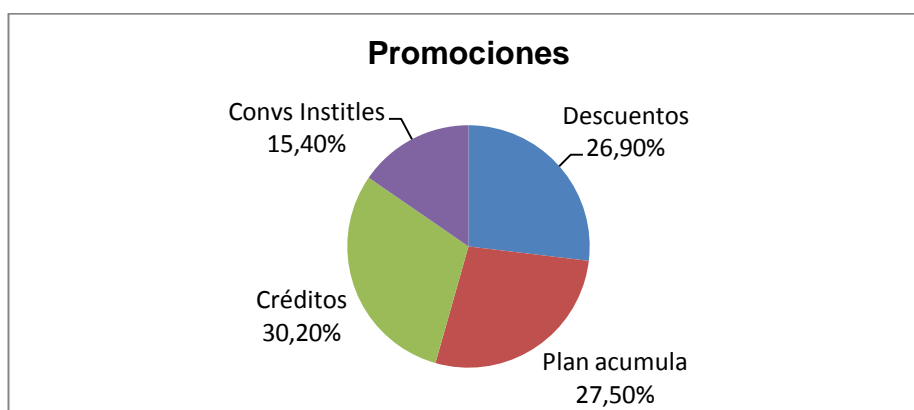
**¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir por la compra de botines?**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	269	26,90
Plan acumula	275	27,50
Créditos	302	30,20
Convenios Institucionales	154	15,40

**Fuente:** Encuesta a las mujeres de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

**Gráfica 12**



## Análisis e interpretación

En cuanto a la pregunta del tipo de promociones que les gustaría recibir por la compra de botines tenemos que el 26,90% desearían recibir descuentos, el 27,50% prefiere que le ofrezcan plan acumulativo, el 30,20% prefiere que se le conceda créditos y el 15,40% le gustaría que la empresa realice convenios institucionales. Información que nos servirá para determinar qué tipo de promociones son más atractivas para para las clientes.

## Pregunta # 11

**Cuadro 15**

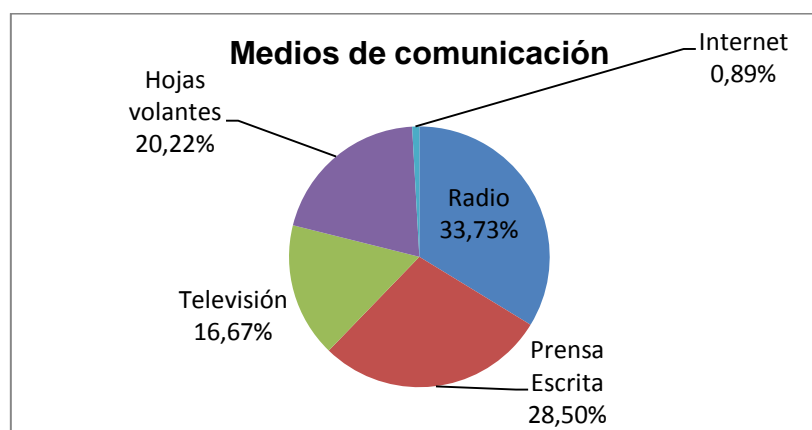
**¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se promocionen la nueva empresa?**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	342	33,73
Prensa Escrita	289	28,50
Televisión	169	16,67
Hojas volantes	205	20,22
Internet	9	0,89

**Fuente:** Encuesta a las mujeres de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

**Gráfica 13**



## **Análisis e interpretación**

Al preguntar a los encuestados por qué medios de comunicación les gustaría que se promocionen los botines tenemos que al 33,73% prefiere la radio, el 28,50% mencionó la prensa escrita, el 16,67% por televisión, el 20,22% por hojas volantes y al 0,89% les gustaría que se promocionen por internet. Con lo que se puede determinar que la mayoría de los encuestados tiene mayor preferencia por los medios de comunicación hablados como es la radio.

## ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA

### Pregunta # 1

**Cuadro 16**

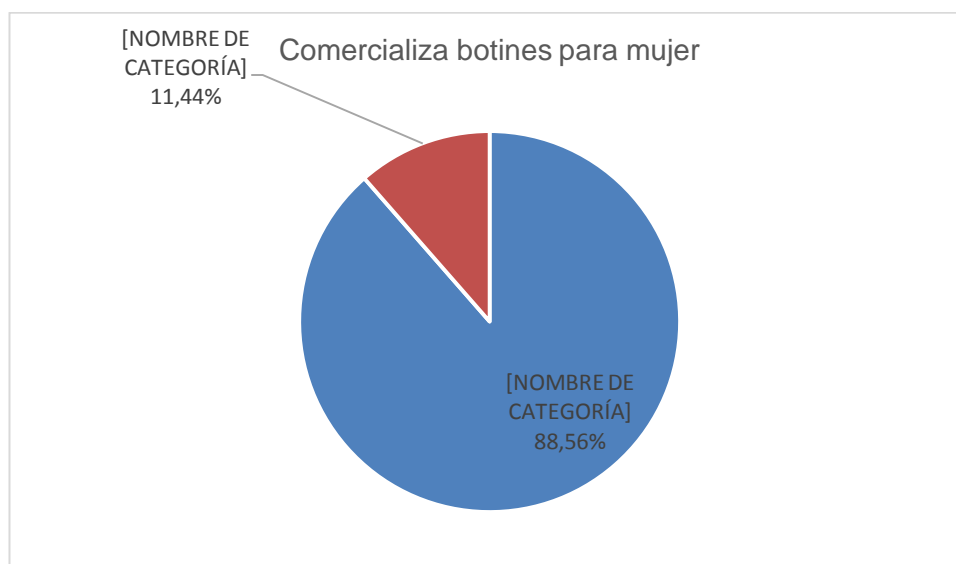
**¿En su empresa usted comercializa botines para mujer?**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	209	88,56
No	27	11,44
<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los almacenes de calzado de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

**Gráfico 14**



### Análisis e interpretación

El 88,56% manifiesta que en su empresa si comercializa botines para mujer, mientras que el 11,44% no comercializa botines para mujer. Información que nos permite determinar si los botines tienen o no aceptación en la provincia de Loja

## Pregunta # 2

**Cuadro 17**

¿Cuántas docenas de pares de botines para mujer comercializa usted al mes?

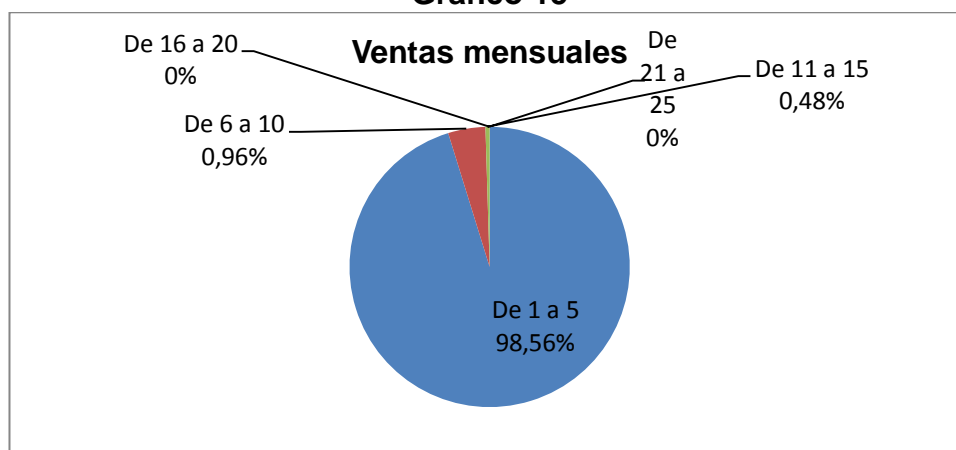
DESCRIPCIÓN	$\bar{X}_m$	FRECUENCIA	$\overline{F.X}_m$	PORCENTAJE
De 1 a 5	3	206	618	98,56
De 6 a 10	8	2	16	0,96
De 11 a 15	13	1	13	0,48
De 16 a 20	18	0	0	0,00
De 21 a 25	23	0	0	0,00
<b>Total</b>		<b>209</b>	<b>647</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los almacenes de calzado de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

**Promedio de compras** =  $\Sigma F (XM) / N = 647/209 = 3$  docenas mensuales

**Grafico 15**



## Análisis e interpretación

De acuerdo a los almacenes encuestados tenemos que el 98,56% comercializa entre 1 y 5 docenas de botines al mes, el 0,96% vende entre 6 a 10 docenas y el 0,48% vende entre 11 a 15 docenas. Los almacenes venden un promedio de botines de tres docenas mensuales lo que determina que es un mercado meta muy satisfactorio.



### Pregunta # 3

**Cuadro 18**

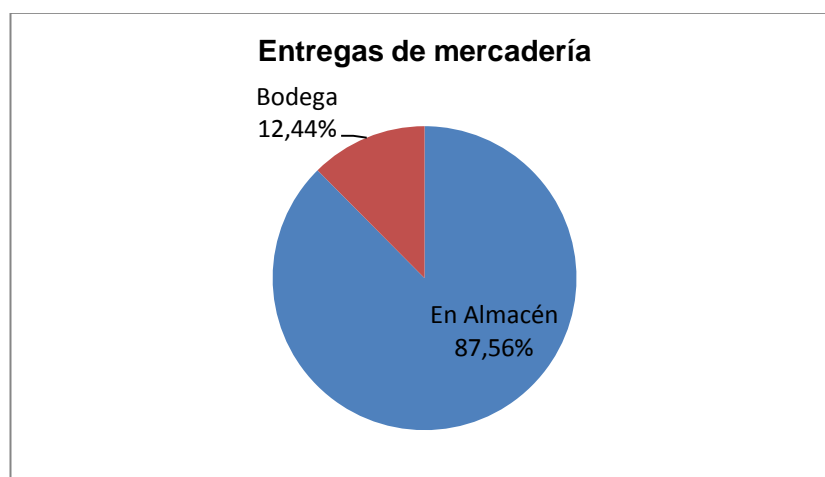
**¿La entrega de sus pedidos donde le hacen?**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En Almacén	183	87,56
Bodega	26	12,44
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los almacenes de calzado de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

**Grafico 16**



### **Análisis e interpretación**

Al preguntar el tipo de entrega que le gustaría nos dieron las siguientes respuestas el 87,56% prefieren que las entregas se lo realice en el almacén y el 12,44% sus entregas le gustaría que se las realice en las bodegas del almacén, es importante que la empresa cuente con un vehículo para la entrega de los botines lo que permitirá ser más puntuales en la entrega de su mercadería.

#### Pregunta # 4

**Cuadro 19**

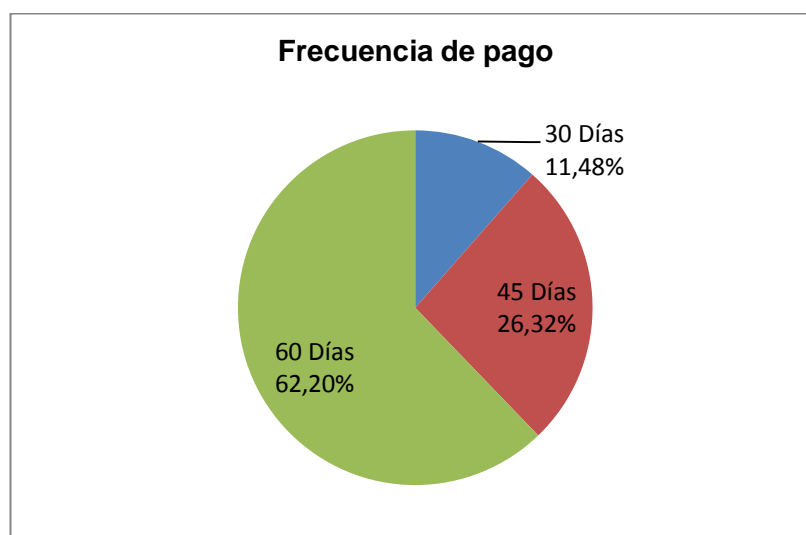
**¿Con qué frecuencia realiza los pagos de los botines?**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30 Días	24	11,48
45 Días	55	26,32
60 Días	130	62,20
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los almacenes de calzado de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

**Gráfico 17**



#### **Análisis e interpretación**

El 11,48% manifestó que los pagos por concepto de adquisición de mercadería los realiza a 30 días plazo, el 26,32% utilizan un plazo de 45 días y el 62,20% realizan un plazo hasta 60 días. Información que servirá para determinar los plazos que la empresa podría ofrecer a sus clientes siendo el objetivo ofrecer créditos a 30, 60 y 90 días con cheques posfechados.

## Pregunta # 5

**Cuadro 20**

**¿Aproximadamente cuánto dinero estaría dispuesto a invertir en la adquisición de los botines?**

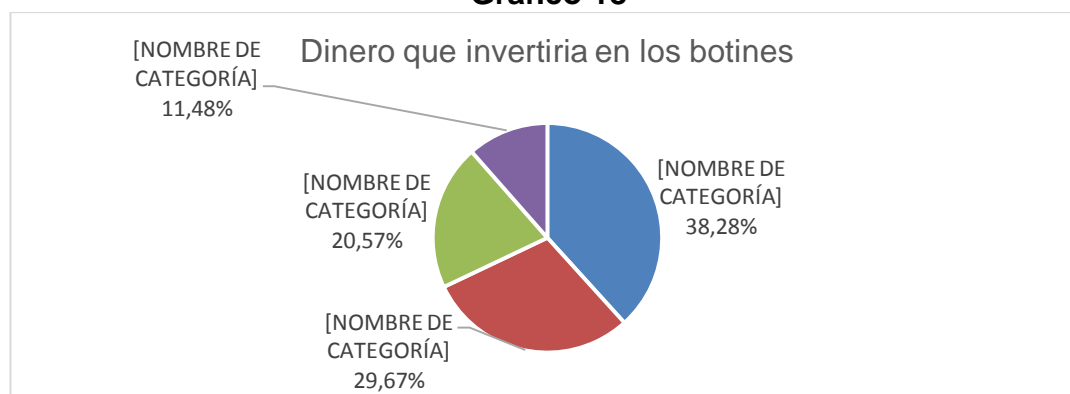
DESCRIPCIÓN	$\bar{X}_m$	FRECUENCIA	$F \cdot \bar{X}_m$	PORCENTAJE
De 11 a 20 dólares	15,50	80	1.240,00	38,28
De 21 a 30 dólares	25,50	62	1.581,00	29,67
De 31 a 40 dólares	35,50	43	1.526,50	20,57
De 41 a 50 dólares	45,50	24	1.092,00	11,48
<b>Total</b>		<b>209</b>	<b>5.439,50</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los almacenes de calzado de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

**Promedio por par de botines** =  $\Sigma F (XM) / N = 5.439,50 / 209 = 26$  dólares

**Grafico 18**



### Análisis e interpretación

El 38,28% menciona que invertiría en los botines para mujer de \$10 a 20 dólares, el 29,67% menciona que invertiría de 21 a 30 dólares, el 20,57% dice que invertiría de 31 a 40 dólares y el 11,48% manifiesta que estaría dispuesto a invertir entre 41 a 50 dólares por cada par de botines para su posterior comercialización. Según la información los almacenes pagan un promedio de 26 dólares por cada par de botines información que servirá como referencia para establecer los precios de cada par de botines

## Pregunta # 6

**Cuadro 21**

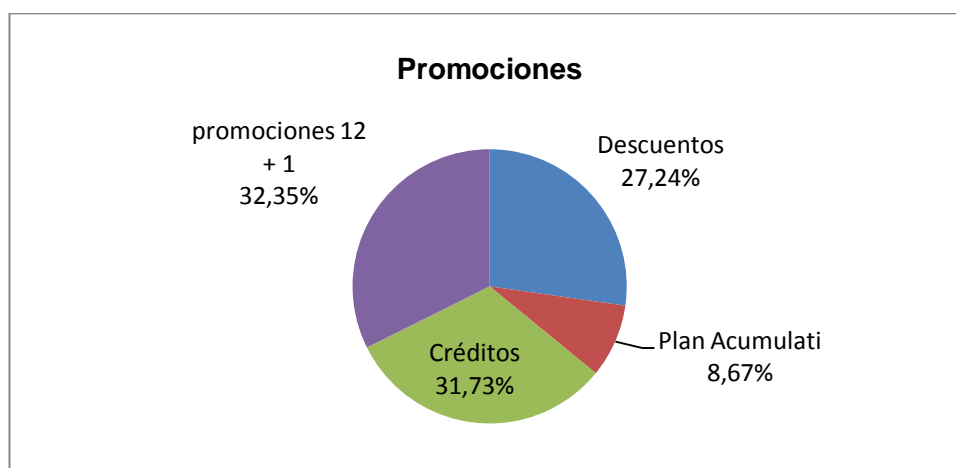
**¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir por la compra de los botines?**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	176	27,24
Plan Acumulativo	56	8,67
Créditos	205	31,73
Promociones de 12 +1	209	32,35

**Fuente:** Encuesta a los almacenes de calzado de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

**Grafico 19**



## Análisis e interpretación

El 27,24% le gustaría que la fábrica les ofrezca descuentos, el 8,67% prefieren que la empresa les ofrezca plan acumulativo, el 31,73% prefiere que la empresa les ofrezca créditos a más largo plazo y el 32,35% prefiere que la empresa le ofrezca promociones de 12 + 1. Datos que le servirán a la empresa para diseñar un plan promocional para incrementar las ventas.

## Pregunta # 7

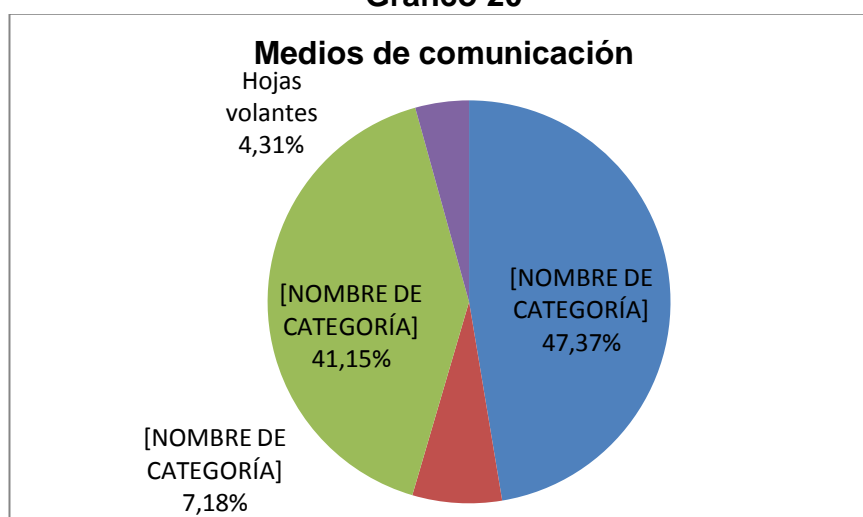
**Cuadro 22**  
**¿Por qué medios de publicidad promociona a su empresa?**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	99	47,37
Televisión	15	7,18
Prensa Escrita	86	41,15
Hojas volantes	9	4,31
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los almacenes de calzado de la provincia de Loja

**Elaborado:** La Autora

**Gráfico 20**



## Análisis e interpretación

El 47,37% manifiesta tener publicidad de su empresa a través de la radio, el 7,18% publicita su empresa por medio de la televisión, el 41,15% lo hace a través de la prensa escrita y el 4,31% lo hace a través de las hojas volantes. Lo que determina que la radio y la prensa escrita son las preferidas por los potenciales clientes de los botines para mujer.

## **g. DISCUSIÓN**

### **Estudio de mercado**

Con el estudio de mercado se va a determinar la oferta, la demanda, las preferencias, los gustos de los potenciales clientes para así poder satisfacer sus requerimientos.

### **Análisis de la demanda**

Entendida la demanda como el número de unidades de un determinado bien que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado. Según condiciones como precio, calidad, ingresos, gustos y preferencias.

### **Determinación de la demanda potencial**

Para determinar la demanda potencial del proyecto, se utilizó la población total femenina determinada en la muestra la misma que es de 228.172 mujeres, según los datos proporcionados por el INEC 2010 la misma que fue proyectada para 2015 tasa de crecimiento poblacional que es de 2.65%.

**Cuadro 23**  
**Demanda potencial**

<b>AÑOS</b>	<b>Población Femenina en la provincia de Loja. Inc. 2,65%</b>
2.015	253.337
2.016	260.050
2.017	266.941
2.018	274.015
2.019	281.277
2.020	288.731
2.021	296.382
2.022	304.236
2.023	312.298
2.024	320.574

**Fuente:** INEC.

**Elaborado:** La Autora

### **Demanda real**

Para determinar la demanda real se hace referencia a la pregunta 1, cuadro 5 que se refiere a que si utiliza botines como prendas de vestir, el 99,25% manifestó que si, determinándonos una demanda real de 251.437 botines para mujer

**Cuadro 24**  
**Demanda real**

<b>AÑOS</b>	<b>Demanda Potencial 2,65%</b>	<b>Utiliza botines %</b>	<b>Demanda Real</b>
2.015	253.337	99,25%	251.437
2.016	260.050	99,25%	258.100
2.017	266.941	99,25%	264.939
2.018	274.015	99,25%	271.960
2.019	281.277	99,25%	279.167
2.020	288.731	99,25%	286.565
2.021	296.382	99,25%	294.159
2.022	304.236	99,25%	301.954
2.023	312.298	99,25%	309.956
2.024	320.574	99,25%	318.170

**Fuente:** Cuadro 5, pregunta1 demandantes

**Elaborado:** La Autora

## **Demanda efectiva**

Para determinar la demanda efectiva se toma en cuenta la pregunta 6, cuadro 10, que hace mención si en la ciudad de Loja se implementara una fábrica de botines para mujer y su comercialización, usted estaría dispuesto a adquirirlos, obteniendo un 96,21% manifestó que si adquirirían los botines de la nueva empresa.

