



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

## **TITULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SUÉTERES, BUFANDAS Y CHALES, TEJIDOS EN PUNTO FINO Y SU COMERCIALIZACIÓN PARA LAS DAMAS EJECUTIVAS DE LA CIUDAD DE QUITO”**

TESIS PREVIA A OBTENER EL  
TITULO DE INGENIERA COMERCIAL

## **AUTORA:**

**ROSA SULINA TORRES BRAVO**

## **DIRECTOR:**

**ING. EDISON ESPINOSA BAILÓN**

**LOJA- Ecuador  
2014**

## ***CERTIFICACIÓN***

**ING. EDISON ESPINOSA BAILÓN: DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA.**

**DIRECTOR DE TESIS.**

***CERTIFICA:***

Que el trabajo de grado titulado: **“Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora de Suéteres, Bufandas, y Chales Tejidos en Punto Fino, y su Comercialización para las Damas Ejecutivas de la Ciudad de Quito”**. Elaborado por, Rosa Sulina Torres Bravo, de la Universidad Nacional de Loja, Carrera de Administración de Empresas, Modalidad de Estudios a Distancia, ha sido debidamente revisado, y dirigido, en tal virtud, autorizo su presentación una vez que este trabajo cuenta con todos los requerimientos establecidos por la Universidad, el mismo que podrá ser sustentado, observando la normativa que para el efecto requiere.

Loja, Octubre del 2014

Atentamente,

**ING: Edison Espinosa Bailón**

**DIRECTOR DE TESIS**

## ***AUTORÍA***

Por medio de la presente. Yo ROSA SULINA TORRES BRAVO, con cédula de identidad N° 1706921564. 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 a 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

**Autor:** Rosa Sulina Torres Bravo

**Firma:** .....

**Cédula** 1706921564

**Fecha** Loja, octubre del 2014

**CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR,  
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION, PARCIAL O TOTAL, Y  
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Rosa Sulina Torres Bravo, declaro ser autora de la tesis Titulada,  
“**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA DE SUÉTERES, CHALES, Y BUFANDAS,  
TEJIDOS EN PUNTO FINO, Y SU COMERCIALIZACIÓN PARA LAS  
DAMAS EJECUTIVAS DE LA CIUDAD DE QUITO.**” Como requisito para  
optar al título de **Ingeniera Comercial**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la  
Universidad Nacional de Loja, para que con fines académicos, muestre al mundo  
la producción intelectual de la Universidad.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes  
de información del país y del 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 09 días del mes de  
octubre del 2.014, firma el autor.

**Firma:** .....

**Autor:** Rosa Sulina Torres Bravo

**Cedula:** 1706921564

**Dirección:** Av. Ilalo, y Luis Hernández Sector Conocoto, Ciudad de Quito

**Correo Electrónico:** rosysuly@yahoo.com

**Teléfono:** 0998031575

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Director de Tesis:** Ing. Edison Vinicio Espinosa Bailón

**Tribunal de Grado:**

Dr. Mg, Sc Luís Quizhpe Salinas **PRESIDENTE**

Ing. Mg, Sc Galo Salcedo López **VOCAL**

Ing. Mg, Sc Carlos Rodríguez Armijos **VOCAL**

## ***AGRADECIMIENTO***

A Dios, con mucha humildad quiero agradecerle, por su amor incondicional, por ser mi horizonte, y haberme guiado por el camino de la verdad y sabiduría, al permitirme estudiar esta hermosa carrera.

Mi agradecimiento especial a la Universidad Nacional de Loja, y a sus Autoridades Académicas, Quienes, con su apoyo me han brindado la oportunidad de superarme académicamente, y formarme como futura profesional, y de esta manera ser útil a la sociedad

A mis Docentes Tutores, que en el transcurso de esta carrera sembraron en mí sus capacidades, que con su esfuerzo y entrega me inculcaron sus mejores conocimientos para ser una profesional capaz de enfrentar los retos de la vida

De manera muy especial al Ing. Edison Espinosa, Director de Tesis le agradezco por su valioso tiempo brindado, quien con su sabiduría y conocimientos, supo proporcionarme la orientación y enseñanzas necesarias, para el desarrollo de mi tesis, y culminar con éxito mi trabajo de graduación, que Dios bendiga su vida.

Rosa Sulina Torres Bravo

## ***DEDICATORIA***

Al Señor Jesucristo: Quien en todo momento ha sido mi horizonte mi guía, mi camino, quien me ha brindado sabiduría y fortaleza para obtener este bello triunfo. Por haber iluminado mi mente durante mi estudio y la elaboración de este trabajo que fue construido bajo la guía de su Santo Espíritu.

El éxito que obtenemos en nuestra vida se logra por medio del apoyo y la comprensión de las personas queridas que están a nuestro lado, por esta razón agradezco de manera especial a, todos aquellos que de alguna forma me han ayudado a obtener este logro académico:

A mí amada familia: mis padres que con su sabiduría supieron inculcarme buenos, principios, y valores, a mi esposo e hijos, y nieto, por ser mi pilar fundamental, gracias a su apoyo, y comprensión, que me brindaron en los momentos difíciles de este trascurso, han sido mi inspiración para obtener este logro, los amo con mi vida.

Rosa Torres Bravo

**a). TÍTULO:**

***“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SUÉTERES, BUFANDAS, Y CHALES, TEJIDOS EN PUNTO FINO, Y SU COMERCIALIZACIÓN PARA LAS DAMAS EJECUTIVAS DE LA CIUDAD DE QUITO”***

***b). RESUMEN:***

El presente proyecto de tesis, denominado, PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA, LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SUÉTERES, BUFANDAS, Y CHALES TEJIDOS EN PUNTO FINO Y SU COMERCIALIZACIÓN PARA DAMAS EJECUTIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, por lo que se asume que es una empresa textil orientada a la producción del vestido, dirigida al mercado femenino moderno, en ella se seleccionó modelos originales novedosos e innovadores en una línea completa con prendas para toda ocasión. Se utilizó materiales e insumos de calidad y las prendas serán detalladamente manufacturadas.

El objetivo general es, determinar la factibilidad de, la creación de una empresa productora de suéteres, bufandas, y chales, en la Parroquia Centro Histórico de la ciudad de Quito.

En el Estudio de Mercado, se realizó el análisis de la demanda, potencial, real, y efectiva, datos que se obtuvo con la aplicación de encuestas a los posibles consumidores. Posteriormente se determinó el **análisis de oferta**, datos que se obtuvo por medio de las encuestas aplicadas a los comerciantes del producto. Con la realización de las encuestas, se determinó el deseo, satisfacción y preferencia de las futuras consumidoras, además se determinó el precio del producto, y sus características.

En el **Estudio Técnico**, Se analizó el funcionamiento, y operatividad del tamaño del proyecto, y todo lo relacionado a instalaciones. En lo que respecta a



localización de instalación, estará ubicado entre las calles Mejía y García Moreno. Posteriormente se calculó la capacidad instalada de producción a una eficiencia del 95%, produciendo 100 suéteres, 100 bufandas, y 100 chales diarios. Además se analizó, el tipo de producto, así como la descripción del proceso productivo.

La estructura organizacional, y funcional, de la empresa, nos permite establecer las responsabilidades y el perfil profesional del personal. Además se detalla, como estará conformada la estructura organizacional, y empresarial, la misma que estará representada a través de organigramas como son: Estructural, Posicional, y Funcional, en la cual su responsable será el Gerente, el mismo que tiene a su cargo delegar responsabilidades a todo el personal que va a laborar en la organización.

En el **estudio económico-financiero**, se fijaron los recursos requeridos para el funcionamiento de la empresa. Además se estructuró los Estados, de Resultados, Flujo de Caja. Por medio de los cuales se determinó los Criterios de Evaluación económica, y se logró establecer que el proyecto es rentable al obtener un valor actual neto (VAN) positivo de 99.204,13 dólares., una tasa interna de retorno (TIR) de 45,47% mayor a la TMAR; un periodo de recuperación del capital, (PRC) de, 3 años, 5 meses, con 12 días; una Relación Beneficio Costo, (R/BC) del proyecto por cada dólar invertido se obtendrá 34 centavos de dólar de rentabilidad, y por último, el Análisis de Sensibilidad refleja resultados aceptables el cual determina que el proyecto resiste un incremento en los costos del 19.5%, y una disminución en los ingresos del 15%. El estudio económico determinó que

desde el punto de vista del análisis financiero, es viable la ejecución del proyecto, por lo tanto es factible iniciar con las actividades de la empresa.