**Cuadro 25**  
**Demanda efectiva**

<b>AÑOS</b>	<b>Demanda Real</b>	<b>% de Aceptación</b>	<b>Demanda Efectiva</b>
2.015	251.437	96,21%	240.097
2.016	258.100	96,21%	246.459
2.017	264.939	96,21%	252.991
2.018	271.960	96,21%	259.695
2.019	279.167	96,21%	266.577
2.020	286.565	96,21%	273.641
2.021	294.159	96,21%	280.893
2.022	301.954	96,21%	288.336
2.023	309.956	96,21%	295.977
2.024	318.170	96,21%	303.821

**Fuente:** Cuadro 10, pregunta 6 demandantes

**Elaborado:** La Autora

## **Promedio de adquisición del botines al año**

Se pretende identificar el mercado a cubrir, cuantificando un aproximado del mercado, para lo cual se tomó como referencia la pregunta 4 cuadro 8 a demandantes de los botines



**Cuadro 26**  
**Pares de botines que adquiere al año**

DESCRIPCIÓN	$\bar{Xm}$	FRECUENCIA	$F \cdot \bar{Xm}$
De 1 a 3	2	286	572
De 4 a 6	5	93	465
De 7 a 9	8	17	136
<b>Total</b>		<b>396</b>	<b>1.173</b>

Fuente: Encuestas Demandantes Pregunta nº 4, Cuadro 8

Elaborado: La Autora

### Consumo Per-Cápita

Para poder establecer el consumo per-cápita de la adquisición de botines para mujer, se realizó el siguiente procedimiento: El total de la adquisición anual que es 1.173 pares de botines cuadro 26 lo dividimos para el número de encuestados que es de 396, nos da un total de 3 pares de botines para mujer al año.

$$CPA \frac{C.A}{N^{\circ} \text{ Encuestas}} = \frac{1.173}{396} = 2,96 = 3 \text{ pares de botines anual}$$

### Demanda efectiva en adquisición de botines para mujer

**Cuadro 27**  
**Demanda efectiva en adquisición de botines**

AÑOS	Demanda Real	% de Aceptación	Demanda Efectiva	Promedio Anual	Demanda efectiva de botines
2.015	251.437	96,21%	240.097	3	720.291
2.016	258.100	96,21%	246.459	3	739.378
2.017	264.939	96,21%	252.991	3	758.972
2.018	271.960	96,21%	259.695	3	779.085
2.019	279.167	96,21%	266.577	3	799.730
2.020	286.565	96,21%	273.641	3	820.923
2.021	294.159	96,21%	280.893	3	842.678
2.022	301.954	96,21%	288.336	3	865.009
2.023	309.956	96,21%	295.977	3	887.931
2.024	318.170	96,21%	303.821	3	911.462

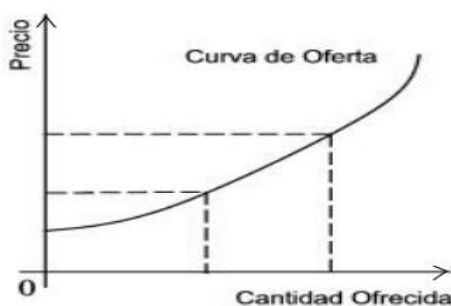
Fuente: Cuadro 24, 25 y 26 Consumo

Elaborado: La Autora

## Oferta del proyecto

La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida. En la curva puede verse como cuando el precio es muy bajo, ya no es rentable ofrecer ese producto o servicio en el mercado, por lo tanto la cantidad ofrecida es 0

**Gráfico 21**



**Elaborado:** La Autora

La oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto.

La oferta es la cantidad de botines que se encuentran disponibles para ser adquiridos.

La denominada Ley de la Oferta señala que, a mayor precio de un producto o servicio, mayor oferta (los productores tendrán un mayor incentivo para ofrecer sus bienes o servicios en el mercado).

La oferta de la fábrica se basa en la pregunta 2 (Ofertantes) y al cuadro 17 en la que se indica cuántas docenas de pares de botines para mujer vende usted al mes, en base a la misma calcularemos el promedio de la oferta.

**Cuadro 28**  
**Oferta actual**

<b>Almacenes Encuestados</b>	<b>Almacenes comercializan Botines de mujer</b>	<b>Promedio Mensual</b>	<b>Pares de Botines</b>	<b>Comercialización anual</b>	<b>Total oferta docenas</b>	<b>Total oferta pares</b>
236	209	3	36	12	7.524	90.288

**Fuente:** Pregunta 2 cuadro 17 oferentes

**Elaborado:** La Autora

### **Proyección de la oferta**

Para proyectar la oferta de los botines para mujer, para los 10 años de vida útil del proyecto, se toma en cuenta la tasa de crecimiento empresarial de la provincia de Loja que es del 2,72%, dato proporcionado por el Banco Central del Ecuador

**Cuadro 29**  
**Proyección de la oferta**

<b>Años</b>	<b>Crecimiento Empresarial Prov. Loja Inc. 2,72%</b>
2.015	90.288
2.016	92.744
2.017	95.266
2.018	97.858
2.019	100.519
2.020	103.254
2.021	106.062
2.022	108.947
2.023	111.910
2.024	114.954

**Fuente:** Cuadro 28

**Elaborado:** La Autora

## **Demanda insatisfecha**

Se determina como demanda insatisfecha a la demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, también se puede decir que la demanda insatisfecha es cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

Una vez determinada la demanda efectiva y la oferta, podemos determinar la demanda insatisfecha que cubriría la empresa productora de botines para mujer y su comercialización en la provincia de Loja, para el primer año tenemos una demanda Proyectada de 684.418 y una oferta de 101.952 Cuadro 27 y Cuadro 29, restando estos valores tenemos la demanda insatisfecha para el primer año que es de 582.466 la misma que se debería cubrir.

**Cuadro 30  
DEMANDA INSATISFECHA**

<b>Años</b>	<b>Demanda Efectiva Botines</b>	<b>Oferta de Botines</b>	<b>Demanda Insatisfecha en Botines</b>
2.015	720.291	90.288	630.003
2.016	739.378	92.744	646.635
2.017	758.972	95.266	663.706
2.018	779.085	97.858	681.227
2.019	799.730	100.519	699.211
2.020	820.923	103.254	717.670
2.021	842.678	106.062	736.616
2.022	865.009	108.947	756.062
2.023	887.931	111.910	776.021
2.024	911.462	114.954	796.507

**Fuente:** Cuadro 27 y 29

**Elaborado:** La Autora

## **Plan de comercialización. (Marketing Mix)**

### **Producto/servicio**

“El producto es el instrumento de marketing del que dispone la empresa para satisfacer las necesidades del consumidor”<sup>46</sup>

En nuestro caso el producto son los botines para mujer en una gran variedad de modelos y colores, con precios asequibles de excelente calidad y terminados de primera añadiéndole a ello una excelente atención e información del producto por parte de los agentes de venta.

En el proyecto se fijó como producto principal los botines para mujer de las tallas de la 33 a la 40 siendo el segmento que tiene mayor aceptación

### **Componentes del producto**

#### **Empaque**

El empaque que la empresa utilizara para la comercialización de los botines serán cajas de cartón y fundas plásticas, esto con la finalidad de darle una mayor presentación y para proteger el producto

---

<sup>46</sup> RODRIGUEZ ARDURA IRMA Principios y Estrategias de Marketing. Primera Edición. Editorial UOC, 2006. Pág. 70

**Gráfica 22**

**Elaborado:** La Autora

## **Envoltorio**

Se usará papel para separar un botín del otro con la finalidad de evitar se rayen o se manchen

**Gráfico 23**

**Elaborado:** La Autora

## **Embalaje**

La empresa utilizará cajas de cartón más grandes con capacidad de doce pares de botines, con la finalidad de proteger de daños de las cajas de cartón que contienen el par de botines

**Gráfico 24**

**Elaborado:** La Autora

## Atributos – cualidades

Los productos son susceptibles de un análisis de los atributos tangibles e intangibles que conforman lo que puede denominarse como su personalidad, lo que lo distingue.

### Entre los principales factores tenemos

✚ **Núcleo.** Comprende aquellas propiedades físicas, químicas y técnicas del producto, que lo hacen apto para determinadas funciones y usos.

✚ **Calidad.** Valoración de los elementos que componen el núcleo, en razón de unos estándares que deben apreciar o medir las cualidades y permiten ser comparativos con la competencia.

✚ **Precio.** Valor último de adquisición. Este atributo ha adquirido un fuerte protagonismo en la comercialización actual de los productos y servicios.

✚ **Diseño, forma y tamaño.** Permiten, en mayor o menor grado, la identificación del producto o la empresa y, generalmente, configuran la propia personalidad del mismo.

✚ **Marca, nombres y expresiones gráficas.** Facilitan la identificación del producto y permiten su recuerdo asociado a uno u otro atributo. Hoy en día es uno de los principales activos de las empresas.

✚ **Servicio.** Conjunto de valores añadidos a un producto que nos permite poder marcar las diferencias respecto a los demás; hoy en día es lo que más

valora el mercado, de ahí su desarrollo a través del denominado marketing de percepciones.

✚ **Imagen del producto.** Opinión global que se crea en la mente del consumidor según la información recibida, directa o indirectamente, sobre el producto.

✚ **Imagen de la empresa.** Opinión global arraigada en la memoria del mercado que interviene positiva o negativamente en los criterios y actitudes del consumidor hacia los productos. Una buena imagen de empresa avala, en principio, a los productos de nueva creación; así como una buena imagen de marca consolida a la empresa y al resto de los productos de la misma.

## **Marca**

La marca es un signo distintivo de nuestro producto en el mercado se conoce como la experiencia de marca.

La marca será el nombre comercial de nuestros botines “**Calza Gian´s**”

## **Logotipo**

Un logotipo, conocido coloquialmente también como logo, es aquel distintivo o emblema conformado a partir de letras, abreviaturas, entre las alternativas más comunes, peculiar y particular de la empresa.



Normalmente el logo incluye algún símbolo que permita a los observadores del mismo asociarlo de inmediato con la marca, empresa o producto en cuestión. El Logotipo de nuestra fábrica es dos letras una C y una G que identifican al producto y a la propietaria.

**Gráfico 25**



**Elaborado:** La Autora

### **Isologo**

Es la combinación de un Logotipo con un Isotipo, es decir, tiene tanto tipografía como ícono.; el texto y la imagen se encuentran fundidos

**Gráfico 26**



**Elaborado:** La Autora

### **Slogan**

El slogan intenta llamar la atención sobre un producto o servicio, remarcando ciertas cualidades o tratando de asociarlo a un valor simbólico.

Difundir los beneficios de la marca para diferenciarla de la competencia y generar un deseo o necesidad en el consumidor: “manos ecuatorianas”

### Letrero

Gráfico 27



Elaborado: La Autora

### Etiqueta

Información obligatoria que presenta el fabricante que puede estar impresa, resaltada, adherida o atada al producto, en nuestro caso utilizaremos etiquetas adheridas a la planta de los botines

Gráfico 28



Elaborado: La Autora

## Presentación del producto

Presentar un producto implica, también, decisiones a largo plazo: son las decisiones relacionadas con la estrategia comercial, en nuestra fábrica utilizaremos los exhibidores

Gráfica 29



Elaborado: La Autora

## Precio

El precio no tiene que ser necesariamente igual al "valor" del bien o servicio, o al costo del mismo, ya que el precio fluctúa de acuerdo a muchos factores, entre otros, el precio varía de acuerdo a las condiciones de oferta y demanda, estructura del mercado, disponibilidad de la información de los compradores y vendedores, capacidad de negociación de los agentes, etc.

La política de la empresa puede exigir que el producto (botines), que se vende cubra en su totalidad los gastos de inversión, manteniendo un fin de lucro, o que se puede bajar mediante descuentos para acaparar más el mercado.

Para poder determinar el precio analizaremos los costos de producción, los precios de la competencia, el valor que los consumidores están dispuestos a pagar considerando el margen de utilidad.

El precio de venta al público se determinará en el estudio financiero.

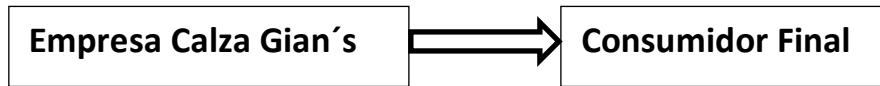
### **Plaza**

Se lo denomina al recorrido o camino que se sigue para distribuir los botines para mujer, desde su lugar de origen (fábrica), pasa por el intermediario (almacenes).hasta el consumidor final (clientes).

Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

Además se utilizará el canal directo donde el consumidor acude directamente a la fábrica para adquirir el producto (los botines para mujer).

Gráfica 30

**CANAL DE DISTRIBUCIÓN DIRECTO**

Elaborado: La Autora

**Promoción y publicidad.****Publicidad**

La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda, para la promoción de la fábrica nos valdremos de algunos medios como son los siguientes:

**Publicidad radio**

La publicidad radial será transmitida en los horarios de mayor sintonía de la ciudad de Loja, en la emisora de más sintonizada como es la Radio Centinela del Sur – La Hechicera 88.9 FM, de lunes a viernes en el programa noticiero del medio día en el horario de 12h00 am a 13h30 pm.

**Publicidad prensa escrita**

Para el efecto se contratará el diario de mayor circulación a nivel provincial, como es diario la Hora en fechas especiales como son inicio de clases,

fechas de fundación del cantón Loja, día de la madre, día de la mujer, 14 de febrero, navidad y fin de año.

### **Ejemplo de publicidad**

#### **CALZA GIANS**

Ofrece a la ciudadanía.

Una gran variedad de botines en modelos, colores y diseños únicos contamos con los mejores precios del mercado porque somos fabricantes, contamos con tecnología de última generación y con un personal altamente capacitado

Estamos ubicados en el Barrio Amable María a 300 metros del colegio Militar Lauro Guerrero en el Parque Industrial

Teléfonos 072676796 – 0983412455

Gianella Betzabeth Paladines Ch.

Propietaria

**ELABORACIÓN:** La Autora

## **Promoción**

Las promociones que se realizaran serán:

- Por temporadas especiales como inicio de clase, en mayo y diciembre daremos promociones de docenas de 13 pares (un par adicional de oferta)
- En compras superiores a los 3.000 dólares se dará el 10% de descuento en el monto total

## **ESTUDIO TÉCNICO**

### **Estudio técnico o ingeniería del proyecto**

Se conoce como estudio técnico a la fase de la formulación del proyecto de inversión, en el que buscamos diseñar técnicamente la utilización óptima de los recursos esenciales del proceso de la creación de una fábrica de botines para mujer, del recurso humano, insumos, instalaciones, equipo, herramientas de trabajo, etc.

### **Tamaño del proyecto**

Para determinar adecuadamente el tamaño del proyecto 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 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.

La fábrica ocupara una extensión de 2.500 mts<sup>2</sup>, ocupando 225 mts<sup>2</sup> para la exhibición, embodegamiento y despacho de los botines, y 2,275 mts<sup>2</sup> para la producción de los botines



### Capacidad instalada

Está determinada por el rendimiento máximo que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa.

La empresa Calza Gian's iniciará sus operaciones ofreciendo botines para mujer de las tallas de la 33 a la 40 ya que son las tallas que tienen mayor demanda según se lo demostró en el estudio de mercado. Para ofrecer el producto se tomará en consideración la maquinaria de mayor capacidad como es la máquina para el montaje del botín.

El mismo que tendrá una capacidad de producción de 8 pares de botín por hora de distinto tamaño (números), esto dependiendo del requerimiento de los clientes, lo que representa 64 pares de botín diarias, trabajando 8 horas diarias, en empresa se laborará de lunes a viernes 5 días a la semana, los 22 días del mes lo que representaría 1.408 pares de botines al mes y por los 12 meses del año dándonos un total anual de 16.896 pares de botines.

#### Cuadro 31

#### Capacidad instalada

Capacidad de la maquina montaje	promedio una hora	promedio por día	PROMEDIO MES	Impresiones Año
1	8	8	22	12
1	5	64	1.408	16.896

Elaborado: La Autora

Para determinar el porcentaje de participación de la empresa “Calza Gian’s”, se utilizó una regla de tres simple:

Demanda insatisfecha = 630.003 Botines

630.003 100%

16.896 X

$$\frac{16.896 * 100}{630.003} = 2,68\%$$

El valor a cubrir de la capacidad instalada es de 2,68%

### Participación en el mercado

Para establecer la participación que tendrá el proyecto se toma en cuenta la capacidad instalada que tiene planta productora de botines para mujer, lo que permitirá cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

**Cuadro 32**  
**Participación en el mercado**

<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>%</b>	<b>PARTICIPACIÓN MERCADO</b>
630.003	2,68	16.896
646.635	2,61	16.896
663.706	2,55	16.896
681.227	2,48	16.896
699.211	2,42	16.896
717.670	2,35	16.896
736.616	2,29	16.896
756.062	2,23	16.896
776.021	2,18	16.896
796.507	2,12	16.896

**Fuente:** Cuadro 30 y 31

**Elaborado:** La Autora

## Capacidad utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la máquina, esta capacidad está determinada por el nivel de la demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. Como se trata de un proyecto nuevo esta será inferior a la capacidad instalada y generalmente luego de transcurrir medio periodo de vida de la empresa se estabiliza y puede llegar a ser igual al de la capacidad instalada

La capacidad utilizada se incrementará en 5% anual, hasta alcanzar el nivel máximo de 95%, reservándonos un 5% de la capacidad instalada por efectos de seguridad de los equipos, mantenimiento de la planta y equipos de producción.

**Cuadro 33**  
**Capacidad utilizada**

<b>Años</b>	<b>Capacidad instalada</b>	<b>%</b>	<b>Capacidad utilizada botines</b>
2.015	16.896	75%	12.672,00
2.016	16.896	75%	12.672,00
2.017	16.896	80%	13.516,80
2.018	16.896	80%	13.516,80
2.019	16.896	85%	14.361,60
2.020	16.896	85%	14.361,60
2.021	16.896	90%	15.206,40
2.022	16.896	90%	15.206,40
2.023	16.896	95%	16.051,20
2.024	16.896	95%	16.051,20

**Fuente:** Cuadro 32

**Elaborado:** La Autora

## **Localización del proyecto**

Aquí analizaremos los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con la finalidad de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos y se obtenga la máxima ganancia.

Se tomara en consideración dos aspectos: La macrolocalización la cual consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejor condiciones para la ubicación del proyecto, en el país, en la región, espacio rural y urbano y la microlocalización, que es la determinación del punto exacto donde se ubicará la empresa en la que se hará la distribución de las instalaciones en el sitio escogido.

Tomando en consideración algunos factores que determinan la ubicación, a las que se ha denominado fuerzas localizacionales, que influyen de alguna manera en las inversiones del proyecto las mismas que serán evaluadas.

### **Macrolocalización**

La fábrica de botines para mujer, se encontrara ubicada en la Ciudad de Loja, la misma que ayudará a contribuir con el desarrollo empresarial e industrial de la ciudad de Loja, y a la vez de brindar fuentes de trabajo a aquellas personas idóneas para desarrollar el trabajo productivo como administrativo.

**Gráfico 31**  
**Mapa de Loja**



**Fuente:** Municipio de Loja

**Elaborado:** La Autora

La provincia de Loja se encuentra ubicada en el sur de la Cordillera Ecuatoriana, forma parte de la Región 7 comprendida también por las provincias de El Oro y Zamora Chinchipe.

Limita con las provincias de El Oro al oeste; con la provincia de Zamora Chinchipe al este; con la provincia del Azuay al norte; y al sur con la República del Perú.

Tiene una superficie de 11.027 km<sup>2</sup>, que en términos de extensión es similar a la de Líbano siendo la provincia más extensa de la Sierra Ecuatoriana.

Su capital es la ciudad de Loja con aproximadamente 448.966 habitantes.

### **Microlocalización**

La empresa se ubicará en el Parque Industrial de Loja, el mismo que está situado en la zona norte de la ciudad, barrio Amable María, a 300 metros del Colegio Militar Lauro Guerrero.

Cuenta con un terreno de 21,00 hectáreas, donde se implementa el proyecto. Contempla más de 109.440,00 m<sup>2</sup> de área útil, con capacidad para emplazar 133 lotes, cuyas áreas están dentro del rango de 300 a 2.500 metros cuadrados siendo un lugar amplio para la carga y descarga de materias primas, insumos y producto terminado

### **Factores de localización**

Permiten definir la localización del proyecto siendo funcional y eficiente para la fabricación del producto y atención a los clientes y proveedores.

### **Vías de acceso**

El lugar cuenta con carreteras de fácil acceso para transporte particular como transporte público, punto importante para quien desee acudir o visitar la empresa Calza Gian's.

### **Disponibilidad de materia Prima**

Se analizaron los factores que permitan un fácil acceso a la adquisición de la materia prima e insumos para la fabricación de los botines para mujer.

### **Distribución Adecuada**

Constituye la comodidad que tendría la empresa en la distribución de sus áreas de trabajo tanto administrativas como de producción.

### **Transporte y Comunicación**

Siendo un punto fundamental a ser evaluado, en el cual los clientes y proveedores puedan llegar a la planta de producción por cualquier tipo de medios de transporte

### **Servicios Básicos**

Es otro factor de importancia en la localización de la empresa, ya que la disponibilidad de servicios como agua, luz y teléfono se garantiza el buen funcionamiento de la empresa.

### **Mano de Obra**

Se refiere estrictamente a la disponibilidad de mano de obra calificada, de sus capacidades y habilidades que fortalecerán el desarrollo sustentable de la empresa.

### Posibilidad de eliminación o tratamientos de desechos

Se implementarán mecanismos adecuados para la eliminación de desechos, brindando beneficios no solo para la empresa si no para la localidad

### Método Cualitativo de localización por puntos

Con el propósito de determinar la localización más óptima para la empresa

Calza Gian´s se procede a realizar la siguiente ponderación:

**Cuadro 34**  
**Localización**

Idea de negocio/ Proyecto	Empresa Calza Gian´s						
Parroquia	Cantón	Ciudad					
<b>El Valle</b>	<b>Loja</b>	<b>Loja</b>					
Microlocalización:							
A	<b>Parque Industrial</b>						
B	<b>Terminal Terrestre</b>						
C	<b>Vía Occidental de Paso</b>						
Factores	p%	A	Puntos	B	Puntos	C	Puntos
Vías de acceso	20,00	12,00	24,00	11,00	22,00	11,00	22,00
Disponibilidad de materia Prima	10,00	10,00	10,00	9,00	9,00	8,50	8,50
Distribución Adecuada	10,00	8,50	8,50	9,00	9,00	9,00	9,00
Transporte y Comunicación	20,00	9,50	19,00	9,50	19,00	9,50	19,00
Servicios Básicos	10,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Mano de Obra	10,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Posibilidad de eliminación o tratamientos de desechos	20,00	11,00	22,00	10,00	20,00	10,00	20,00
<b>Total</b>	<b>100,00</b>		<b>98,50</b>				<b>93,50</b>

Elaborado: La Autora



Una vez obtenidos los resultados de la ponderación se ha podido determinar que el mejor lugar y que presta las mayores condiciones para que la empresa pueda operar de una manera eficiente es el Parque Industrial de Loja.

**Gráfico 37**  
**Croquis de la microlocalización**



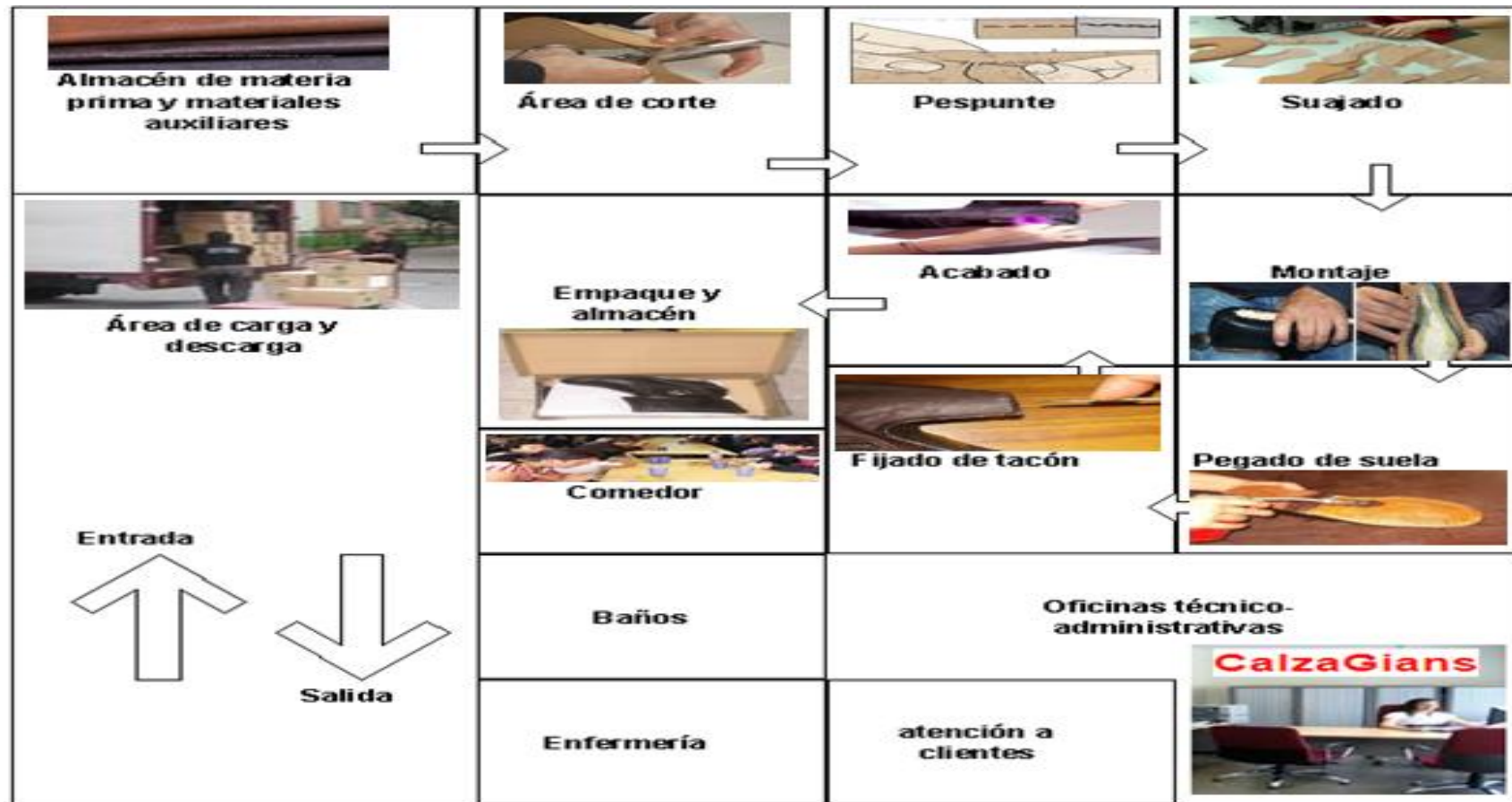
**Fuente:** Ilustre Municipio de Loja

**Elaborado:** La Autora

### **Distribución de la planta**

El diseño de la planta va de acuerdo con el proceso de fabricación y comercialización de los botines para mujer donde se debe considerar los espacios para el área de producción y almacenaje de materia prima y bodega para los productos defectuosos, semi elaborados y el producto terminado.

**Gráfica 38**  
**Distribución de la Planta**



Elaborado: La Autora

## RECURSOS HUMANOS

El recurso humano será el factor fundamental para la fabricación de los botines así como para la parte administrativa de la empresa.

**Cuadro 36**

<b>Personal</b>	
<b>Personal administrativo</b>	
1	Gerente
1	Secretaría / Contadora
<b>Mano de Obra Directa</b>	
1	Diseñador
1	Técnico de Producción
2	Obrero
<b>Mano de Obra Indirecta</b>	
1	Vendedor

**Elaborado:** La Autora

## INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos, a su vez la selección del proceso adecuado, permite definir las necesidades de los equipos y disposición en planta, las necesidades de personal, sus espacios requeridos y obras físicas que se utilizarán.

## Maquinaria y equipo

La empresa Calza Gian's tiene como objetivo ofrecer a nuestros clientes un botín para mujer hecho en Loja - Ecuador con los más altos estándares de calidad y confort, estando a la vanguardia en los diseños de moda y actualizándonos día a día con las nuevas tendencias mundiales para ello es fundamental utilizar equipos y maquinaria de última tecnología entre los que contaremos son:

### Maquinaria

#### Cortado de cuero

#### Especificaciones:

**Cuadro 37**

Modelo	FLC 1510	FLC 1813
Cantidad de cabezas láser	Uno o dos	Uno o dos
Área de trabajo (mm)	1500x1000	1800x1300
Tamaño de la tabla (mm)	1600x1200	1900x1600
Volumen (mm)	2050x2080x1100	2350x1950x1100
Función	Multi-cabeza de corte y cabeza de corte única	
Velocidad de corte (cm/min)	≤2400	
Índice de resolución	1000dpi	
Láser (W)	Tubo de vidrio 60/80/100W, tubo RF 25/50/100/200W	
Potencia bruta	1100~5000W	
Peso neto (kg)	700	800

**Fuente:** Almacén Juan ELJURI

**Gráfica 39**

Fuente: Almacén Juan ELJURI

**Máquina de pespunte cruzado para puntadas decorativas global ® os 7000 series**

### **Características**

OS 7700 P – Máquina de pespunte cruzado para puntadas decorativos de 2 agujas, que puede pespuntar funcional y decorativo tanto en calzado, maletas y morcillas como tejidos pesados como jeans, toldos, tiendas de camping y sofás. La máquina es programable y lleva 100 patrones standar.

**Gráfico 40**

Fuente: Almacén Juan ELJURI

## Máquina para el montaje del calzado

### Características

Maquina armadora de puntas de 9 pinzas

Producción 800 pares al día

Marca Poppi (Brasil)

Juego amplísimo de hormas

1 motor independiente

Medidas: 55x75x180

Potencia Total 1 cv

Peso Aprox: 200 Kg

Pulsador de parada de Emergencia.

**Gráfico 41**



Fuente: Almacén Juan ELJURI

## Máquina para fijado de tacos

### Características

Símbolos que permitirá operar la herramienta en forma más apropiada y segura.

V Voltios Voltaje (potencial)

A Amperios Corriente

Hz Hertzios Frecuencia (ciclos por segundo)

W Vatios Alimentación

Kg Kilogramos Peso

Corriente alterna Tipo de corriente

Corriente continúa Tipo de corriente

Corriente alterna o continúa Tipo de corriente

Terminal de tierra Terminal de puesta a tierra

Construcción clase II Indica aislamiento doble min Minutos Tiempos

Segundos Tiempo

Diámetro Tamaño de las brocas, galletas esmeriladoras, etc.

Velocidad sin carga Velocidad de rotación, sin carga/min Revoluciones por minuto Revoluciones, velocidad de la superficie, golpes, etc. por minuto 1, 2,3, Ajustes de la perilla selectora Ajustes de velocidad, torsión o posición.

**Gráfico 42**



**Fuente:** Almacén Juan ELJURI



## Vehículo

Una camioneta marca Mazda motor 2.200

**Gráfico 43**



Fuente: Loja Car





**Cuadro 38**

DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Maquinaria y equipos	Descripción	Cantidad	Valor
Cortado de Cuero	Tamaño de la tabla (mm)1600x12001900x1600Volumen (mm)2050x2080x11002350x1950x1100	1	6.000
Máquina de Pespunte	OS 7700 P – Máquina de pespunte cruzado para puntadas decorativos de 2 agujas	1	3.500
Máquina para Montaje	Maquina armadora de puntas de 9 pinzas, Producción 800 pares al día, marca Poppi (Brasil), 1 motor independiente	1	4.700
Máquina para fijación de Tacos	Velocidad sin carga Velocidad de rotación, sin carga./min Revoluciones por minuto Revoluciones, velocidad de la superficie, golpes, etc. por minuto 1, 2,3, Ajustes de la perilla selectora Ajustes de velocidad, torsión o posición	1	1.800
<b>Total</b>			<b>16.000</b>

Elaborado: La Autora

## Muebles y enseres




### Cuadro 39

Muebles y enseres			
Cantidad	Articulo	Características	Gráfico
4	Escritorio	Lugar de trabajo del gerente, personal administrativo y diseñador, donde se diseñan y planificar todas las políticas y actividades del restaurante	
1	Sillón Gerente	Personal para uso de gerencia para poder planificar y desarrollar las políticas a seguir de la empresa cómodamente	
1	Archivador	cuatro gavetas Se lleva registro de personal, registro de contabilidad, registros de políticas de la empresa, varios	
10	Sillas	Sillas de oficina para atender a clientes para personal administrativo como para trabajadores para reuniones	

Fuente: Comercial Rosas

## Equipo de oficina




Cuadro 40

Equipos de oficina			
Cantidad	Articulo	Características	Gráfica
1	Sumadora Casio	Para uso de los vendedores para pasar reportes de ventas y cobranza	
2	Calculadora Casio	Uso personal para la gerencia instrumento que permitirá llevar las cuentas de la empresa y su registro	
3	Teléfono Celular	Permitirá tener un contacto más directo entre la gerencia y diseñador como con el jefe administrativo uso personal solo en la empresa	
1	Cámara	Para uso tanto de gerencia como de la secretaria para perforar documentos y archivarlos	

Fuente: La Reforma

## Equipo de computación

**Cuadro 41**

Equipos de computación			
Cantidad	Articulo	Características	Gráfico
2	Computadora HP	Memoria Avant DDR-2.2 GB, Disco 320 GB, Tarjeta Fax Audif, Micro y Teclado Genius. Modem.	
1	Impresor HP	Canon. Cuenta con sistema de tinta continua y multifunciones	
1	Regulador de voltaje	<b>Regulador elevador de voltaje, 1200va/w, 10amp, 120vac mod rls-1221, avtek</b>	

Fuente: Master PC

## Herramientas

Para la fabricación de los botines se utiliza las siguientes herramientas

**Cuadro 42**

Herramientas			
Cantidad	Artículo	Características	Gráfico
6	Martillos	De acero con cabo de madera	
6	Destornillador	Planos y de estrella de acero y cabo de madera	
4	Alicates	Es de acero y las azara forradas con caucho	
8	Espátula	En metal cabo de madera sirve para poner pegamentos	
1ca	Clavos	Sirven para que permita el ensamble de los botines	
12	Brochas	Para llenar de pagamento las diferentes piezas de los botines	
48	Hormas	Sirve para dar la forma a los botines	

Fuente: Almacenes JUAN EL JURI

## Diagrama de flujo del proceso de producción

Este diagrama de procesos nos permite representar gráficamente el proceso de operación e inspección de las actividades que se realizan

**Cuadro 35**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>SIMBOLOGÍA</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
Operación		Al producir o realizar algo
Transporte		Al cambiar de lugar o mover algo
Inspección		Verificar
Demora		Retrasa proceso siguiente
Almacenaje		Al Proteger productos o materiales
Operación combinada		Al realizar una operación e inspección al mismo tiempo

**Elaborado:** La Autora

## Proceso de producción de los botines

La planta producirá una variedad de botines para mujer, aunque no es posible realizar una descripción de todos los tipos de los botines, este describe los pasos básico que envuelve la fabricación de muchas clases de modelos de botines.

## **Preparación del material**

**1.- Recepción de materia prima.** Ingresar a la bodega y se verifica que no esté defectuosa.

**2.- Traslado de M.P. a la planta de producción.** Los obreros trasladan los materiales requeridos para iniciar el proceso de producción

**3.- Recorte cara superior (pala).** Los materiales utilizados en la producción de la pala del botín serán cortados en segmentos pequeños por una máquina cortadora automática. El tamaño y la forma de cada segmento están determinados por el molde de corte. Si el material utilizado es cuero, entonces primero debe ser gastado o rebajado al grosor deseado.

**4.- Plegado y sujetado.** Antes de que sea cosido, el borde de cada segmento será plegado y sujetado o atado.

**5.- Costura.** Los segmentos plegados son cosidos para formar la pala del botín.

**6.- Puntera termoplástica.** Es diseñada para proporcionarle soporte a la punta del botín, estos son producidos e insertados por una máquina sopladora de punteras. En este punto, la pala queda lista para su montaje posterior.

**7.- Montaje.** La máquina de montaje permite un temple adecuado al botín para evitar que queden arrugados y no permitan un adecuado pegado de las plantillas

**8.- Plantilla.** Los tacos y las suelas son comprados de suministros externos. El tacón es cementado, cubierto con un levantador de tacón, luego sellado con un levantador de planta. Finalmente, el taco es cementado con la planta.

**9.- Horma.** La plantilla es clavada a la horma y el reverso de la pala es moldeado a la forma de la horma por una máquina diseñada especialmente para esa finalidad. La pala es colocada en la horma y armada por esta máquina.

**10.- Formado.** La suela es cementada a la pala usando un pegamento de alta resistencia y colocada en un calentador. La suela es prensada para asegurar el proceso de sellado en la máquina pegador de suelas.

**11.- Colocación y empaque.** El botín es enfriado y removido de la horma. Luego, el taco es clavado en este con una máquina.

**12.- Acabado.** Se inserta una placa es insertada en el botín.

**13.- Inspección.** Cualquier hilo u otro material de desecho son obtenidos por un soplador de aire caliente. Las agujetas y las plantillas son colocadas en los botines. Un detector de metales es usado para encontrar agujas que han podido permanecer durante el proceso de manufactura.

**14.- Etiquetado.** Se procede a etiquetar los botines con la marca de la fábrica Calza Gian's

**15.- Empaque.** El botín es limpiado e inspeccionado para encontrar algún defecto y finalmente empaquetarlo en cajas de cartón

**16.- Almacenado.** Luego es trasladado hasta la bodega hasta su comercialización.



Cuadro 36

## Flujo grama del proceso productivo

N°	Proceso	○	⇒	D	□	▽	⊗	Tiempo	Unidades Por día
	Inicio								
1	Recepción de materia prima							10	Se producirán 40 pares de botín por día
2	Traslado de M.P. a la planta de producción							15	
3	Recorte cara superior (pala)							25	
4	Plegado y sujetado							30	
5	Costura							20	
6	Puntera termoplástica							15	
7	Montaje							90	
8	Plantilla							30	
9	Horma							60	
10	Formado							60	
11	Colocación y empaque							20	
12	Acabado							25	
13	Inspección							35	
14	Etiquetado							20	
15	Empaque							10	
16	Almacenado							15	
<b>Total</b>								<b>480</b>	

Fuente: Ingeniería del proyecto

Elaborado: La Autora

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Hace referencia a los aspectos organizativos y legales necesarios que permitirán la implementación y funcionamiento de la empresa en forma eficaz para alcanzar sus propósitos. En especial se determinan los recursos humanos y materiales, así como los procesos y mecanismos de funcionamiento administrativo y organizativo.

### **Organización Legal**

Según la Constitución Política de la República la Ley de Compañías, en afinidad con las demás leyes que regulan las actividades empresariales en el Ecuador, la empresa para la Producción y Comercialización de botines para mujer, se conformará como Sociedad Anónima, la misma que debe cumplir con todas las disposiciones legales para la constitución, organización y funcionamiento.

### **Constitución**

Dentro del marco legal vigente en el Ecuador una empresa para constituirse como tal debe contar con los siguientes documentos:

1. Minuta de constitución de la empresa autorizado por un abogado colegiado.
2. Escritura pública registrada ante notario.

3. Inscripción en el Registro Mercantil de la ciudad de Loja.
4. Registro Único de Contribuyentes (RUC) a nombre de la empresa.
5. Autorización para la emisión de comprobantes de venta, otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI)

### **Requisitos**

Generalmente para lograr la constitución de la empresa los requisitos son los siguientes:

1. Para empresa de sociedad anónima, tres fotocopias del nombramiento del titular de la empresa. Una copia del registro de cada accionista.
2. Una fotocopia de cédula de identidad del (la) cónyuge de cada accionista en caso de aportar bienes al capital social.
3. Número de los accionistas.
4. Indicar el monto de las acciones; el aporte de los accionistas puede ser en bienes o en efectivo. Cuando se aporta bienes, será a través de una Declaración Jurada se debe detallar datos técnicos, marca, color, número de serie u otro detalle y atribuirles un valor en moneda vigente en nuestro país el mismo que es el dólar. Si el aporte es en efectivo, después de obtener la Minuta de Constitución, se hace el depósito en un banco a nombre de la empresa; luego se presenta el certificado de depósito respectivo.

5. Se debe indicar el nombre que se le quiere asignar a la empresa “Calza Gian´s”, verificando previamente en los registros públicos que no exista otra empresa con el mismo nombre.
6. El domicilio de la empresa será en el cantón y ciudad de Loja a 4,5 km. de distancia del centro de la ciudad, en el parque industrial.
7. Las actividades que desarrollará la empresa son las de producción y comercialización de botines para mujer
8. Finalmente, se debe adjuntar el nombre y el número del RUC de la imprenta donde se elaborará los comprobantes de pago pre enumerado para realizar fácilmente el control.
9. La minuta debe estar firmada por todos los accionistas en el caso de aportantes casados, también firma él o la cónyuge.
10. La autorización del abogado (firma, sello y N° de colegiatura).
11. Si se actúa con representante, debe anexarse el poder mediante carta notarial.
12. Acreditar la búsqueda del nombre en los registros públicos, de tal manera que no se tome el nombre de una empresa preexistente.

### **Contenido de la Minuta**

La escritura de constitución será legalizada por los dos accionistas, por sí o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

- **Generales de Ley.-** Nombre completo de los socios, nacionalidad, estado civil, número de cédula de identidad y Domicilio. En caso de ser

casado, nombrar las generales de ley del (o de la) cónyuge, el mismo que interviene en la minuta.

• **Estatuto de la Sociedad.-** Debe constar la siguiente información:

a) Denominación, objetivo social, duración y domicilio.

b) Capital social y acciones o participaciones.

• Número de acciones o participaciones.

• Valor nominal de las acciones.

• Suscripción de participaciones por accionista.

• Valor total del capital social.

• Participaciones pagadas por lo menos en un 25% cada una.

c) Órganos de la Sociedad.

Si se trata de una Sociedad anónima existe Junta General de Accionistas y Gerencia. Adicionalmente, en el estatuto deben quedar claramente definidos las relaciones entre los accionistas, los procedimientos y motivos para modificar los estatutos, la preparación del Balance General y distribución de utilidades, la separación y exclusión de los accionistas, disolución y liquidación de la Sociedad, finalmente las disposiciones transitorias.

### **Pasos para iniciar la Constitución**

➤ Reunión de postulantes a la sociedad.

➤ Definir objetivos y actividades principales de la empresa, fijar el número de accionistas fundadores, domicilio legal, local, otros.

➤ Definir el monto del capital social, el número de acciones por cada

inversionista (si es en efectivo o en bienes), el banco donde será depositado.

- Nombrar al Gerente.
- Levantar acta de constitución de la empresa, firma de accionistas reunidos.
- Iniciar trámites correspondientes ante Notario, Registro Público, otros.

En el Acta Constitutiva, es importante destacar los siguientes puntos:

#### **a) Razón Social**

La razón social debe ir seguida de las siglas "S.A." La ley no permite adoptar el nombre de una sociedad preexistente. De acuerdo al Art. 137 numeral 2 del de la Ley de Compañías, la Razón Social de la Empresa es "Calza Gian's S.A."

#### **b) Objeto Social**

El objeto social de la Compañía, es la producción y comercialización de botines para mujer.

#### **c) Plazo de Duración**

La empresa tendrá un plazo de duración de 10 años de vida útil desde el momento de su constitución.

## **Organización administrativa**

En la organización administrativa se debe tomar en cuenta el tiempo 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 a realizar.

## **Niveles administrativos**

Es prioritario diseñar el modelo de estructura administrativa, que identifique los niveles que tienen a su cargo la administración legislativa, ejecutiva, asesor, operativa y de apoyo dentro de la empresa.

## **Nivel Legislativo**

Corresponde al primer nivel jerárquico y está integrado por los dueños de la empresa, que tomarán el nombre de Junta General de Accionistas y está representado por el Presidente, su función es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

### **Nivel Ejecutivo**

Es el segundo nivel de autoridad dentro de la empresa, está conformado por el Gerente – Administrador que es nombrado por la Junta General de accionistas, se encarga de ejecutar las políticas dictaminadas por el nivel legislativo. Su función es Planear, orientar, dirigir e interpretar planes, programas y todas las demás actividades que le fueren encomendadas.

### **Nivel Asesor**

En la empresa se contará con un asesor jurídico el mismo que será temporal o Adhoc, se encargará de orientar las situaciones de carácter laboral y judicial.

### **Nivel Auxiliar o de Apoyo**

Este nivel brinda ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios en forma oportuna y eficiente

### **Nivel Operativo**

Es el elemento humano que está relacionado directamente con todo el proceso productivo tiene que ver con las tareas asignadas así como el cumplimiento de metas fijadas por la empresa.