❖ ***ABSTRACT:***

The present projects contain:

The company is engaged in the manufacture of sweaters, shawls, and scarves, woven in fine point, for executive ladies, so it is assumed that this is a company oriented to the production of clothing aimed at the female market modern, original and selecting models innovators with a complete line of products for all occasions. From our original designs defined the female wardrobe.

Using quality materials and supplies manufactured and thoroughly, keeping constantly in order to meet the wishes of good dress, elegance, style, and versatility of our consumers Maintaining continuous improvement of our garments and profitability.

The report N°1, details the concepts of market research and product features, surveys that determine the desire, satisfaction and preference of the future consumers, too considers the future price of the product and the price that the future consumers ladies are willing to pay. In the Technical Study, were analyzed the size of the project, and all related facilities and the costs that each of them has. We also calculated the production capacity to 95% efficiency, producing 100 sweaters, 100 scarfs, shawls and 100 newspapers. Also details such as the organizational structure will consist of the company, will be represented dare of an organization chart, in which its head is the Manager, the same that is

responsible for delegating responsibilities to all staff who will work in the organization. On the financial side the resources required for the operation of the company is fixed. Furthermore, States Result , Cash Flow , right through which the economic evaluation criteria are determined , and achievement to establish that the project is profitable to obtain a positive net present value (NPV ) of \$ 99,204.13 was structured , an internal rate of return (IRR ) of 45.47 % higher than the MARR , a payback period of capital (PRC ) for 3 years , 5 months , 12 days, Benefit Cost Ratio ( CBR) project for every dollar spent 34 cents of return , finally, Sensitivity Analysis reflects acceptable results which resists determines that the project costs increased 19.5 % and a decrease in revenue of 15%.

The economic study found that, from the point of view of financial analysis is feasible project implementation, so it is feasible to start with the activities of the company

### ***c). INTRODUCCIÓN:***

Ecuador sufre inestabilidad en su economía, nuestra población está en crisis debido al costo de vida y al desempleo, todo esto se debe a la poca productividad en lo que se refiere a industria textil. Es por este motivo que la actividad empresarial en nuestro País se ve obligada a crear, renovar, e innovar y ofrecer nuevos métodos de servicio a los clientes. Para ello es preciso que los gobiernos de turno faciliten y den el apoyo oportuno al ciudadano que tengan en mente crear su propia empresa.

El presente proyecto está relacionado con la industria textil, dedicado a la producción, suéteres chales, y bufandas, tejidos en punto fino, y su comercialización para damas ejecutivas de la Parroquia Centro Histórico de Quito. Tiene como objetivo, determinar la factibilidad de la empresa, para esto es necesario realizar una serie de estudios como, de mercado, técnico, organizacional, y económico-financiero. Estos se deben realizar con bases positivas, ya que los parámetros que se establezcan en los mismos, serán importantes para la evaluación económica del proyecto. En Quito existen mujeres ejecutivas que requieren comodidad y elegancia en su vestir, para esto es necesario que una empresa se dedique a atender las necesidades requeridas por las mujeres a quienes se les pueda ofrecer producto que sean de buena calidad, y durabilidad a precios accesibles. Es así que con la creación de la empresa, se logre cubrir las expectativas de las de las damas, ofreciéndoles un producto acorde con su gusto y deseo del buen vestir.