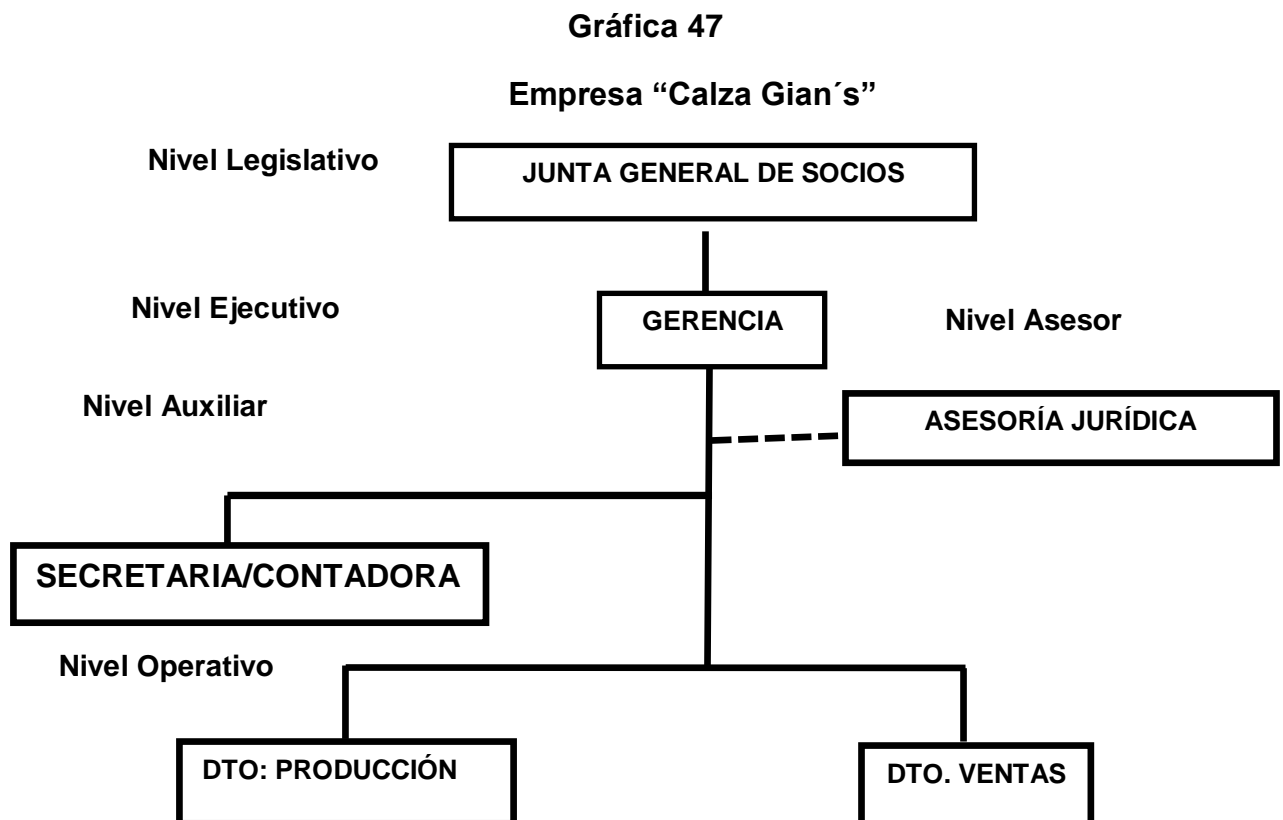


## Organigramas

Son representaciones gráficas de las relaciones jerárquicas existentes entre los departamentos, unidades de negocio o personas que integran la organización. La empresa contará con un organigrama de fácil acceso para el personal, de tal manera que se simplifiquen de las responsabilidades, facilitando la gestión interna y externa.

### Organigrama estructural

En el organigrama estructural la representación gráfica comprende la distribución de las funciones, puestos, áreas y relaciones de una empresa

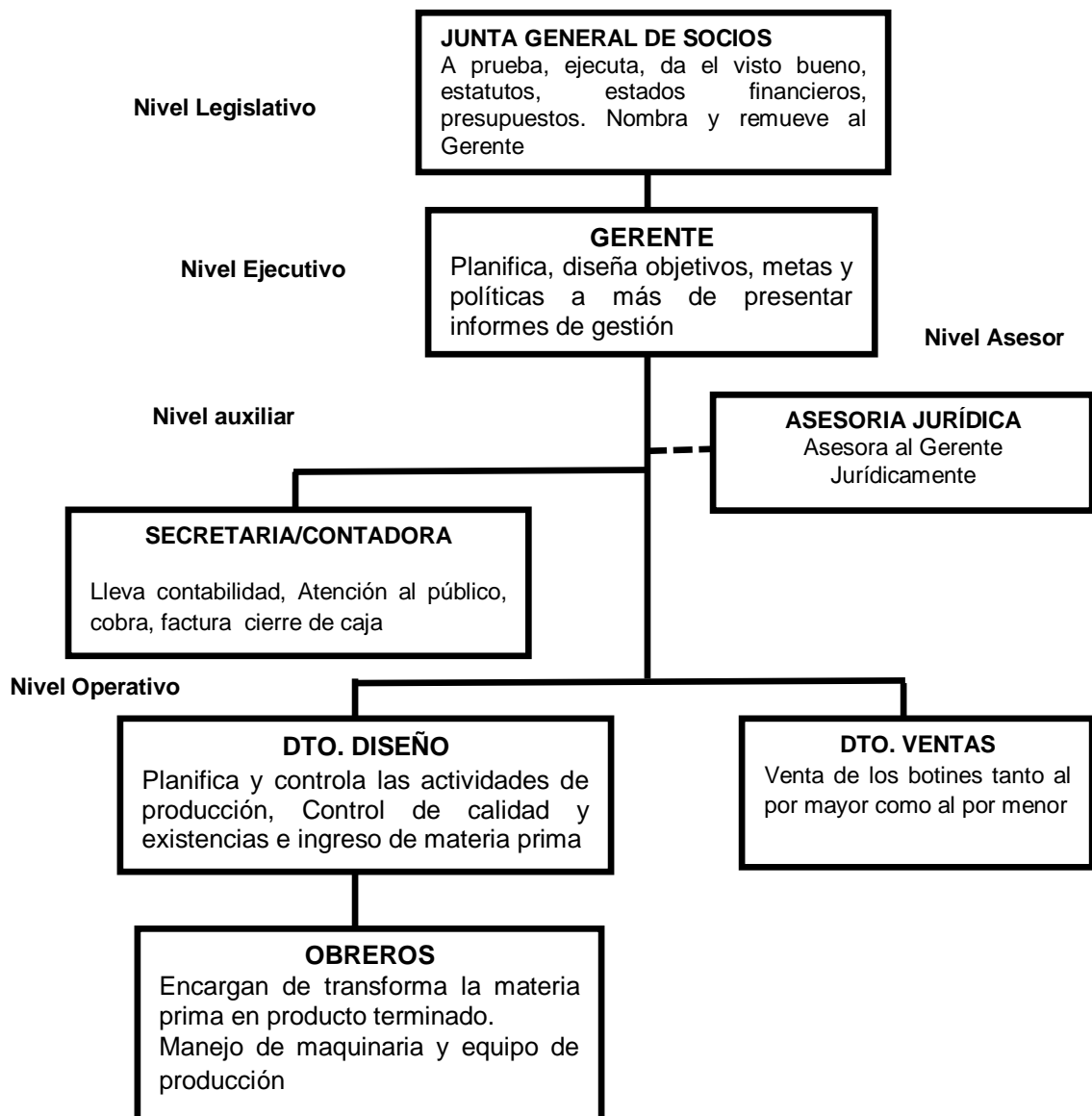


Elaborado: La Autora

## Organigrama funcional

En el organigrama funcional indica la manera como está distribuida la responsabilidad de cada función en las áreas de la empresa

**Gráfica 48**  
**Empresa "Calza Gian's"**

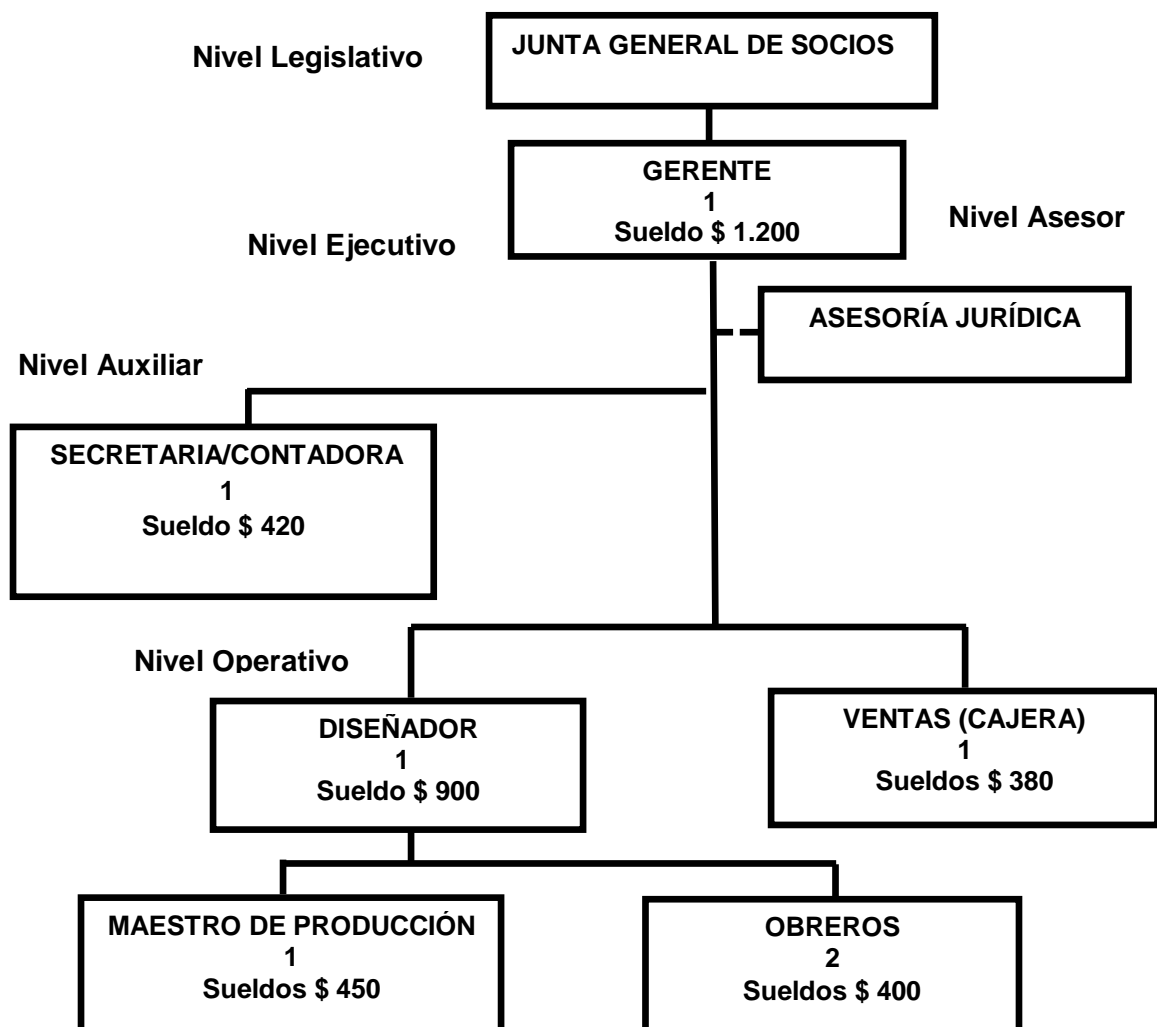


Elaborado: La Autora

## Organigrama posicional

Representación gráfica de todas las unidades administrativas de una organización y jerarquía o dependencia.

**Gráfica 49**  
**Empresa "Calza Gian's"**



Elaborado: La Autora.

## Manual de Funciones

Se conoce como manual de funciones, al conjunto de todos los perfiles de los puestos existentes en la empresa, detallando por escrito la organización formal a través de la descripción de los objetivos, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen su estructura. Además, debe contener una información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo
- Tareas principales, tareas secundarias.
- Responsabilidades
- Requerimientos para el puesto

Esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo. A continuación se presenta la descripción y especificación de los puestos creados para el funcionamiento adecuado de la empresa.

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>TÍTULO DE PUESTO:</b> Gerente	
<b>CÓDIGO:</b> 01	<b>NUMERO DE SUBORDINADOS</b> personas
<b>NATURALEZA DE TRABAJO:</b> Planificar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar la producción y buen desempeño de la empresa y revisar reportes diarios del personal a su cargo	
<b>TAREAS TÍPICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cumplir y hacer cumplir las decisiones de los niveles superiores</li> <li>➤ Cumplir con las disposiciones dadas por el directorio e informar sobre la marcha de las mismas.</li> <li>➤ Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial.</li> <li>➤ Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compras de materia prima.</li> <li>➤ Tramitar ordenes, controles, realizar cheques y demás documentos que el reglamento lo autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento.</li> <li>➤ Organizar cursos de capacitación para personal que labora en la empresa.</li> <li>➤ Presidir asambleas y reuniones.</li> <li>➤ Tomar decisiones.</li> <li>➤ Revisar los documentos.</li> <li>➤ Delegar responsabilidades</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El puesto, requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de las funciones.</li> <li>• Establecer buenas relaciones interpersonales con todo el personal de la empresa y público en general.</li> <li>• Actúa con independencia, usando su criterio para la toma de decisiones y solución de problemas relacionados con su cargo.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <b>Educación:</b> Título de Ingeniero Comercial. <b>Experiencia:</b> Experiencia mínima de dos años en puestos similares. <b>Cursos:</b> Comercio Nacional e Internacional, Régimen Aduanero.	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO:</b> <b>Riesgos:</b> Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
<b>ESFUERZO:</b> <b>Físico:</b> Esfuerzo mínimo para realizar su trabajo. <b>Mental:</b> Atención intensa en periodos cortos.	

Elaboración: La Autora

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>TÍTULO DE PUESTO:</b> Asesor Jurídico	
<b>CÓDIGO:</b> 02	<b>NUMERO DE SUBORDINADOS:</b> Ninguna
<b>NATURALEZA DE TRABAJO:</b> Comunicar, aconsejar y asesorar sobre asuntos legales de la empresa	
<b>TAREAS TÍPICAS:</b> El puesto requiere de conocimientos sólidos en el área legal, su labor está encaminada a la solución y asesoramiento	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesorar e informar sobre proyectos en materia jurídica.</li> <li>• Representar conjuntamente con el gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.</li> <li>• Ejercer la defensa judicial en todo proceso que requiera la empresa.</li> <li>• Sugerir al Gerente sobre cualquier asunto de forma legal.</li> <li>• Participar en procesos contractuales.</li> <li>• Participar en reuniones de Junta de Socios.</li> <li>• Mantener una autoridad funcional y tener una participación eventual en la empresa.</li> <li>• Cuidar que la ejecución de las tareas se desarrolle en un marco disciplinario, garantizando que se ajuste a las normas legales vigentes.</li> <li>• Facilitar adecuadamente toda la información que sustente cada uno de los conflictos judiciales a su cargo, para que estos puedan ser archivados y custodiados.</li> <li>• Todos los demás que asignaren los inmediatos superiores</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <b>Educación:</b> Doctor en Jurisprudencia. <b>Experiencia:</b> Un año de ejercer esta práctica profesional. <b>Cursos:</b> En derecho Laboral, convenios comerciales.	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO:</b> <b>Riesgos:</b> Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
<b>ESFUERZO:</b> <b>Físico:</b> Esfuerzo mínimo para realizar su trabajo. <b>Mental:</b> Atención intensa en periodos cortos.	
Elaboración: La Autora	

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>TÍTULO DE PUESTO:</b> Secretaria Contadora	
<b>CÓDIGO:</b> 03	<b>NUMERO DE SUBORDINADOS:</b> Ninguna
<b>NATURALEZA DE TRABAJO:</b> Realizar labores propias de la secretaria y brindar asistencia directa a las autoridades y público en general.	
<b>TAREAS TÍPICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Proporcionar información oportuna y adecuada tanto a los clientes internos como externos</li> <li>➤ Revisar y liquidar documentos contables.</li> <li>➤ Entregar reportes permanentes a su inmediato superior tanto en lo que se refiere a labores secretariales como contables.</li> <li>➤ Atender a clientes, proveedores y otros, tanto personalmente como por vía telefónica.</li> <li>➤ Dominar la redacción y buena ortografía en documentos y comunicaciones de la empresa.</li> <li>➤ Controlar y ejecutar pagos de nómina y otros.</li> <li>➤ Mantener un archivo activo y pasivo de la documentación de la empresa de forma ordenada y clasificada.</li> <li>➤ Elaborar roles de pago</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones.</li> <li>➤ Establecer buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general y además, debe ser una persona honesta y responsable.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <b>Educación:</b> Título de Licenciada en Contabilidad y auditoría, Contador Público Auditor. <b>Experiencia:</b> Experiencia de dos años en puestos similares. <b>Cursos:</b> Relaciones Humanas y Laborales.	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO:</b> <b>Riesgos:</b> Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
<b>ESFUERZO:</b> <b>Físico:</b> Esfuerzo mínimo para realizar su trabajo. <b>Mental:</b> Atención intensa en periodos cortos.	

**Elaboración:** La Autora

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>TÍTULO DE PUESTO:</b> Diseñador	
<b>CÓDIGO:</b> 04	<b>NUMERO DE SUBORDINADOS:</b> Ninguno
<b>NATURALEZA DE TRABAJO:</b> Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento del departamento de diseño a su cargo	
<b>TAREAS TÍPICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores</li> <li>➤ Control de inventarios.</li> <li>➤ Realizar diseños publicitarios</li> <li>➤ Realizar inventarios de materia prima e insumos, para evitar desabastecimiento.</li> <li>➤ Supervisar la entrega y recepción de implementos de su departamento</li> <li>➤ Revisar los egresos del producto</li> <li>➤ Establecer sistemas de medidas, de tiempos y movimientos para efectivizar al máximo su producción.</li> <li>➤ Realizar un control de calidad del producto</li> <li>➤ Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos de producción</li> <li>➤ Controlar el ingreso y salida del personal</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</b>  Este puesto se caracteriza por la responsabilidad de supervisar y controlar las existencias de materias primas y el cuidado de las mismas para evitar paralizaciones de actividades.	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <b>Título:</b> De tercer nivel Diseñador Gráfico. <b>Capacitación:</b> Manejo de personal, paquetes informáticos y Relaciones Humanas <b>Experiencia:</b> Mínima 1 años en puestos similares.	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO:</b> <b>Riesgos:</b> Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
<b>ESFUERZO:</b> <b>Físico:</b> Gran esfuerzo físico para realizar su trabajo. <b>Mental:</b> Atención intensa en periodos medianos.	
<b>Elaboración:</b> La Autora	



<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>TÍTULO DE PUESTO:</b> Vendedor	
<b>CÓDIGO:</b> 05	<b>NUMERO DE SUBORDINADOS:</b> Ninguna
<b>NATURALEZA DE TRABAJO:</b> Ejecutar el proceso de comercialización y venta del producto	
<b>TAREAS TÍPICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realizar contratos de ventas vía telefónica y bajo pedido de los posibles consumidores locales o interprovinciales.</li> <li>➤ Realizar pronósticos de ventas, manteniendo estrecha relación con el departamento de diseño, para informar a clientes de nueva tecnología en los diseños</li> <li>➤ Participar en el diseño de estrategias de comercialización.</li> <li>➤ Receptar los pedidos y comunicar a producción.</li> <li>➤ Ejecutar la entrega oportuna de los pedidos correspondientes.</li> <li>➤ Presentar reportes de ventas y depósitos de ingresos a contabilidad.</li> <li>➤ Participar en el diseño de publicidad y propaganda.</li> <li>➤ Otras que determinen sus superiores.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Imagen intachable</li> <li>➤ Responsabilidad y puntualidad</li> <li>➤ Cordialidad y amabilidad en la atención</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <b>Educación:</b> Título de Bachiller. <b>Experiencia:</b> Mínimo 2 años. <b>Cursos:</b> Promoción y Ventas, Atención al Cliente	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO:</b> <b>Riesgos:</b> Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
<b>ESFUERZO:</b> <b>Físico:</b> Esfuerzo mínimo para realizar su trabajo. <b>Mental:</b> Atención intensa en periodos cortos.	
<b>Elaboración:</b> La Autora	

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>TÍTULO DE PUESTO:</b> Técnico de Producción	
<b>CÓDIGO:</b> 06	<b>NUMERO DE SUBORDINADOS:</b> Ninguna
<b>NATURALEZA DE TRABAJO:</b> Cumplir y hacer cumplir las cuotas de producción.	
<b>TAREAS TÍPICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Controlar el ingreso del personal.</li> <li>➤ Registrar en la bitácora el ingreso y salida de personal, así como también el movimiento de materiales.</li> <li>➤ Elaboración de guías – recepción de materiales.</li> <li>➤ Controlar la producción que no salga defectuosa</li> <li>➤ Enseñar al nuevo personal las técnicas de producción</li> <li>➤ Mantener activo al personal de producción de la empresa.</li> <li>➤ Informar a sus superiores acontecimientos que atenten con la mala práctica laboral de la empresa.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Se caracteriza por tener autoridad funcional más no de mando, y que cumple con las funciones encomendadas a él y no toma decisiones.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <b>Educación:</b> Título de Bachiller. <b>Experiencia:</b> Mínimo 2 años en cargos similares. <b>Cursos:</b> Relaciones Humanas y manejo de personal	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO:</b> <b>Riesgos:</b> Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
<b>ESFUERZO:</b> <b>Físico:</b> Esfuerzo mínimo para realizar su trabajo. <b>Mental:</b> Atención intensa en periodos cortos.	

**Elaboración:** La Autora

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>TÍTULO DE PUESTO:</b> Obreros	
<b>CÓDIGO:</b> 07	<b>NUMERO DE SUBORDINADOS:</b> Ninguna
<b>NATURALEZA DE TRABAJO:</b> Organizar y realizar labores de producción y mantenimiento de la maquinaria de producción.	
<b>TAREAS TÍPICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cumplir con las disposiciones emanadas por los superiores.</li> <li>➤ Cumplir con las cuotas de producción.</li> <li>➤ Recepción de la Materia Prima e insumos.</li> <li>➤ Clasificación de materiales.</li> <li>➤ Control de inventarios.</li> <li>➤ Realizar el control permanente de la calidad de los materiales para su correcto trabajo.</li> <li>➤ Mantener información correcta y oportuna de materia prima, para evitar desabastecimiento.</li> <li>➤ Vigilar el proceso productivo.</li> <li>➤ Operar la maquinaria bajo su cargo.</li> <li>➤ Evitar desperdicios de materiales e insumos.</li> <li>➤ Mantener limpia su área de trabajo.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El puesto requiere de gran responsabilidad, habilidad, destrezas y discreción en el desarrollo de sus funciones.</li> <li>➤ Establecer buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <b>Educación:</b> Título de Bachiller. <b>Experiencia:</b> Mínimo 1 años en cargos similares. Cursos: Relaciones Humanas.	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO:</b> <b>Riesgos:</b> Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
<b>ESFUERZO:</b> <b>Físico:</b> Esfuerzo mínimo para realizar su trabajo. <b>Mental:</b> Atención intensa en periodos cortos.	

**Elaboración:** La Autora

## **ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero se refiere a la factibilidad económica del proyecto, cuyo objetivo es determinar el costo total de la operación de la empresa, las mismas que tienen que ver con:(las funciones de producción, administración y ventas), mediante la elaboración de cuadros analíticos y una serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, la evaluación financiera, permitirá determinar su rentabilidad.

Permite determinar contablemente, la magnitud de la inversión que se determinó en el Estudio Técnico, integrándose con el control de los presupuestos, de ingresos y gastos, así como la determinación de las fuentes de financiamiento que se requerirán durante la instalación y operación de la empresa.

### **Inversiones**

Los recursos propios de los inversionistas y los recursos de terceros (préstamos) constituyen las fuentes para financiar el proyecto. La estructura de inversiones del presente proyecto se ha desglosado en activos fijos, activos diferidos y capital de operación o de trabajo.

### **Activos Fijos**

Los activos fijos, son los bienes que tendrá la empresa para la producción y comercialización de botines para mujer, permitiendo que la empresa brinde un

producto de calidad y a bajo precio, estos activos lo constituyen todas las inversiones que se encuentran sujetas a depreciación.

Entre los activos fijos que se utilizarán para la operación normal del proyecto tenemos:

### **Terreno**

La distribución de la planta, para poner en marcha sus actividades productivas y administrativas requiere de un terreno de 2.500 m<sup>2</sup>, de conformidad con las necesidades que se requiere como espacio físico, además son las dimensiones de los terrenos del parque industrial. En el cuadro siguiente se indica los detalles del costo del terreno.

**Cuadro 37**

#### **Inversión en Terreno**

<b>Descripción</b>	<b>Área</b>	<b>Precio m2</b>	<b>Valor Total</b>
Terreno	2.500	15	37.500
<b>Total</b>			37.500

**Fuente:** Ilustre Municipio de Loja

**Elaborado:** La Autora

## Edificaciones

Las construcciones y adecuaciones comprenden: construcción de Instalaciones para el área administrativa, bodegas, vivienda para el guardián, parqueadero, hangar industrial y cerramientos. En la construcción de las edificaciones se utilizará estructuras mixtas de pambil (madera) y hormigón, para determinar los costos por construcción e instalaciones se utilizó los precios referenciales por metro cuadrado de la Cámara de Construcciones de Loja, lo cual suman un valor de \$ 50.900

**Cuadro 38**

### Inversión en Edificaciones

Detalle	Área	Precio m <sup>2</sup>	Valor Total
Área Administrativa	60	40	2400
Bodega	200	20	4000
Vivienda Guardián	80	20	1600
Parqueadero	40	10	400
Hangar Industrial	500	35	17500
Cerramiento	2.500	10	25000
<b>Total</b>			<b>50.900</b>

**Fuente:** Cámara de construcción de Loja

**Elaborado:** La Autora

## Maquinaria y equipos

El precio de los equipos se obtuvo mediante proformas obtenidas en empresas que se dedican a la venta de maquinaria para la fabricación de botines, lo que se describe en el siguiente cuadro:

**Cuadro 39****Inversión en Maquinaria y Equipos**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Corta de Cuero	1	6.000	6.000
Máquina de Pespunte	1	3.500	3.500
Máquina para Montaje	1	4.700	4.700
Máquina para fijación de Tacos	1	1.800	1.800
<b>Total</b>			<b>16.000</b>

**Fuente:** Almacén JUAN ELJURI

**Elaborado:** La Autora

**Vehículos**

Servirá para el abastecimiento del sistema productivo y de comercialización, ocasionalmente será usado por la gerencia, se adquirirá un vehículo, cuyas características son las siguientes:

**Cuadro 40**  
**Inversión en Vehículos**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
vehículo	1	18.000	18.000
<b>Total</b>			<b>18.000</b>

**Fuente:** Vehículos Eddy Car

**Elaborado:** La Autora

**Equipos de Producción**

Para el buen funcionamiento de las actividades empresariales se requiere de herramientas que permitan la optimización del proceso productivo.

**Cuadro 41**  
**Equipos de Producción**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Martillos	6	4,00	24,00
Destornillador	6	3,00	18,00
Alicates	4	4,00	16,00
Espátula	8	1,00	8,00
Clavos	1eq	50,00	50,00
Brochas	12	0,50	6,00
Hormas	48	6,00	288,00
<b>Total</b>			<b>410,00</b>

**Fuente:** Almacén JUAN ELJURI

**Elaborado:** La Autora

### **Muebles y enseres**

El detalle del mobiliario de planta considerando el proceso de producción a efectuarse es el siguiente:

**Cuadro 42**  
**Inversión en Muebles y Enseres**

<b>Muebles y Enseres</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorio	4	220,00	880,00
Sillón Gerente	1	120,00	120,00
Archivador	1	70,00	70,00
sillas	10	15,00	150,00
<b>Total</b>			<b>1.220,00</b>

**Fuente:** Comercial Daniel

**Elaborado:** La Autora

### **Equipo de oficina**

En los quipos de oficina constan todos los implementos que se requerirán y facilitaran el desarrollo de las actividades administrativas tanto técnicas como operacionales para el buen desarrollo de la empresa y la contabilidad.



**Cuadro 43**  
**Inversión en Equipos de Oficina**

<b>Equipos de Oficina</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Sumadora Casio	1	65,00	65,00
Calculadora Casio	2	15,00	30,00
Teléfono Celular	3	40,00	120,00
Cámara	1	180,00	180,00
<b>Total</b>			<b>395,00</b>

**Fuente:** La Reforma  
**Elaborado:** La Autora

### **Equipo de computación**

El sistema computarizado para desarrollar las actividades administrativas son las siguientes.

**Cuadro 44**  
**Inversión en Equipos de Cómputo**

<b>Equipo de Computación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Computadora HP	2	1.200,00	2.400,00
Impresor HP	1	100,00	100,00
Regulador de voltaje	1	80,00	80,00
<b>Total</b>			<b>2.580,00</b>
Reinversión			860,00
<b>Total</b>			<b>3.440,00</b>

**Fuente:** Master PC.  
**Elaborado:** La Autora

Cuadro 45

## Resumen de Depreciaciones

Descripción	valor	% Deprec.	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación Anual
Terreno	37.500,00	20%	1.875,00	20	1.781,25
Edificación	50.900,00	5%	2.545,00	20	2.417,75
Maquinaria y Equipos	16.000,00	10%	1.600,00	10	1.440,00
Vehículo	18.000,00	20%	3.599,99	5	2.879,99
Equipos de Producción	408,00	10%	40,80	10	36,72
Muebles y Enseres	1.220,00	10%	122,00	10	109,80
Equipos de Oficina	395,00	10%	39,50	10	35,55
Equipo de Computación	3.440,00	33%	1.146,63	3	764,42
<b>Total</b>	<b>127.863,00</b>		<b>10.968,92</b>		<b>9.465,48</b>

Fuente: Tabla SRI.

Elaborado: La Autora

## Imprevistos

Por lo general todo presupuesto tiene un margen de error por razones de la fluctuación de los precios y cambios que se dan, razón por la cual es conveniente incluir un rubro de imprevistos. Para el proyecto se utiliza el 5 % para imprevistos.

Cuadro 46

## Resumen de Inversiones en Activos Fijos

INVERSIONES	TOTAL
Terreno	37.500,00
Edificación	50.900,00
Maquinaria y Equipos	16.000,00
Vehículo	18.000,00
Equipos de Producción	408,00
Muebles y Enseres	1.220,00
Equipos de Oficina	395,00
Equipo de Computación	3.440,00
<b>Sub Total</b>	<b>127.863,00</b>
Imprevistos 5%	6.393,15
<b>Total</b>	<b>134.256,15</b>

Elaborado: La Autora

## Activos diferidos

Estas inversiones se las realiza sobre activos intangibles, constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los costos de elaboración del proyecto, marcas y registros de patente, organización como puesta en marcha e imprevistos.

Los principales ítems en esta inversión, son: gastos de organización, patentes y licencias, gastos de la puesta en marcha, capacitación, base de datos y los sistemas de información pre operativos.

**Cuadro 47**

### Inversión en Activos Diferidos

<b>Inversiones</b>	<b>Total</b>
Elaboración del proyecto	1.400,00
Constitución de la Empresa	800,00
Patentes y Marcas	150,00
Puesta en Marcha	200,00
<b>Sub total</b>	<b>2.550,00</b>
Imprevistos 5 %	127,50
<b>Total</b>	<b>2.677,50</b>

Elaborado: La Autora

## Activos circulantes o capital de trabajo

Se entiende al capital de trabajo a aquellos recursos que son necesarios para el proceso de producción del proyecto durante un ciclo productivo, siendo estos: materia prima directa, mano de obra directa, costos generales

de producción, gastos de administración y ventas e imprevistos, rubros que se requieren para el funcionamiento de un ciclo de producción de un mes

Valores que se determinan de los presupuestos anuales divididos para tres ciclos de producción que se realizan en un año, sin considerar las depreciaciones, amortizaciones de los activos diferidos ni los intereses del crédito; ya que son valores reales y efectivos que se necesitan para el primer periodo de funcionamiento de la fábrica de botines para mujer.

### **Materia prima directa**

La materia prima que se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados se clasifica como Materia Prima Directa (MPD) y pasa a ser el primer elemento del costo de producción a demás está relacionada con la capacidad de la planta.

Se procede hacer el cálculo para los costos de la materia prima directa de los 12.672 pares de botines que se fabrican al año trabajando ocho horas diarias los cinco días de la semana produciendo 64 pares diarios a un costo unitario de 11,15 en lo correspondiente a la materia prima directa y para los 12.672 pares a un costo de que es al primer año es de 84.436,00 dólares.

**Cuadro 48**  
**Materia Prima Directa**

<b>Materia Prima Directa</b>	<b>Unidad de peso</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio mensual</b>	<b>precio Anual</b>	<b>Cantidad anual pares de botín</b>
Cuero natural	Pies	3,25	1.430,00	17.160,00	6.336,00
Gamuza	Pies	2,50	1.100,00	13.200,00	6.336,00
Planta Calzado	Pares	1,90	1.672,00	20.064,00	12.672,00
Cartón Polímero	Plancha	0,30	264,00	220,00	12.672,00
Contra fuerte	metro	0,50	440,00	5.280,00	12.672,00
Hilo	Rollo	0,20	176,00	2.112,00	12.672,00
Pintura	Litro	0,30	264,00	3.168,00	12.672,00
Hebillas	Par	0,15	132,00	1.584,00	12.672,00
Cambrela	Par	1,80	1.584,00	19.008,00	12.672,00
Cierres	par	0,25	220,00	2.640,00	12.672,00
<b>Total</b>		<b>11,15</b>	<b>7.282,00</b>	<b>84.436,00</b>	

Elaborado: La Autora

### Proyección de materia prima directa.

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

**Cuadro 49**  
**Proyección de materia prima directa**

<b>AÑOS</b>	<b>Proyecciones 3,53%</b>
1	84.436,00
2	87.416,59
3	90.502,40
4	93.697,13
5	97.004,64
6	100.428,90
7	103.974,04
8	107.644,33
9	111.444,17
10	115.378,15

Elaborado: La Autora

### Mano de obra directa

Se toma como mano de obra directa, al recurso humano que interviene directamente en la elaboración de la materia prima para la transformación del producto

**Cuadro 50**  
**Mano de Obra Directa**

<b>Mano de Obra Directa</b>	<b>DISEÑADOR</b>	<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>	<b>OBREROS</b>
Sueldo Básico	900,00	450,00	400,00
Décimo Tercero	75,00	37,50	33,33
Décimo Cuarto	30,50	30,50	30,50
Vacaciones	37,50	18,75	16,67
Aporte patronal 11,15%	100,35	50,18	44,60
Fondos de Reserva 8,33%	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>1.143,35</b>	<b>586,93</b>	<b>525,10</b>
Número de obreros	1,00	1,00	2,00
Total mensual	1.143,35	586,93	1.050,20
<b>Total Anual</b>	<b>13.720,20</b>	<b>7.043,10</b>	<b>12.602,40</b>
<b>Total de Sueldos</b>	<b>33.365,70</b>		

Fuente: Inspectoría de Trabajo

Elaborado: La Autora

El rubro que se asignará para mano de obra directa al primer mes es de \$ 2.780,48; y en el primer año ascenderá a 33.365,70 dólares, valores que corresponden al sueldo del personal operativo.

### Proyección de la mano de obra directa

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2.015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador, a más se incrementa desde el segundo año los fondos de reserva que es de 145,78 dólares.

**Cuadro 51**  
**Proyección Mano De Obra Directa**

<b>AÑOS</b>	<b>Proyecciones 3,53%</b>
1	33.365,70
2	34.694,43
3	35.919,14
4	37.187,09
5	38.499,79
6	39.858,84
7	41.265,85
8	42.722,54
9	44.230,64
10	45.791,98

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** La Autora

### **Materia prima indirecta**

Los materiales indirectos son aquellos necesarios y que son utilizados en la elaboración de un producto, pero no son fácilmente identificables o que no amerita llevar un control sobre ellos y son incluidos como parte de los costos indirectos de fabricación como materiales indirectos tenemos:

**Cuadro 52**  
**Materia Prima Indirecta**

<b>Denominación</b>	<b>Unidad de peso</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio mensual</b>	<b>precio Anual</b>	<b>Cantidad anual pares de botín</b>
Pegamento (goma Blanca)	Caneca	0,18	0,36	4,36	12.672
Cemento de contacto	Caneca	0,10	0,20	2,45	12.672
Clavos 1 pulgada	Libra	0,003	0,01	18,00	12.672
Esponja	Plancha	0,13	110,00	1.320,00	12.672
Caja para botines	Unidad	0,50	440,00	5.280,00	12.672
Caja embalaje	Unidad	0,13	9,25	111,00	12.672
Etiquetas	Par	0,02	17,60	211,20	12.672
Marcador	Unidad	0,90	4,50	54,00	12.672
<b>Total</b>		<b>1,96</b>	<b>928,70</b>	<b>11.144,40</b>	

**Elaboración:** La Autora

### Proyección de materia prima indirecta.

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2.015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

**Cuadro 53**  
**Proyección de Materia Prima Indirecta.**

<b>Años</b>	<b>Proyecciones 3,53%</b>
1	11.144,40
2	11.537,80
3	11.945,08
4	12.366,74
5	12.803,29
6	13.255,25
7	13.723,16
8	14.207,58
9	14.709,11
10	15.228,34

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** La Autora

### Mano de obra indirecta

Mano de obra indirecta, es la mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción y al comercio, es el personal que interviene de forma indirecta en el proceso de producción.



**Cuadro 54**  
**Mano de obra indirecta**

<b>Mano de Obra Indirecta</b>	<b>Jefe de Ventas</b>
Sueldo Básico	380,00
Décimo Tercero	31,67
Décimo Cuarto	30,50
Vacaciones	15,83
Aporte patronal 11,15%	42,37
Fondos de Reserva 8,33%	0,00
<b>Sub Total</b>	<b>500,37</b>
Número de obreros	1,00
<b>Total Mensual</b>	<b>500,37</b>
Total anual	6.004,44
<b>Total de Sueldos</b>	<b>6.004,44</b>

Fuente: Inspectoría de Trabajo

El rubro que se asignará para mano de obra indirecta al primer mes es de \$500,37; y en el primer año ascenderá a 6.004,44 dólares, valores que corresponden al sueldo del personal indirecto ósea que no participa en la producción de los botines.

### **Proyección de la mano de obra indirecta**

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2.015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador, a más se incrementa desde el segundo año los fondos de reserva que es de 31,65 dólares.

**Cuadro 55**  
**Proyección Mano De Obra Indirecta**

<b>Años</b>	<b>Proyecciones 3,53%</b>
1	6.004,44
2	6.249,17
3	6.469,76
4	6.698,15
5	6.934,59
6	7.179,38
7	7.432,81
8	7.695,19
9	7.966,83
10	8.248,06

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** La Autora

### Sueldos administrativos

Se considera a todos los sueldos para el personal que trabaja en la parte administrativa de acuerdo a los puestos o cargos, así tenemos un gerente y secretaria/contadora y Jefe Administrativo.

**Cuadro 56**  
**Sueldos Administrativos**

<b>Sueldos Administrativos</b>	<b>Gerente</b>	<b>Secretaria/contado</b>
Sueldo Básico	1.200,00	420,00
Décimo Tercero	100,00	35,00
Décimo Cuarto	30,50	30,50
Vacaciones	50,00	17,50
Aporte patronal 11,15%	133,80	46,83
Fondos de Reserva 8,33%	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.514,30</b>	<b>549,83</b>
Número de obreros	1,00	1,00
Total mensual	1.514,30	549,83
<b>Total Anual</b>	<b>18.171,60</b>	<b>6.597,96</b>
<b>Total de Sueldos</b>	<b>24.769,56</b>	

**Fuente:** Insectoría de Trabajo

**Elaborado:** La Autora

## Proyección de sueldos administrativos

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2.015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador, a más se incrementa desde el segundo año los fondos de reserva que es de 134,95 dólares.

**Cuadro 57**  
**Proyección de Sueldos Administrativos.**

<b>Años</b>	<b>Proyecciones 3,53%</b>
1	24.769,56
2	25.643,93
3	26.549,16
4	27.486,34
5	28.456,61
6	29.461,13
7	30.501,11
8	31.577,79
9	32.692,49
10	33.846,54

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** La Autora

## Servicios básicos

Se Toma En Cuenta Como servicios básicos, la energía eléctrica, el agua potable que será utilizada en el lavado de pieles para la fabricación de los botines, así como el servicio de teléfono que será utilizado en la parte administrativo personal de producción.

**Cuadro 58**  
**Servicios Básicos**

<b>Especificación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Agua m <sup>3</sup>	70	0,30	21,00	252,00
Energía Eléctrica Kw/h	250	0,14	35,00	420,00
Teléfono	300	0,08	24,00	288,00
<b>TOTAL</b>			<b>80,00</b>	<b>960,00</b>

**Fuente:** Municipio, EERSA, CNT

**Elaboración:** La Autora

### Proyección de servicios básicos

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2.015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

**Cuadro 59**  
**Proyección de Servicios Básicos**

<b>Años</b>	<b>Proyecciones 3,53%</b>
1	960,00
2	993,89
3	1.028,97
4	1.065,29
5	1.102,90
6	1.141,83
7	1.182,14
8	1.223,87
9	1.267,07
10	1.311,80

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** La Autora

### Suministros de oficina

Lo consideramos a todo el material y papelería que se utilizara en la oficina como papel bond, carpetas, perforadora, grapadora, esferográficos, tinta de impresión necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa.

**Cuadro 60**  
**Suministros de Oficina**

<b>Especificación</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Carpetas	Docena	12	0,25	3,00	36,00
Perforadora	Unidad	1	3,00	3,00	36,00
Grapadora	Unidad	1	2,50	2,50	30,00
Lápices	Unidad	3	0,20	0,60	7,20
Esferográficos	Unidad	3	0,25	0,75	9,00
Tinta de impresora	Cartucho	2	4,00	8,00	96,00
Correctores	Unidad	2	1,80	3,60	43,20
Hojas papel bond	Resma	200	0,007	1,40	16,80
Grapas	Caja	1	1,80	1,80	21,60
<b>Total</b>			<b>13,81</b>	<b>24,65</b>	<b>295,80</b>

**Fuente:** La Reforma

**Elaboración:** La Autora

### **Proyección de suministros de oficina**

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2.015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

**Cuadro 61**  
**Proyección de Suministros de Oficina**

<b>AÑOS</b>	<b>Proyecciones 3,53%</b>
1	295,80
2	306,24
3	317,05
4	328,24
5	339,83
6	351,83
7	364,25
8	377,10
9	390,42
10	404,20

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** La Autora

## Uniforme de trabajo

Sirve para mantener la seguridad y el bienestar del personal basándonos en las nuevas normas de seguridad industrial.

**Cuadro 62**  
**Uniforme de Trabajo**

Especificación	Especificación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Overol	Jean	6	35,00	210,00	420,00
Guantes	Látex	20	1,00	20,00	240,00
Mascarilla	Papel Filtro	20	0,50	10,00	120,00
Gorro	Poliéster	6	2,00	12,00	24,00
<b>Total</b>			<b>38,50</b>	<b>252,00</b>	<b>804,00</b>

**Fuente:** Almacén del Ejército

**Elaborado:** La Autora

## Proyección de uniforme de trabajo

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2.015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

**Cuadro 63**  
**Proyección de uniforme de trabajo**

Años	Proyecciones 3,53%
1	804,00
2	832,38
3	861,76
4	892,18
5	923,68
6	956,28
7	990,04
8	1.024,99
9	1.061,17
10	1.098,63

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** La Autora

## Implementos de aseo

Se considera a todos los elementos que serán necesarios para el mantenimiento y aseo de la empresa en el transcurso del primer año de vida útil.

**Cuadro 64**  
**Implementos de Aseo**

Especificación	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Guantes	Unidad	1	1,00	1,00	12,00
Escobas	Unidad	1	2,50	2,50	30,00
Trapeador	Unidad	1	5,00	5,00	60,00
Recogedor	Unidad	1	2,50	2,50	30,00
Desinfectante	Galón	2	7,00	14,00	168,00
Cloro	Galón	2	4,50	9,00	108,00
Detergentes	Paquete	1	6,00	6,00	72,00
Papel Higiénico	Rollos	1	6,00	6,00	72,00
Papel Toalla	Rollos	1	8,00	8,00	96,00
<b>Total</b>				<b>54,00</b>	<b>648,00</b>

Fuente: Almacén del Ejército

Elaborado: La Autora

## Proyección de implementos de aseo

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2.015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

**Cuadro 65**  
**Proyección Implementos de Aseo**

Años	Proyecciones 3,53%
1	648,00
2	670,87
3	694,56
4	719,07
5	744,46
6	770,74
7	797,94
8	826,11
9	855,27
10	885,46

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: La Autora

## Publicidad

La publicidad es un componente de las diferentes actividades de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que servirá para comunicar y dar a conocer a la colectividad de la existencia de la fábrica de botines para mujer, mediante la utilización de medios que tienen un costo y que son impersonales y de largo alcance, como la televisión, la radio, los medios impresos y el internet entre otros, con la finalidad de lograr los objetivos fijados, la empresa en un inicio utilizará los medio de comunicación hablada y escrita.

### Cuadro 66

#### Publicidad

Publicidad	Factor	Cantidad	Precio	Valor Mensual	Valor Anual
Radio	Anuncio	80	1	80	960,00
Prensa Escrita	1/4 Pagina	4	45	180	2.160,00
<b>Total</b>				260	3.120,00

**Fuente:** Radio Centinela del Sur y Diario la Hora

**Elaborado:** La Autora

### Proyección de publicidad

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2.015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.



**Cuadro 67**  
**Proyección de Publicidad**

<b>Años</b>	<b>Proyección 3,53%</b>
1	3.120,00
2	3.230,14
3	3.344,16
4	3.462,21
5	3.584,42
6	3.710,95
7	3.841,95
8	3.977,57
9	4.117,98
10	4.263,35

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** La Autora

### **Mantenimiento de maquinaria y equipos**

Se debe dar un mantenimiento permanente a la maquinaria y equipos de producción con la finalidad de evitar posibles fallas en el momento menos esperado o cuando la maquinaria tiene que trabajar para cubrir la cuota de producción para la misma se designará un rubro del 0,50% de su valor total de costo.

**Cuadro 68**

### **Mantenimiento de Maquinaria y Equipos**

<b>Denominación</b>	<b>Valor total</b>	<b>Alícuota</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Edificio	190.000	0,50%	950,00	11.400,00
Maquinaria	16.000	0,50%	80,00	960,00
Vehículo	18.000	0,50%	90,00	1.080,00
Muebles y Enseres	870	0,50%	4,35	52,20
Equipos de Oficina	395	0,50%	1,98	23,70
Equipo de Computación	2.580	0,50%	12,90	154,80
Herramientas	410	0,50%	2,05	24,60
<b>Total</b>			<b>1.141,28</b>	<b>13.695,30</b>

**Fuente:** Criterio Autor

**Elaborado:** La Autora

## Proyección de mantenimiento de maquinaria y equipos

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2.015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

**Cuadro 69**  
**Proyección de mantenimiento de Maquinaria y Equipos**

<b>Años</b>	<b>Proyecciones 3,53%</b>
1	5.421,78
2	5.613,17
3	5.811,31
4	6.016,45
5	6.228,83
6	6.448,71
7	6.676,35
8	6.912,03
9	7.156,02
10	7.408,63

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** La Autora

## Resumen de activo circulante

**Cuadro 70**  
**Resumen de activo circulante**

<b>Especificación</b>	<b>Valor Total Mensual</b>	<b>Valor Total Anual</b>
Materia Prima Directa	7.282,00	84.436,00
Mano de Obra Directa	2.780,48	33.365,70
Materia Prima Indirecta	928,70	11.144,40
Mano de Obra Indirecta	500,37	6.004,44
Sueldos Administrativos	2.064,13	24.769,56
Servicios Básicos	80,00	960,00
Suministros de Oficina	24,65	295,80
Uniformes de Trabajo	252,00	804,00
Implemento de Aseo	54,00	648,00
Publicidad	260,00	3.120,00
Mantenimiento de Maquina y Equipo	451,82	5.421,78
<b>Sub Total</b>	<b>14.678,14</b>	<b>170.969,68</b>
Imprevistos 5%	733,91	8.548,48
<b>Total Activos Circulantes</b>	<b>15.412,05</b>	<b>179.518,16</b>

**Elaborado:** La Autora

## Inversión total de proyecto

La inversión del proyecto se lo ha determinado de la siguiente manera

**Cuadro 71**  
**Inversión total**

<b>Especificaciones</b>	<b>Valor Total</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Terreno	37.500,00
Edificación	50.900,00
Maquinaria y Equipos	16.000,00
Vehículo	18.000,00
Equipos de Producción	408,00
Muebles y Enseres	1.220,00
Equipos de Oficina	395,00
Equipo de Computación	3.440,00
<b>Sub Total de Activos Fijos</b>	<b>127.863,00</b>
Imprevistos 5%	6.393,15
<b>Total de Activos Fijos</b>	<b>134.256,15</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Elaboración del proyecto	1.400,00
Constitución de la Empresa	800,00
Patentes y Marcas	150,00
Puesta en Marcha	200,00
<b>Sub total</b>	<b>2.550,00</b>
Imprevistos 5 %	127,50
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>2.677,50</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO (un mes)</b>	
Materia Prima Directa	7.282,00
Mano de Obra Directa	2.780,48
Materia Prima Indirecta	928,70
Mano de Obra Indirecta	500,37
Sueldos Administrativos	2.064,13
Servicios Básicos	80,00
Suministros de Oficina	24,65
Uniformes de Trabajo	252,00
Implemento de Aseo	54,00
Publicidad	260,00
Mantenimiento de Maquina y Equipo	451,82
<b>Sub Total</b>	<b>14.678,14</b>
Imprevistos 5%	733,91
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>15.412,05</b>
<b>Total de la Inversión</b>	<b>152.345,70</b>

Elaborado: La Autora

## Financiamiento

Para la ejecución del proyecto se utilizará dos clases de inversiones una propia que asciende a la cantidad 72.345,70 dólares que representa el 47,49% y una inversión externa financiada a través de Corporación Financiera Nacional. CFN con un monto de 80.000,00 dólares que representa el 52,51% restante de la inversión, el crédito es ofrecido a bajo intereses, esto con apoyando a la creación de microempresas a nivel nacional.

El plazo es de 10 años, con el interés de 11,18% los mismos que se realizaran con pagos semestrales.

**Cuadro 72**  
**Financiamiento**

<b>Especificaciones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Capital Interno	72.345,70	47,49
Capital Externo	80.000,00	52,51
<b>Total</b>	<b>152.345,70</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** CFN

**Elaborado:** La Autora

## Cuadro 73

## Financiamiento a través de la Corporación financiera nacional

AMORTIZACIÓN								
Año	Semest	Saldo inicial	Amortiz.	Interés	Dividendo semestral	Dividendo anual	Saldo final	Interés
1	1	72345,70	3617,28	4044,12	7661,41	15120,61	68728,41	7886,04
	2	68728,41	3617,28	3841,92	7459,20		65111,13	
2	1	65111,13	3617,28	3639,71	7257,00	14311,79	61493,84	7077,22
	2	61493,84	3617,28	3437,51	7054,79		57876,56	
3	1	57876,56	3617,28	3235,30	6852,58	13502,96	54259,27	6268,39
	2	54259,27	3617,28	3033,09	6650,38		50641,99	
4	1	50641,99	3617,28	2830,89	6448,17	12694,14	47024,70	5459,57
	2	47024,70	3617,28	2628,68	6245,97		43407,42	
5	1	43407,42	3617,28	2426,47	6043,76	11885,31	39790,13	4650,74
	2	39790,13	3617,28	2224,27	5841,55		36172,85	
6	1	36172,85	3617,28	2022,06	5639,35	11076,49	32555,56	3841,92
	2	32555,56	3617,28	1819,86	5437,14		28938,28	
7	1	28938,28	3617,28	1617,65	5234,93	10267,66	25320,99	3033,09
	2	25320,99	3617,28	1415,44	5032,73		21703,71	
8	1	21703,71	3617,28	1213,24	4830,52	9458,84	18086,42	2224,27
	2	18086,42	3617,28	1011,03	4628,32		14469,14	
9	1	14469,14	3617,28	808,82	4426,11	8650,01	10851,85	1415,44
	2	10851,85	3617,28	606,62	4223,90		7234,57	
10	1	7234,57	3617,28	404,41	4021,70	7841,19	3617,28	606,62
	2	3617,28	3617,28	202,21	3819,49		0,00	

Elaborado: La Autora

## **Presupuesto de costos e ingresos**

El presupuesto es un programa oficial de operaciones, basado en una eficiencia razonable. Aunque el alcance de la "eficiencia razonable" es indeterminado y depende de la interpretación de la política directiva, debe precisarse que un proyecto no debe confundirse con un presupuesto, en tanto no prevea la corrección de ciertas situaciones para obtener el ahorro de desperdicios y costos excesivos.

En la actividad productiva al fabricar los botines para mujer se generan costos, entendiéndose que los costos son desembolsos monetarios relacionados justamente con la fabricación de los botines ya sea en forma directa o indirectamente, mientras que los ingresos están determinados por el volumen de producción y de las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas implementadas. Ambos rubros se desglosan para obtener los costos unitarios tanto de producción como de ingresos por ventas.

## **Costos totales**

El costo total es la suma de todos los costos en que incurre la empresa durante el proceso productivo. Estos costos son: costo de las materias primas, costo de la mano de obra, mantenimiento de la planta y parte proporcional de la depreciación de la maquinaria y el equipo. Los CFT

permanecen constantes, sin importar la cantidad de producción, y son aquellos que por fuerza realiza la empresa para llevar a cabo sus operaciones

Cuadro 74

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTOS PRIMOS</b>										
Materia Prima Directa	84436,00	87416,59	90502,40	93697,13	97004,64	100428,90	103974,04	107644,33	111444,17	115378,15
Materia Prima Indirecta	11144,40	11537,80	11945,08	12366,74	12803,29	13255,25	13723,16	14207,58	14709,11	15228,34
Mano de Obra Directa	33365,70	34694,43	35919,14	37187,09	38499,79	39858,84	41265,85	42722,54	44230,64	45791,98
<b>Total costos primos</b>	<b>128946,10</b>	<b>133648,82</b>	<b>138366,62</b>	<b>143250,96</b>	<b>148307,72</b>	<b>153542,98</b>	<b>158963,05</b>	<b>164574,45</b>	<b>170383,93</b>	<b>176398,48</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>										
Mano de Obra Indirecta	6004,44	6249,17	6469,76	6698,15	6934,59	7179,38	7432,81	7695,19	7966,83	8248,06
Vehículo	2879,99	2879,99	2879,99	2879,99	2879,99	3395,81	3395,81	3395,81	3395,81	3395,81
Maquinaria y Equipos	1440,00	1440,00	1440,00	1440,00	1440,00	1697,91	1697,91	1697,91	1697,91	1697,91
Muebles y Enseres	109,80	109,80	109,80	109,80	109,80	129,46	129,46	129,46	129,46	129,46
Equipos de Producción	36,72	36,72	36,72	36,72	36,72	43,30	43,30	43,30	43,30	43,30
Terreno	1781,25	1781,25	1781,25	1781,25	1781,25	2100,28	2100,28	2100,28	2100,28	2100,28
Depr. De construcción	2417,75	2417,75	2417,75	2417,75	2417,75	2850,78	2850,78	2850,78	2850,78	2850,78
Amortiz. De Act. Diferido	267,75	267,75	267,75	267,75	267,75	267,75	267,75	267,75	267,75	267,75
Sub Total	14937,70	15182,43	15403,02	15631,41	15867,85	17664,68	17918,11	18180,49	18452,13	18733,36
Imprevistos 5%	746,89	759,12	770,15	781,57	793,39	883,23	895,91	909,02	922,61	936,67
<b>Total Costos de Producción</b>	<b>15684,59</b>	<b>15941,55</b>	<b>16173,18</b>	<b>16412,98</b>	<b>16661,24</b>	<b>18547,91</b>	<b>18814,01</b>	<b>19089,51</b>	<b>19374,73</b>	<b>19670,02</b>
<b>Total de Costos de Prod</b>	<b>144630,69</b>	<b>149590,37</b>	<b>154539,80</b>	<b>159663,94</b>	<b>164968,97</b>	<b>172090,90</b>	<b>177777,07</b>	<b>183663,96</b>	<b>189758,66</b>	<b>196068,50</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>										
<b>GASTO ADMINISTRATIV</b>										
Sueldos Administrativos	24769,56	25643,93	26549,16	27486,34	28456,61	29461,13	30501,11	31577,79	32692,49	33846,54
Servicios Básicos	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
Útiles de oficina	295,80	306,24	317,05	328,24	339,83	351,83	364,25	377,10	390,42	404,20
Depr. Equipo de computo	764,42	764,42	764,42	872,12	872,12	872,12	1098,37	1098,37	1098,37	1527,05
Útiles de Aseo o Limpie	648,00	670,87	694,56	719,07	744,46	770,74	797,94	826,11	855,27	885,46
Reparación y Manteni	5421,78	5613,17	5811,31	6016,45	6228,83	6448,71	6676,35	6912,03	7156,02	7408,63
Sub Total	32859,56	33958,63	35096,50	36382,23	37601,85	38864,52	40398,01	41751,40	43152,57	45031,87
Imprevistos 5%	1642,98	1697,93	1754,82	1819,11	1880,09	1943,23	2019,90	2087,57	2157,63	2251,59
<b>Total Gastos Administra</b>	<b>34502,54</b>	<b>35656,56</b>	<b>36851,32</b>	<b>38201,34</b>	<b>39481,94</b>	<b>40807,74</b>	<b>42417,91</b>	<b>43838,97</b>	<b>45310,20</b>	<b>47283,46</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>										
Publicidad y propaganda	3120,00	3230,14	3344,16	3462,21	3584,42	3710,95	3841,95	3977,57	4117,98	4263,35
Imprevistos 5%	156,00	161,51	167,21	173,11	179,22	185,55	192,10	198,88	205,90	213,17
<b>Total de gastos de venta</b>	<b>3276,00</b>	<b>3391,64</b>	<b>3511,37</b>	<b>3635,32</b>	<b>3763,65</b>	<b>3896,50</b>	<b>4034,05</b>	<b>4176,45</b>	<b>4323,88</b>	<b>4476,51</b>
<b>Total de Costos de Opera</b>	<b>37778,54</b>	<b>39048,20</b>	<b>40362,69</b>	<b>41836,66</b>	<b>43245,58</b>	<b>44704,25</b>	<b>46451,96</b>	<b>48015,42</b>	<b>49634,07</b>	<b>51759,98</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
Interés por Préstamo	7886,04	7077,22	6268,39	5459,57	4650,74	3841,92	3033,09	2224,27	1415,44	606,62
<b>Total de gastos financiero</b>	<b>7886,04</b>	<b>7077,22</b>	<b>6268,39</b>	<b>5459,57</b>	<b>4650,74</b>	<b>3841,92</b>	<b>3033,09</b>	<b>2224,27</b>	<b>1415,44</b>	<b>606,62</b>
<b>TOTAL COSTOS DE PROD</b>	<b>190295,27</b>	<b>195715,79</b>	<b>201170,88</b>	<b>206960,17</b>	<b>212865,29</b>	<b>220637,06</b>	<b>227262,12</b>	<b>233903,65</b>	<b>240808,18</b>	<b>248435,10</b>

Elaborado: La Autora



## Ingresos totales

El ingreso total es la cantidad pagado por los compradores y recibida por la empresa por la venta de los botines para mujer. La suma de los ingresos obtenidos por la venta de todas las unidades producidas.

Los ingresos totales o Monto total que recibe una empresa por la venta de su producto: el precio unitario por la cantidad de botines que la empresa decide producir

Para determinar los ingresos totales procedemos a dividir los costos totales para las unidades producidas, dándonos el costo unitario, a esta cantidad sumamos el margen de utilidad y obtenemos el costo unitario, valor que es multiplicado por las unidades producidas y nos da las ventas totales.

## Formula

$$COSTO \cdot UNITARIO = \frac{COSTO \cdot TOTAL}{Capacidad Utilizada}$$

$$COSTO \cdot UNITARIO = \frac{190.295,27}{12.672}$$

$COSTO \cdot UNITARIO = \$15,02$  Cuánto cuesta producir cada para de botines

El precio de venta está dado por la utilidad o rentabilidad que obtendremos así:

P. U. V. = Costo Unitario + Utilidad

P. U. V. =  $(15,02 * 30\%) = P. U. V = \$ 19,52$  el costo de cada par de botines para venta al público, tomando en cuenta el costo de la materia prima directa e indirecta más la utilidad.

**Cuadro 75**  
**Ingresos Totales**

<b>Años</b>	<b>Costos Totales</b>	<b>Unidades Producidas</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Margen de Utilidad 30%</b>	<b>P.V.P Promedio</b>	<b>Ventas Totales</b>
1	190.295,27	12.672	15,02	4,51	19,52	247.383,85
2	195.715,79	12.672	15,44	4,63	20,08	254.430,53
3	201.170,88	13.517	14,88	4,46	19,35	261.522,14
4	206.960,17	13.517	15,31	4,59	19,90	269.048,22
5	212.865,29	14.362	14,82	4,45	19,27	276.724,88
6	220.637,06	14.362	15,36	4,61	19,97	286.828,18
7	227.262,12	15.206	14,95	4,48	19,43	295.440,76
8	233.903,65	15.206	15,38	4,61	20,00	304.074,75
9	240.808,18	16.051	15,00	4,50	19,50	313.050,63
10	248.435,10	16.051	15,48	4,64	20,12	322.965,63

Elaborado: la Autora

## **Distribución de costos**

### **Costos fijos**

Son costos que no varían con los cambios en el volumen de las ventas o en el nivel de producción de los botines. Los costos fijos se dan por pagos de agua, luz, teléfono, salarios administrativos entre otros.

### **Costos variables**

Son costos que varían en proporción al volumen de las ventas o al nivel de la actividad. Por ejemplo las materias primas o las compras de mercaderías, la mano de obra directa (DESTAJO), etc. El manejo de costos variables hace que la empresa sea mucho más adaptable a las circunstancias cambiantes del mercado.

**Cuadro 76**  
**Distribución de los costos**

DETALLE	1		2		3		4		5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
<b>COSTOS PRIMOS</b>										
Materia Prima Directa		84.436,00		87.416,59		90.502,40		9.3697,13		97.004,64
Materiales indirectos		11.144,40		11.537,80		11.945,08		1.2366,74		12.803,29
Mano de directa		33.365,70		34.694,43		35.919,14		3.7187,09		38.499,79
<b>Total costos primos</b>		<b>128.946,10</b>		<b>133.648,82</b>		<b>138.366,62</b>		<b>14.3250,96</b>		<b>148.307,72</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>										
Mano de Obra Indirecta	6.004,44		6.249,17		6.469,76		6.698,15		6.934,59	
Depr. Vehículo	2.879,99		2.879,99		2.879,99		2.879,99		2.879,99	
Deprac. Maquinaria	1.440,00		1.440,00		1.440,00		1.440,00		1.440,00	
Depr. muebles y enseres	109,80		109,80		109,80		109,80		109,80	
Depr. Equipos de Produ	36,72		36,72		36,72		36,72		36,72	
Deprac. Terreno	1.781,25		1.781,25		1.781,25		1.781,25		1.781,25	
Depr. De construcción	2.417,75		2.417,75		2.417,75		2.417,75		2.417,75	
Amortiz. De Act. Diferido	267,75		267,75		267,75		267,75		267,75	
Sub Total	14.937,70		15.182,43		15.403,02		15.631,41		15.867,85	
Imprevistos 5%	746,89		759,12		770,15		781,57		793,39	
<b>Total Costos de Producción</b>	<b>15.684,59</b>		<b>15.941,55</b>		<b>16.173,18</b>		<b>16.412,98</b>		<b>16.661,24</b>	
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>										
<b>GASTO ADMINISTRATIV</b>										
Sueldos Administrativos	24.769,56		25.643,93		26.549,16		27.486,34		28.456,61	
Servicios Básicos	960,00		960,00		960,00		960,00		960,00	
Útiles de oficina	295,80		306,24		317,05		328,24		339,83	
Depr. Equipo de computo	764,42		764,42		764,42		872,12		872,12	
Útiles de Aseo o Limpie	648,00		670,87		694,56		719,07		744,46	
Reparación y Manteni	5.421,78		5.613,17		5.811,31		6.016,45		6.228,83	
Sub Total	32.859,56		33.958,63		35.096,50		36.382,23		37.601,85	
Imprevistos 5%	1.642,98		1.697,93		1.754,82		1.819,11		1.880,09	
<b>Total Gastos Administra</b>	<b>34.502,54</b>		<b>35.656,56</b>		<b>36.851,32</b>		<b>38.201,34</b>		<b>39.481,94</b>	
<b>GASTOS DE VENTA</b>										
Publicidad y propaganda	3.120,00		3.230,14		3.344,16		3.462,21		3.584,42	
Imprevistos 5%	156,00		161,51		167,21		173,11		179,22	
<b>Total gastos de venta</b>	<b>3.276,00</b>		<b>3.391,64</b>		<b>3.511,37</b>		<b>3.635,32</b>		<b>3.763,65</b>	
<b>Gastos Financieros</b>										
Interés por Préstamo	7.886,04		7.077,22		6.268,39		5.459,57		4.650,74	
<b>Total de gastos financiero</b>	<b>7.886,04</b>		<b>7.077,22</b>		<b>6.268,39</b>		<b>5.459,57</b>		<b>4.650,74</b>	
<b>Total Costos de Prod</b>	<b>61.349,17</b>	<b>128.946,10</b>	<b>62.066,97</b>	<b>133.648,82</b>	<b>62.804,26</b>	<b>138.366,62</b>	<b>63.709,20</b>	<b>143250,96</b>	<b>64.557,57</b>	<b>148.307,72</b>
<b>Total de Costos</b>		<b>190.295,27</b>		<b>195.715,79</b>		<b>201.170,88</b>		<b>206.960,17</b>		<b>212.865,29</b>

Elaborado: La Autora

**Cuadro 77**  
**Distribución de los costos**

DETALLE	6		7		8		9		10	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
<b>COSTOS PRIMOS</b>										
Materia Prima Directa		100.428,90		10.3974,04		107.644,33		111.444,17		115.378,15
Materiales indirectos		13.255,25		1.3723,16		14.207,58		14.709,11		15.228,34
Mano de directa		39.858,84		4.1265,85		42.722,54		44.230,64		45.791,98
<b>Total costos primos</b>		<b>153.542,98</b>		<b>158.963,05</b>		<b>164.574,45</b>		<b>170.383,93</b>		<b>176.398,48</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>										
Mano de Obra Indirecta	7.179,38		7.432,81		7.695,19		7.966,83		8.248,06	
Depr. Vehículo	3.395,81		3.395,81		3.395,81		3.395,81		3.395,81	
Deprec. Maquinaria	1.697,91		1.697,91		1.697,91		1.697,91		1.697,91	
Depr. muebles y enseres	129,46		129,46		129,46		129,46		129,46	
Depr. Equipos de Produ	43,30		43,30		43,30		43,30		43,30	
Deprec. Terreno	2.100,28		2.100,28		2.100,28		2.100,28		2.100,28	
Depr. De construcción	2.850,78		2.850,78		2.850,78		2.850,78		2.850,78	
Amortiz. De Act. Diferido	267,75		267,75		267,75		267,75		267,75	
Sub Total	17.664,68		17.918,11		18.180,49		18.452,13		18.733,36	
Imprevistos 5%	883,23		895,91		909,02		922,61		936,67	
<b>Total Costos de Producción</b>	<b>18.547,91</b>		<b>18.814,01</b>		<b>19.089,51</b>		<b>19.374,73</b>		<b>19.670,02</b>	
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>										
<b>GASTO ADMINISTRATIV</b>										
Sueldos Administrativos	29.461,13		30.501,11		31.577,79		32.692,49		33.846,54	
Servicios Básicos	960,00		960,00		960,00		960,00		960,00	
Útiles de oficina	351,83		364,25		377,10		390,42		404,20	
Depr. Equipo de computo	872,12		1.098,37		1.098,37		1.098,37		1.527,05	
Útiles de Aseo o Limpie	770,74		797,94		826,11		855,27		885,46	
Reparación y Manteni	6.448,71		6.676,35		6.912,03		7.156,02		7.408,63	
Sub Total	38.864,52		40.398,01		41.751,40		43.152,57		45.031,87	
Imprevistos 5%	1.943,23		2.019,90		2.087,57		2.157,63		2.251,59	
<b>Total Gastos Administra</b>	<b>40.807,74</b>		<b>42.417,91</b>		<b>43.838,97</b>		<b>45.310,20</b>		<b>47.283,46</b>	
<b>GASTOS DE VENTA</b>										
Publicidad y propaganda	3.710,95		3.841,95		3.977,57		4.117,98		4.263,35	
Imprevistos 5%	185,55		192,10		198,88		205,90		213,17	
<b>Total gastos de venta</b>	<b>3.896,50</b>		<b>4.034,05</b>		<b>4.176,45</b>		<b>4.323,88</b>		<b>4.476,51</b>	
<b>Gastos Financieros</b>										
Interés por Préstamo	3.841,92		3.033,09		2.224,27		1.415,44		606,62	
<b>Total de gastos financiero</b>	<b>3.841,92</b>		<b>3.033,09</b>		<b>2.224,27</b>		<b>1.415,44</b>		<b>606,62</b>	
<b>Total Costos de Prod</b>	<b>67.094,08</b>	<b>153.542,98</b>	<b>68.299,07</b>	<b>158.963,05</b>	<b>69.329,20</b>	<b>164.574,45</b>	<b>70.424,25</b>	<b>170.383,93</b>	<b>72.036,62</b>	<b>176.398,48</b>
<b>Total de Costos</b>	<b>220.637,06</b>		<b>227.262,12</b>		<b>233.903,65</b>		<b>240.808,18</b>		<b>248.435,10</b>	

Elaborado: La Autora

## **Estado de pérdidas y ganancias**

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida de la empresa, el mismo que ha sido elaborado para diez años de vida útil que tendrá el proyecto.

Para determinar de la utilidad neta se considera los ingresos que va a generar el proyecto y los gastos en que incurrirá el desarrollo del mismo.

**Cuadro 78**  
**Estado de pérdidas y ganancias**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Ventas	247.383,85	254.430,53	261.522,14	269.048,22	276.724,88	286.828,18	295.440,76	304.074,75	313.050,63	322.965,63
(-) Costos Totales	190.295,27	195.715,79	201.170,88	206.960,17	212.865,29	220.637,06	227.262,12	233.903,65	240.808,18	248.435,10
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>57.088,58</b>	<b>58.714,74</b>	<b>60.351,26</b>	<b>62.088,05</b>	<b>63.859,59</b>	<b>66.191,12</b>	<b>68.178,64</b>	<b>70.171,10</b>	<b>72.242,45</b>	<b>74.530,53</b>
(-)Trabajador 15%	8.563,28	8.807,211	9.052,69	9.313,207	9.578,938	9.928,668	10.226,8	10.525,66	10.836,37	11.179,58
(=) Utilidad - Antes-impuesto	48.525,29	4.9907,53	51.298,57	52.774,84	54.280,65	56.262,45	57.951,84	59.645,43	61.406,09	63.350,95
(-) Impuesto. Renta 22%	10.675,56	1.0979,66	11.285,69	11.610,47	11.941,74	12.377,74	12.749,41	13.121,99	13.509,34	13.937,21
(=) Utilidad-antes-reserva	37.849,73	3.8927,87	40.012,89	41.164,38	42.338,91	43.884,71	45.202,44	46.523,44	47.896,75	49.413,74
(-)reserva 10%	3.784,97	3892,79	4.001,29	4.116,44	4.233,89	4.388,47	4.520,24	4.652,34	4.789,67	4.941,37
(=) utilidad-liquida	34.064,76	35.035,08	36.011,60	37.047,94	38.105,02	39.496,24	40.682,19	41.871,09	43.107,07	44.472,37

**Elaborado:** La Autora

## Punto de equilibrio

Un punto de equilibrio permite determinar la posible rentabilidad de la venta de los botines para mujer. Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos de producción en este caso no existe ni pérdida ni ganancia.

En el presente trabajo investigativo usaremos el método gráfico y matemático.

### Cálculo del punto de equilibrio para el primer año

#### Método Matemático

En Función de las ventas:

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT / VT)} \quad PE = \frac{61.349,17}{1 - (128.946,10/247.383,85)} \quad PE = \frac{61.349,17}{1 - 0.5212389}$$

$$PE = \frac{61.349,17}{0.4787611} = 128.141,51 \text{ dólares}$$

En Función de la Capacidad Instalada:

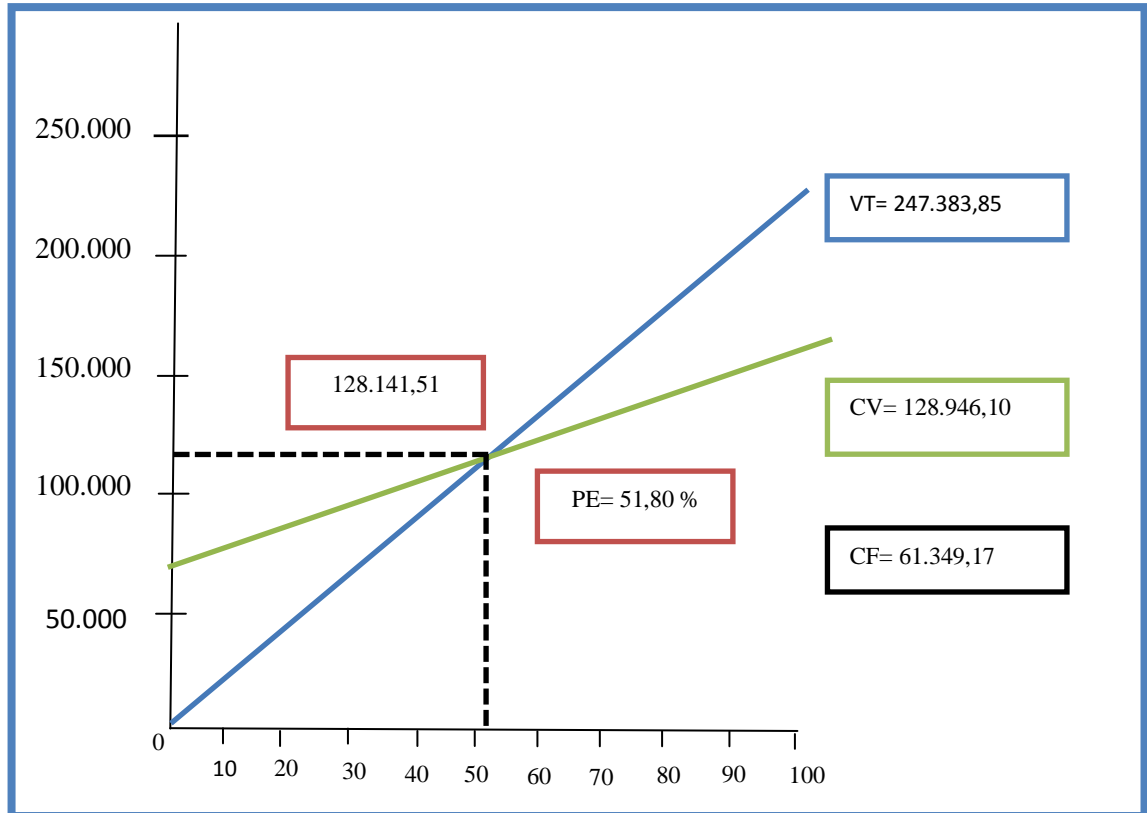
$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100 \quad PE = \frac{61.349,17}{247.383,85 - 128.946,10} \times 100$$

$$PE = \frac{61.349,17}{118.437,75} \times 100 \quad PE = 0.5179866 \times 100 = 51,80\%$$

#### Método Gráfico



**Gráfica 50**  
**Punto de equilibrio en función de las ventas y capacidad instalada**  
**primer año**



**Elaborado:** La Autora

**Análisis:** el punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 51,80% y tiene ventas de \$ 128.141,51 dólares.

**Cálculo del punto de equilibrio para el quinto año**

**Método Matemático**

**En Función de las ventas:**

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT / VT)}$$

$$PE = \frac{64.557,57}{1 - (148.307,72/276.724,88)} \quad PE = \frac{64.557,57}{1 - 0.535939}$$

$$PE = \frac{64.557,57}{0,464061} = 139.114,41 \text{ dólares}$$

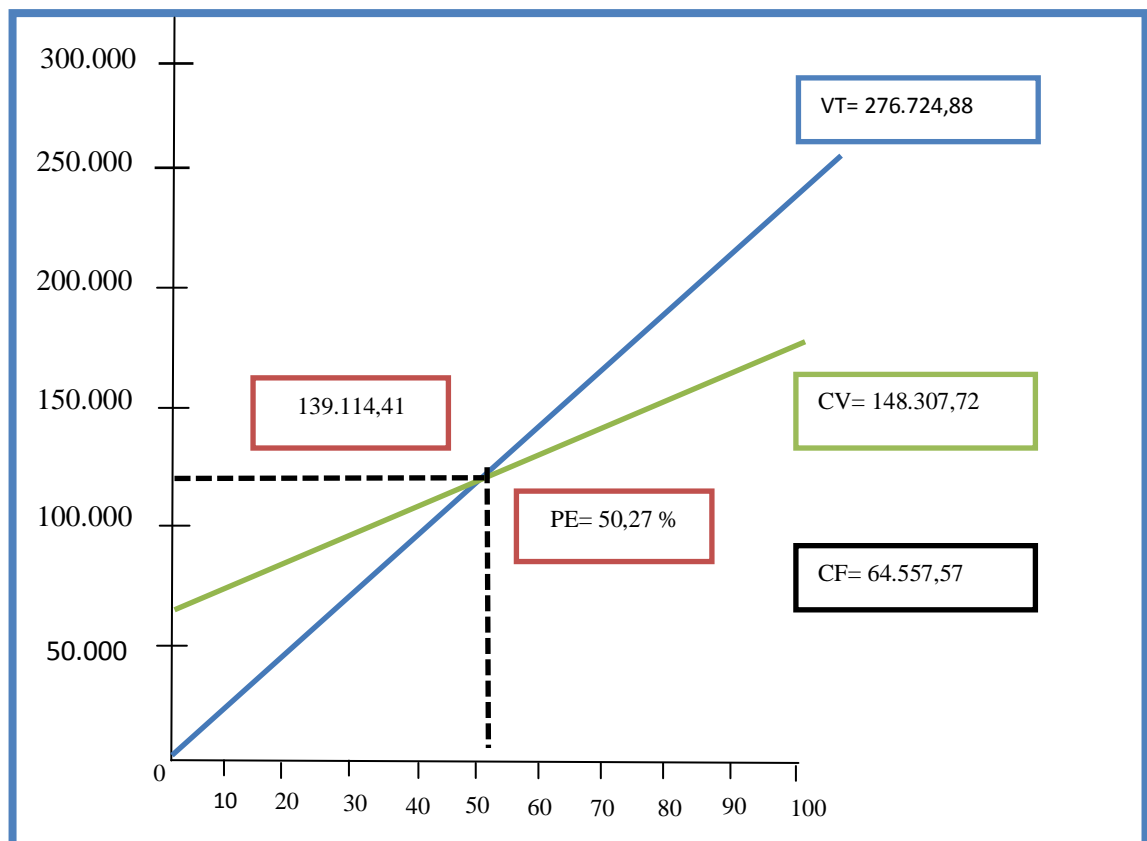
**En Función de la Capacidad Instalada:**

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100 \quad PE = \frac{64.557,57}{276.724,88 - 148.307,72} \times 100$$

$$PE = \frac{64.557,57}{128.417,16} \times 100 \quad PE = 0.5027176 \times 100 = 50,27\%$$

**Método Gráfico**

**Gráfica 51**  
**Punto de equilibrio en función de las ventas y capacidad instalada**  
**quinto año**



**Elaborado:** La Autora

**Análisis:** el punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 50,27% y tiene ventas de \$ 139.114,41 dólares.

### **Cálculo del punto de equilibrio para el décimo año**

#### **Método Matemático**

**En Función de las ventas:**

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT / VT)}$$

$$PE = \frac{72.036,62}{1 - (176.398,48/322.965,63)}$$

$$PE = \frac{72.036,62}{1 - 0.546183}$$

$$PE = \frac{72.036,62}{0.453817} = 158.734,95 \text{ dólares}$$

**En Función de la Capacidad Instalada:**

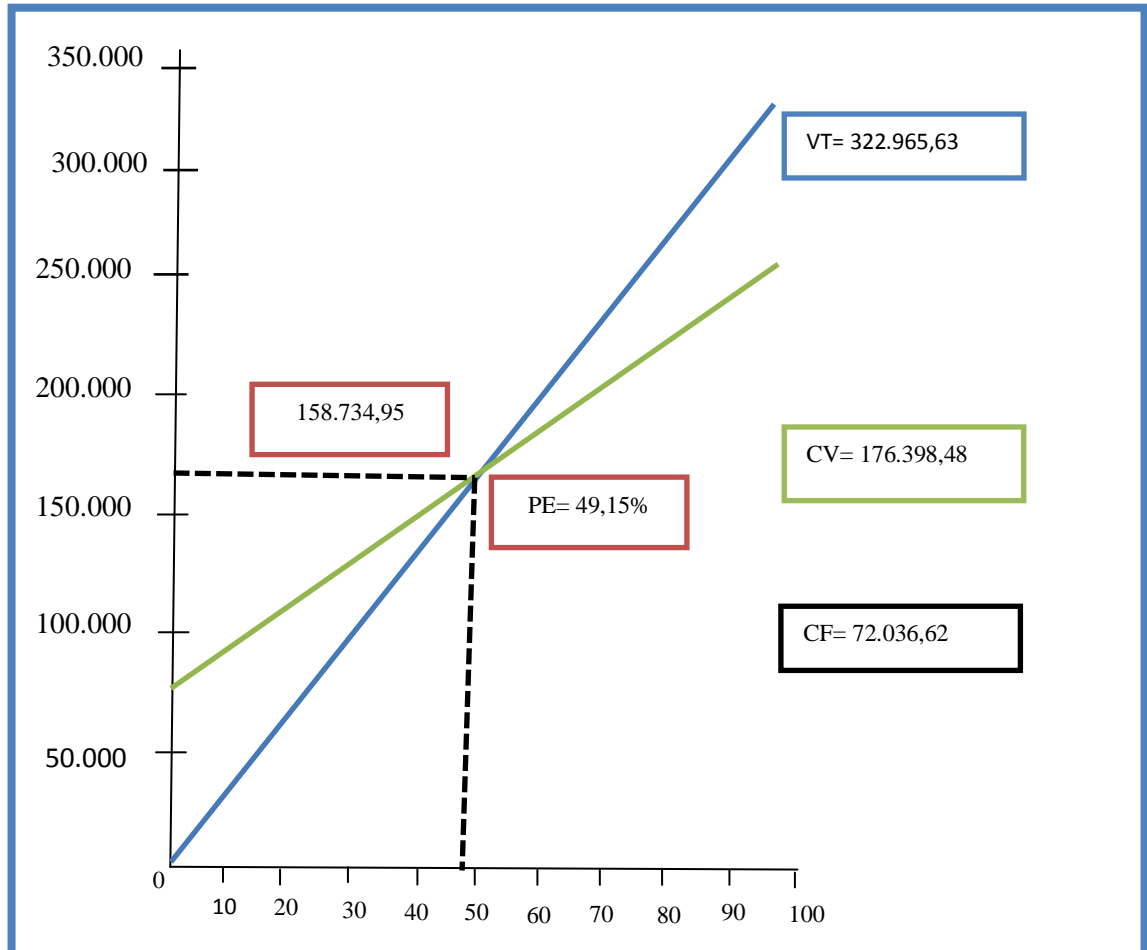
$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100 \quad PE = \frac{72.036,62}{322.965,63 - 176.398,48} \times 100$$

$$PE = \frac{72.036,62}{146.567,15} \times 100$$

$$PE = 0.49149 \times 100 = 49,15\%$$

## Método Gráfico

**Gráfica 52**  
**Punto de equilibrio en función de las ventas y capacidad instalada**  
**décimo año**



**Elaborado:** La Autora

**Análisis:** el punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 49,15% y tiene ventas de \$ 158.734,95 dólares

## **Evaluación financiera**

La evaluación Financiera se realiza para analizar el proyecto desde la perspectiva del objetivo de generar rentabilidad financiera y juzga el flujo de fondos generado por el proyecto. Esta evaluación es pertinente para determinar la llamada "Capacidad Financiera del proyecto" y la rentabilidad de Capital propio y de crédito invertido en el proyecto.

## **Flujo de caja**

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de la empresa Calza Gian´s.

El objetivo del estado de flujo de caja es proveer información relevante sobre los ingresos y egresos de efectivo de una empresa durante un período de tiempo. Es un estado financiero dinámico y acumulativo.

La información que contiene un flujo de caja, ayuda a evaluar la capacidad de una empresa para generar flujos de efectivo positivos

**Cuadro 79**  
**Flujo de caja**

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>INGRESOS</b>											
Ventas		247.383,85	254.430,53	261.522,14	269.048,22	276.724,88	286.828,18	295.440,76	304.074,75	313.050,63	322.965,63
Valor Residual				1.146,63			1.397,29			1.942,63	2.700,82
Capital Interno	72.345,70										
Capital Externo	80.000,00										
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>152.345,70</b>	<b>247.383,85</b>	<b>254.430,53</b>	<b>262.668,77</b>	<b>269.048,22</b>	<b>276.724,88</b>	<b>288.225,47</b>	<b>295.440,76</b>	<b>304.074,75</b>	<b>314.993,27</b>	<b>325.666,45</b>
<b>EGRESOS</b>											
Activos Fijos	134.256,15										
Activos Diferidos	2.677,50										
Activos Circulantes	15.412,05										
Reinversión					3.924,64			4.942,81			6.871,93
Costos Totales		190.295,27	195.715,79	201.170,88	206.960,17	212.865,29	220.637,06	227.262,12	233.903,65	240.808,18	248.435,10
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>152.345,70</b>	<b>190.295,27</b>	<b>195.715,79</b>	<b>201.170,88</b>	<b>210.884,81</b>	<b>212.865,29</b>	<b>220.637,06</b>	<b>232.204,93</b>	<b>233.903,65</b>	<b>240.808,18</b>	<b>255.307,03</b>
Utilidad Bruta		57.088,58	58.714,74	61.497,89	58.163,41	63.859,59	67.588,41	63.235,83	70.171,10	74.185,09	70.359,42
Útil. Trabaja.15%		8.563,29	8.807,21	9.224,68	8.724,51	9.578,94	10.138,26	9.485,37	10.525,66	11.127,76	10.553,91
(=)Utilidad ante Impues		48.525,29	49.907,53	52.273,21	49.438,89	54.280,65	57.450,15	53.750,45	59.645,43	63.057,32	59.805,51
Impues. Renta 22%		10.675,56	10.979,66	11.500,11	10.876,56	11.941,74	12.639,03	11.825,10	13.121,99	13.872,61	13.157,21
Utilidad antes Reserva		37.849,73	38.927,87	40.773,10	38.562,34	42.338,91	44.811,11	41.925,35	46.523,44	49.184,71	46.648,30
(+) Deprec. Activo fijo		9.465,48	9.465,48	9.465,48	10.799,02	10.799,02	10.799,02	13.600,59	13.600,59	13.600,59	18.908,74
(+) Amortización act. Diferí		267,75	267,75	267,75	267,75	267,75	267,75	267,75	267,75	267,75	267,75
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>		<b>47.582,96</b>	<b>48.661,10</b>	<b>50.506,33</b>	<b>49.629,11</b>	<b>53.405,68</b>	<b>55.877,89</b>	<b>55.793,70</b>	<b>60.391,78</b>	<b>63.053,06</b>	<b>65.824,79</b>

Elaborado: La Autora

## VALOR ACTUAL NETO.

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

Analíticamente se expresa como la diferencia entre el desembolso inicial (que no se actualiza ya que se genera en el momento actual) y el valor actualizado, al mismo momento, de los cobros y pagos futuros, a los que se denomina flujos de caja.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

Si el VAN es mayor a uno se hace la inversión

Si el VAN es menor a uno se rechaza la inversión

Si el VAN es igual a uno es indiferente para la inversión

**Fuente:** Flujo de caja

**VAN =** FLUJO DE CAJA - INVERSIÓN

**VAN =** 311.960,60 – 152.345,70

**VAN =** 159.614,90

$$F. A. = \frac{1}{(1+i)^n} \quad F. A. = \frac{1}{(1+0.1118)^1} = 0,899442$$

**Cuadro 80**  
**Valor actual neto**

AÑOS	FLUJO NETO	TASA	FLUJO NETO
		ACTUALIZADA	ACTUALIZADO
0	152.345,70	11,18%	
1	47.582,96	0,899442	42.798,13
2	48.661,10	0,808997	39.366,66
3	50.506,33	0,727646	36.750,72
4	49.629,11	0,654475	32.481,03
5	53.405,68	0,588663	31.437,94
6	55.877,89	0,529468	29.585,57
7	55.793,70	0,476226	26.570,42
8	60.391,78	0,428338	25.868,10
9	63.053,06	0,385265	24.292,16
10	65.824,79	0,346524	22.809,87
<b>Total</b>			<b>311.960,60</b>
(-) Inversión			152.345,70
<b>(=) VAN</b>			<b>159.614,90</b>

Elaborado: La Autora

**Análisis:** El VAN es positivo lo que quiere decir que el proyecto es rentable. El valor actual neto del proyecto es de \$ 159.614,90 valor que el inversionista acumulará en un período de 10 años luego de recuperar la inversión.

### Tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR), nos indica el porcentaje de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia de la empresa la misma que esta expresada en porcentajes.



**Cuadro 81**  
**Tasa interna de retorno**

<b>Años</b>	<b>Flujo neto</b>	<b>Factor act. 31%</b>	<b>Van (menor)</b>	<b>Factor Act. 32%</b>	<b>Van (mayor)</b>
1	47.582,96	0,76336	36.322,87	0,75758	36.047,70
2	48.661,10	0,58272	28.355,63	0,57392	27.927,63
3	50.506,33	0,44482	22.466,32	0,43479	21.959,58
4	49.629,11	0,33956	16.852,00	0,32939	16.347,10
5	53.405,68	0,25921	13.843,02	0,24953	13.326,55
6	55.877,89	0,19787	11.056,36	0,18904	10.563,22
7	55.793,70	0,15104	8.427,25	0,14321	7.990,38
8	60.391,78	0,11530	6.963,18	0,10849	6.552,19
9	63.053,06	0,08802	5.549,64	0,08219	5.182,52
10	65.824,79	0,06719	4.422,59	0,06227	4.098,74
<b>SUMAN</b>			<b>154.258,86</b>		<b>115.608,56</b>
Inversión			152.345,70		152.345,70
<b>Total</b>			<b>1.913,16</b>		<b>-36.737,14</b>

Elaborado: La Autora

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

$$TIR = 41 + 1 * \left( \frac{1.913,16}{38.650,30} \right) = 0.0494992\%$$

**TIR = 31,05%**

Los criterios de decisión basados en el TIR son:

Si el TIR es mayor a uno se hace la inversión

Si el TIR es menor a uno se rechaza la inversión

Si el TIR es igual a uno en indiferente para la inversión

**Análisis:** La TIR es de 31,05%, siendo superior a la tasa de inversión que es del 11,18% lo que significa que el proyecto es rentable, recomendándose su ejecución.

## Relación Beneficio/Costo

La relación beneficio/costo toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

**Cuadro 82**  
**Relación Beneficio/Costo**

Años	Costo Original	Factor Act. 11,18%	Costo Actualiz.	Ingreso Original	Factor Act. 11,18%	Ingreso Actualiz.
1	190.295,27	0,89944	171.159,62	247.383,85	0,89944	222.507,51
2	195.715,79	0,80900	158.333,40	254.430,53	0,80900	205.833,41
3	201.170,88	0,72765	146.381,13	261.522,14	0,72765	190.295,47
4	206.960,17	0,65448	135.450,34	269.048,22	0,65448	176.085,44
5	212.865,29	0,58866	125.305,90	276.724,88	0,58866	162.897,67
6	220.637,06	0,52947	116.820,33	286.828,18	0,52947	151.866,43
7	227.262,12	0,47623	108.228,18	295.440,76	0,47623	140.696,64
8	233.903,65	0,42834	100.189,83	304.074,75	0,42834	130.246,78
9	240.808,18	0,38527	92.775,05	313.050,63	0,38527	120.607,57
10	248.435,10	0,34652	86.088,72	322.965,63	0,34652	111.915,34
<b>TOTAL</b>			<b>504.102,12</b>			<b>655.332,76</b>

Elaborado: La Autora

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

$$R(B/C) = \frac{655.332,76}{504.102,12} = 1,30 \text{ Dólares}$$

Los criterios de decisión basados en el R (B/C) son:

Si la R (B/C) es mayor a uno se hace la inversión

Si la R (B/C) es menor a uno se rechaza la inversión

Si la R (B/C) es igual a uno en indiferente para la inversión

**Análisis.-** El proyecto se acepta por que la R (B/C) es mayor al costo de capital, por cada dólar invertido se obtendrá \$ 0,30 centavos de ganancia

### Periodo de Recuperación de Capital

El periodo de recuperación de capital es un indicador que permite conocer el tiempo en el cual uno podría recuperar el capital invertido en la empresa “Calza Gian’s” mediante el PRC. Sabremos la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días.

**Cuadro 83**  
**Periodo de Recuperación de Capital**

AÑO	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO ACTUALIZADO
0	152345,70		
1		47.582,96	47.582,96
2		48.661,10	96.244,06
3		50.506,33	146.750,39
4		49.629,11	196.379,50
5		53.405,68	249.785,18
6		55.877,89	305.663,07
7		55.793,70	361.456,77
8		60.391,78	421.848,55
9		63.053,06	421.848,55
10		65.824,79	487.673,34

Elaborado: La Autora

$$\text{PRC} = \text{Año Antes a Cubrir Inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{Primer Flujo}}{\text{Flujo de Año supera la Inversión}}$$

$$\text{PRC} = 3 + \frac{152.345,70 - 47.582,96}{196.379,50} = 0.533470848$$

$$\text{PRC} = 3 + 0,533470848 = 3,533470848$$

$$\text{Años} = 3 * 1 = 3$$

$$\text{Meses} = 0,53 * 12 = 6,36 \text{ meses}$$

$$\text{Días} = 0,36 * 30 = 10,8 \text{ días}$$

**Análisis.-** El periodo de recupera del capital (PRC), es de 3 año, 6 meses y 11 días

**Cuadro 84**  
**Análisis de sensibilidad con un incremento en los costos del 10,19%**

Años	Costo Original	Costo Incremen. 10,19%	Ingreso Total Original	Flujo neto	Actualización			
					Factor Act. 23,68%	Van Menor	Factor Act. 23,78%	Van Mayor
1	190.295,27	209.686,35	247.383,85	37.697,49	0,808538	30.479,86	0,80788496	30.455,24
2	195.715,79	215.659,23	254.430,53	38.771,30	0,653734	25.346,11	0,6526781	25.305,18
3	201.170,88	221.670,19	261.522,14	39.851,95	0,528569	21.064,50	0,52728882	21.013,49
4	206.960,17	228.049,41	269.048,22	40.998,81	0,427368	17.521,58	0,42598871	17.465,03
5	212.865,29	234.556,27	276.724,88	42.168,61	0,345543	14.571,09	0,34414987	14.512,32
6	220.637,06	243.119,98	286.828,18	43.708,20	0,279385	12.211,42	0,27803357	12.152,34
7	227.262,12	250.420,13	295.440,76	45.020,63	0,225893	10.169,87	0,22461908	10.112,49
8	233.903,65	257.738,43	304.074,75	46.336,31	0,182643	8.463,03	0,18146638	8.408,48
9	240.808,18	265.346,53	313.050,63	47.704,10	0,147674	7.044,67	0,14660396	6.993,61
10	248.435,10	273.750,64	322.965,63	49.214,99	0,119400	5.876,28	0,11843913	5.828,98
<b>Total</b>						<b>152.748,40</b>		<b>152.247,17</b>
Inversión						152.345,70		152.345,70
<b>VAN</b>						<b>402,71</b>		<b>-98,53</b>

Elaborado: La Autora

$$NTIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$NTIR = 23,68 + 0,10 \left( \frac{402,71}{501,24} \right) = NTIR 23,76\%$$

**Diferencia TIR** = 31,05 – 23,76 = 7,29

**Porcentaje de variación** (7,29 / 31,05)\*100= **23,48**

**Sensibilidad** 23,48 / 23,76 = **0,99**

### **Análisis**

Si el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

Si el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no se afecta

Si el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible

**Análisis.-** El coeficiente de sensibilidad con un incremento en los costos del 10,19%, es de 0,99 porcentaje menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a los cambios y no afecta a la rentabilidad.

**Cuadro 85**  
**Análisis de sensibilidad con un decremento en los ingresos del 7,30%**

Años	Ingreso Original	Ingreso Disminuido 7,30%	Costo Original	Flujo Neto	Actualización			
					Factor Act. 23,68%	Van Menor	Factor Act. 23,78%	Van Mayor
1	247.383,85	229.324,82	190.295,27	39.029,56	0,808538	31.556,89	0,80788496	31.531,39
2	254.430,53	235.857,10	195.715,79	40.141,31	0,653734	26.241,74	0,6526781	26.199,35
3	261.522,14	242.431,03	201.170,88	41.260,15	0,528569	21.808,83	0,52728882	21.756,01
4	269.048,22	249.407,70	206.960,17	42.447,53	0,427368	18.140,72	0,42598871	18.082,17
5	276.724,88	256.523,97	212.865,29	43.658,67	0,345543	15.085,97	0,34414987	15.025,13
6	286.828,18	265.889,72	220.637,06	45.252,66	0,279385	12.642,92	0,2780335	12.581,76
7	295.440,76	273.873,58	227.262,12	46.611,46	0,225893	10.529,22	0,00315092	14.766,87
8	304.074,75	281.877,29	233.903,65	47.973,64	0,182643	8.762,07	0,18146638	87.005,60
9	313.050,63	290.197,94	240.808,18	49.389,76	0,147674	7.293,59	0,14660396	72.400,73
10	322.965,63	299.389,14	248.435,10	50.954,04	0,119400	6.083,92	0,11843913	60.340,95
<b>Total</b>						<b>158.145,87</b>		<b>147.303,97</b>
<b>Inversión</b>						<b>152.345,70</b>		<b>152.345,70</b>
<b>VAN</b>						<b>5.800,18</b>		<b>-5.041,73</b>

Elaborado: La Autora

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

$$NTIR = 23,68 + 0,10 \left( \frac{5.800,18}{10.841,90} \right) = NTIR 23,73\%$$

**DIFERENCIA TIR = 31,05 – 23,73 = 7,32 %**

**PORCENTAJE DE VARIACIÓN (7,32 / 31,05)\*100= 23,56%**

**SENSIBILIDAD 23,56 / 23,73 = 0,99%**

## **ANÁLISIS**

Si el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

Si el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no se afecta

Si el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible

**Análisis.-** El coeficiente de sensibilidad con disminución en los ingresos del 7,30%, es de 0,99% porcentaje menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a los cambios y no afecta a la rentabilidad.



## **h.- CONCLUSIONES**

Una vez concluida la presente investigación se puede establecer las siguientes conclusiones

- ✓ Luego de haber realizado el estudio de mercado se determinan las circunstancias de la oferta y la demanda, el mismo que estima un total de demanda insatisfecha de 630.003, de pares de botines para cubrir la demanda en la provincia de Loja.
- ✓ Al instalar la empresa productora de botines para mujer y su comercialización en la provincia de Loja se iniciara con el 75% de su capacidad instalada, en el primer año, luego irá aumentando su producción hasta llegar a un 95% dejando un 5% cada cualquier eventualidad.
- ✓ La empresa productora de botines funcionara en el parque industrial de la ciudad de Loja, la misma que se encuentra ubicada en la zona norte de la ciudad, barrio Amable María, a 300 metros del Colegio Militar Lauro Guerrero
- ✓ La empresa productora de botines para mujer contará con todos los requisitos que manda la ley de compañías, considerando las ventajas que se obtendrá al constituirse como una empresa jurídica.
- ✓ La empresa productora y comercializadora de botines para mujer contará con dos tipos de inversiones una interna que asciende a \$ 72.345,70 correspondientes al 47,49% y con capital ajeno o financiado a través de la

Corporación Financiera Nacional que asciende a \$ 80.000,00 es decir al 52,51%

**En el estudio técnico se presenta las siguientes conclusiones:**

✓ una capacidad instalada para producir 12.672, pares de botines para mujer al año utilizando el 75% de la capacidad instalada, pero se iniciará cada año en un 5% hasta llegar al 95%.

**En el estudio Organizacional se concluye:**

✓ La empresa se constituirá como “Sociedad Anónima” y la razón social elegida es la denominación “**Calza Gian´s**”

**En el estudio financiero se presentan los siguientes resultados:**

**VAN** positivos de \$. 159.614,90, lo que demuestra que el proyecto es viable.

**TIR** es mayor al costo de capital con un porcentaje de 31,05%.

**R (B/C)** de \$1,30 dólares, por cada dólar invertido se obtendrá 0,30 centavos de dólar.

**PRC** el capital se recuperará en 3 años, 6 meses y 11 días

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD** el proyecto resiste un incremento en los costos del 18% y una disminución del 12,80% en sus ingresos, llegando a concluir que el proyecto no es sensible

## **i.- RECOMENDACIONES**

Una vez concluida la presente investigación se puede establecer las siguientes recomendaciones

- Es recomendable llevar un sistema de control y vigilancia de clientes, proveedores, competencia así como de otras variables del mercado, con la finalidad de obtener una base de datos actualizada para poder estar delante de la competencia y estar preparados para eventualidad que se presenten en el mercado.
- La empresa productora y comercializadora de botines debe desarrollar una estrategia de comercialización y posicionar su imagen empresarial, empezando por el logotipo, participar en ferias, diseñar un empaque para los botines con la finalidad de hacer publicidad de la empresa, realizar actividades en los puntos de venta que permitan el contacto directo de las consumidoras del producto para facilitar la difusión y verificación de las ventajas competitivas de nuestro botines.
- Realizar las previsiones de activos necesarios para poder mantener la producción de los botines, evitando la paralización de sus operaciones, cuando más se requiera cubrir los pedidos en el mercado.
- Efectuar un análisis de los factores externos como son: la situación económica del país, políticas gubernamentales así como vigilar a la competencia con la finalidad de estar atentos a los cambios que se presenten en el transcurso de las operaciones de la empresa.

- Implantar el proyecto tal como se lo plantea, por su viabilidad y efectividad, demostrando ser rentable y atractivo de inversión con índices positivos para los empresarios emprendedores.
- Mantener la calidad del producto así como de la materia prima ya que esta es percibida por las clientas de nuestros botines.
- Que la Universidad Nacional de Loja a través de la carrera de Administración de Empresas, realice proyectos empresariales con sus estudiantes de los octavos y novenos módulos y en el décimo módulo se liquide a la empresa esto con la finalidad de que los estudiantes pongan en práctica los conocimientos adquiridos de forma teórica.

## **j.- BIBLIOGRAFÍA.**

- "Administración financiera" James C. Van Horne. Segunda edición 1997
- Análisis de sensibilidad - PLProf. Pablo Lledó
- BACA, Gabriel; Evaluación de proyectos; Cuarta edición; México; 2005.
- BARRENO, Luís; Manual de formulación de proyectos; Primera edición; Quito; 2005.
- Beard, Tyler; Arndt, Jim. Art of the Boot. USA, Gibbs-Smith Publister, 1999
- BURNETT, John; Promoción, conceptos y estrategias; edt Mc Graw Hill; Primera edición; 1996
- Cervantes Ahumada Raul. Títulos y Operaciones de Crédito. Edit. Herreros S.A., México, 2010
- Comercio Exterior que de conformidad con la Resolución 468 del COMEXI adoptada el 30 de enero de 2009
- Fundamentos de administración Financiera " Fred Wueston.
- JANY, José Nicolás; Investigación integral de mercados; segunda edición; edt Mc Graw Hill; Colombia; 2000.
- KOTLER, Philip; Mercadotecnia; edt. Prentice Hall; Sexta edición; 1997
- Mancera, Miguel, A. La Industria del calzado. EDIGRAFOS S.A. México p. 32
- O'Keeffe, Linda, Zapatos. Un tributo a las sandalias, botas, zapatilla. Barcelona, Konemann, 1997

- Pallares Zoilo, Romero Diego & Herrera Manuel. Hacer Empresa México, Prentice-Hall, p 43
- PEREÑA BRAND, Jaime, GÉLINIER Octava. Dirección y gestión de proyectos, pág. 3
- Sadon, Arthur. Diccionario de Economía Edit. Oikos S.A. Barcelona España 2010
- SAPAG, Nassir; Preparación y evaluación de proyectos; edt Mc Graw Hill; Cuarta edición; 2003
- WEIERS M. Ronald. Investigación de mercados. México, Prentice-Hall, 19

## **k.- ANEXOS**

### **Anexo 1**

#### **TEMA**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE BOTINES PARA MUJER Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA”**

#### **PROBLEMÁTICA**

**A Nivel Nacional** en el Ecuador la crisis económica, no es diferente a la crisis mundial, de acuerdo con el informe del INEC, mientras el costo de la canasta familiar básica, es determinado en \$ 617.38, el salario básico es de \$ **318,00** para el año 2013, nada equitativo con la realidad actual de la economía; Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Inec) la inflación anual y acumulada a diciembre de 2012 se ubicó en 4,16%, con tendencia a la alza; siendo Manta, Cuenca y Esmeraldas las ciudades con mayor inflación; mientras que Machala, Quito y Loja son las de menos variación. Cabe mencionar que la inflación estuvo impulsada principalmente por el incremento en alimentos y bebidas no alcohólicas, comunicaciones, transportes, prendas de vestir y calzado.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup>Datos estadísticos del INEN. 2012

La deuda externa factor que influye en nuestra economía empresarial actualmente asciende a 14.710 millones en el año 2011; siendo aún más este el determinante para que no se invierta al cien por ciento en las necesidades sociales y se tenga que asignar gran cantidad de recursos para el pago de la misma, es importante mencionar que si bien el país no ha tenido un crecimiento sustancial este se sostuvo debido a las remesas de los migrantes, pero sin embargo con la crisis estos disminuyeron debido a que los compatriotas regresaron de Europa , Estados Unidos etc., por falta de empleo. <sup>48</sup>

**A Nivel Regional** también se ha podido observar que existe muy poca presencia de empresas productoras y de servicios, y las pocas que existen tienden a ser pequeñas y microempresas, se halla muy poca presencia de empresas grandes que se han dedicado a monopolizar los mercados obteniendo así todas las ganancias para estas.

En las empresas de la Zona 7 en la que está la ciudad de Loja, y el resto del país, se evidencia la deficiente aplicación de un correcto estudio de factibilidad para determinar si es factible o no la instalación de nuevas fábricas en la ciudad, lo que genera un bajo nivel de productividad y crecimiento de las empresas, y por ende un bajo desarrollo para el país, esto se ve demostrado en los altos índices de migración, el desempleo y la falta

---

<sup>48</sup>Banco Central del Ecuador.



de fuentes de trabajo, que le permitan a las personas desarrollar sus capacidades.

**A Nivel Local** en la ciudad de Loja a la mujer siempre le gusta estar a la moda, y más aún en lo que respecta al calzado sobresaliendo los botines es por ello que hemos visto la necesidad de crear una empresa productora de botines para mujer y su comercialización en la provincia de Loja, ya que en nuestra ciudad no existen fábricas de calzado y menos aún de botines de mujer que sean de buena calidad y excelente diseño.

Existiendo de una total dependencia de otros países como la China, Brasil y Colombia en mayor grado, así como de otras ciudades principalmente de Ambato y Cuenca, no se cuenta con mano de obra especializada y artesanal, lo que incita a tener problemas en lo que a producción se refiere, incumplimiento de plazos pactados para la entrega del pedido y como consecuencia de ello fallas en los pagos.

Considerándolo a este como un problema, es una gran oportunidad para partir de cero a la creación de una empresa fabricante de botines de mujer en diferentes clases de materiales como cueros de animal bovino, materiales sintética, etc. utilizando una tecnología moderna.

Por lo anteriormente anotado podemos delimitar el problema de la siguiente manera:

“LA FALTA DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE BOTINES PARA MUJER, NO PERMITE UN BUEN DESARROLLO EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE LOJA”

## **JUSTIFICACIÓN**

### **JUSTIFICACIÓN ACADÈMICA**

El presente trabajo investigativo se justifica por la necesidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos en la Universidad Nacional de Loja, a través de sus postulados y objetivos básicos del Sistema Académico Modular por Objetos de Transformación (SAMOT), para el proceso de enseñanza-aprendizaje, que permite formar profesionales con conocimientos teóricos-prácticos a través de la aplicación de herramientas administrativas a la problemática empresarial y de la colectividad.

La misma que me permitirá aplicar mis conocimientos adquiridos y ponerlos a disposición de quienes lo requieran dentro de la comunidad, a la vez me servirá para obtener mi título como Ingeniera Comercial.

### **JUSTIFICACIÓN SOCIAL**

Como un aporte a la sociedad, deseo compartir los conocimientos adquiridos, con el fin de brindar un desarrollo social, cultural, y de desarrollo

empresarial lo que se logra a través de la investigación. Estoy segura de que con mis ideas aportadas, estoy coadyuvando al desarrollo empresarial de mi ciudad y del país, aplicando correctamente el sistema de Elaboración y Evaluación de Proyectos, para tratar de cubrir con todas las expectativas de crear ideas sustentables que permitirá reducir la migración de nuestros conciudadanos a través de la generación de empleo ofreciendo un producto de alta calidad, comodidad y satisfacción para nuestras consumidoras.

### **JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA**

A través de la correcta aplicación de la Elaboración de proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de botines para mujer y su comercialización se pretende lograr una buena aceptación de la población femenina y por ende una buena remuneración, logrando acrecentar la empresa en la ciudad y en la provincia aportando de esta manera al desarrollo socio económico de nuestro ciudad y del país.

### **OBJETIVOS**

#### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de botines para mujer y su comercialización en la provincia de Loja.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- ✓ Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda en la producción y comercialización de botines para mujer y cuantificar la demanda insatisfecha.
- ✓ Elaborar un estudio técnico para analizar y determinar el tamaño y la localización óptima del proyecto.
- ✓ Realizar el estudio organizacional y administrativo para la empresa productora de botines para mujer.
- ✓ Establecer un estudio económico - financiero el cual nos permita determinar los costos necesarios para la inversión
- ✓ Realizar la evaluación financiera que nos permita determinar si es o no factible invertir, a través de la aplicación de indicadores financieros como son: VAN, TIR, PRC, B/C y Sensibilidad

## Anexo 2

### Depreciaciones de construcción

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		2545,00		50900,00
1	48355,00		2417,75	45937,25
2	45937,25		2417,75	43519,50
3	43519,50		2417,75	41101,75
4	41101,75		2417,75	38684,00
5	38684,00		2417,75	36266,25
6	36266,25		2417,75	33848,50
7	33848,50		2417,75	31430,75
8	31430,75		2417,75	29013,00
9	29013,00		2417,75	26595,25
10	26595,25		2417,75	24177,50
11	24177,50		2417,75	21759,75
12	21759,75		2417,75	19342,00
13	19342,00		2417,75	16924,25
14	16924,25		2417,75	14506,50
15	14506,50		2417,75	12088,75
16	12088,75		2417,75	9671,00
17	9671,00		2417,75	7253,25
18	7253,25		2417,75	4835,50
19	4835,50		2417,75	2417,75
20	2417,75		2417,75	0,00

### Depreciación de maquinaria y equipos

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		1600,00		16000,00
1	14399,99		1440,00	12959,99
2	12959,99		1440,00	11519,99
3	11519,99		1440,00	10079,99
4	10079,99		1440,00	8639,99
5	8639,99		1440,00	7200,00
6	7200,00		1440,00	5760,00
7	5760,00		1440,00	4320,00
8	4320,00		1440,00	2880,00
9	2880,00		1440,00	1440,00

10	1440,00		1440,00	0,00
----	---------	--	---------	------

### Depreciación Vehículo

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		3599,99		18000,00
1	14399,97		2879,99	11519,97
2	11519,97		2879,99	8639,98
3	8639,98		2879,99	5759,99
4	5759,99		2879,99	2879,99
5	2879,99		2879,99	0,00

### Depreciación de muebles y enseres

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		122,00		1220,00
1	1097,99		109,80	988,19
2	988,19		109,80	878,39
3	878,39		109,80	768,59
4	768,59		109,80	658,79
5	658,79		109,80	549,00
6	549,00		109,80	439,20
7	439,20		109,80	329,40
8	329,40		109,80	219,60
9	219,60		109,80	109,80
10	109,80		109,80	0,00

### Depreciación de equipos de oficina

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		39,50		395,00
1	355,49		35,55	319,94
2	319,94		35,55	284,39
3	284,39		35,55	248,84
4	248,84		35,55	213,29
5	213,29		35,55	177,75
6	177,75		35,55	142,20
7	142,20		35,55	106,65
8	106,65		35,55	71,10

9	71,10		35,55	35,55
10	35,55		35,55	0,00

### Depreciación de equipos de computación

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		1146,63		3440,00
1	2293,26		764,42	1528,84
2	1528,84		764,42	764,42
3	764,42		764,42	0,00

### Depreciación de maquinaria y equipos

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		40,80		408,00
1	367,19		36,72	330,47
2	330,47		36,72	293,75
3	293,75		36,72	257,03
4	257,03		36,72	220,31
5	220,31		36,72	183,60
6	183,60		36,72	146,88
7	146,88		36,72	110,16
8	110,16		36,72	73,44
9	73,44		36,72	36,72
10	36,72		36,72	0,00

### Anexo 3

Materiales			
Cantidad	Articulo	Características	Gráfico
100 m <sup>2</sup>	Cuero	Deferentes piezas de piel de diferente color para la fabricación de los botines	
100 m <sup>2</sup>	Gamuza	Deferentes piezas de gamuza diferente color para la fabricación de los botines	
1000 m	Cierres	Rollos de cierres para cortarlos a la medida que se desea que vaya en el botín	
1000	Hebillas	Sirven para ajustar los botines y también como adorno de los mismos	
10	Hilos	Diferentes colores descuerdo al color de las pieles como de las gamuzas con la finalidad de dar un buen acabado y presencia al botín,	
1000	Suelas de Poliuretano	Sirve para proteger la planta del pie y proporcionar tracción y mayor fricción para evitar caídas	



**ÍNDICE**

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización de tesis	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Título	1
Resumen	2
Abstract	6
Introducción	10
Revisión de Literatura	13
Materiales y Métodos	60
Resultados	69
Discusión	88
Conclusiones	199
Recomendaciones	201
Bibliografía	203
Anexos	205
Índice	215