Durante el desarrollo del trabajo vamos a encontrar algunas etapas, entre las cuales se destacan, la revisión de literatura en donde se recoge el argumento necesario para fundamentar teóricamente la idea del negocio, seguidamente se plantea los materiales, métodos, y técnicas utilizadas en el desarrollo del trabajo; los resultados son los datos numéricos obtenidos por el proceso de investigación del mercado, datos que fueron obtenidos mediante la aplicación de dos encuestas dirigida a las posibles consumidoras, los mismos que fueron determinados por medio de encuestas aplicadas en el mercado o área de influencia, y una encuesta aplicada a los ofertantes del producto. Con los resultados que se obtuvo se plantea la discusión, y se determina el proceso de trabajo, por medio de cuatro estudios, estos son:

**El Estudio de Mercado**, es una de las partes fundamentales en nuestro proyecto de inversión, ya que a través de él se estima la cantidad de bienes y servicios que provienen de la nueva unidad de producción, la investigación de mercado es un medio concreto, que nos permite obtener la información detallada del mercado al que se pretende ingresar con el producto, el mismo que nos dará las herramientas necesarias para poner en marcha la empresa. El estudio de mercado se realizó en la Parroquia Centro Histórico de la ciudad de Quito, el mismo que nos permitirá conocer con mayor certidumbre nuestra demanda. En esta fase, se presentan las características y descripciones del producto, la transformación, el análisis de la demanda, oferta y precio, así como la comercialización y canales de distribución a utilizar. El análisis del Estudio de Mercado, determinó que existe una demanda efectiva inicial de 851.677,00; de igual manera la oferta es de

664.080,00 por lo tanto se determinó que la demanda insatisfecha en el primer año es de 204.205 información acertada que nos permitió determinar la estrategia de mercado.

**El Estudio Técnico**, contiene la información necesaria para la instalación de la empresa, tales como, factores de tamaño y localización; macrolocalización y microlocalización. La ingeniería del Proyecto, permite destacar los aspectos más importantes relacionados con la tecnología, y el proceso productivo.

**Posteriormente se realizó el Estudio Organizacional**, el mismo que se determinó de acuerdo a los siguientes aspectos: Organización Jurídica que será el marco legal sobre el cual se desarrollaran las actividades. Se constituirá una Compañía de Responsabilidad Limitada, Igualmente se presenta la organización administrativa con las unidades que la conforman y sus niveles de dirección y ejecución respectivas, plasmadas en manuales de funciones, y organigramas.

**El estudio financiero**, que sirvió de referencia para establecer su factibilidad de ejecución al registrar indicadores económicos, financieros significativos, luego de conocer los resultados de las inversiones, los presupuestos, los estados financieros y el flujo de caja, mediante los cuales se logró establecer la, **evaluación financiera**, aplicando los indicadores de evaluación como, VAN; TIR; PRC; RBC., y el análisis de sensibilidad, AS, con el aumento en los costos, y la disminución en los ingresos. En base a los estudios realizados se determina la factibilidad del proyecto investigativo, El estudio económico determinó que, desde el punto de vista del análisis financiero, el proyecto es rentable de acuerdo a

los resultados obtenidos según los indicadores. Con lo cual se cumple los objetivos propuestos por la aspirante. Además Se llegó a determinar las conclusiones, y recomendaciones correspondientes.

## ***d). REVISIÓN DE LITERATURA***

### **❖ MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

Según Carlos Sabino, afirma que el planteamiento de una investigación no puede realizarse si no se hace explícito aquello que nos proponemos conocer: es siempre necesario distinguir entre lo que se sabe y lo que no se sabe con respecto a un tema para definir claramente el problema que se va a investigar. “El marco teórico referencial tiene el propósito de dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permitan abordar el problema.

**“Suéter:** Es una prenda de vestir usada para abrigarse. Proviene del inglés *sweater*, que se refiere a una prenda para sudar. Los materiales más comunes con los que se fabrican los suéteres son algodón, lana o telas sintéticas que ayudan a abrigar y evitar el paso del frío

**“Chal:** Paño más largo que ancho que se utiliza como abrigo sobre los hombros

**“Bufanda:** Prenda de vestir que consiste en una tira larga y amplia de tela generalmente es de lana o seda, se envuelve y abriga el cuello y la boca

**Diseño.-** dependiendo de su diseño, los suéteres pueden clasificarse en suéteres con botones al frente, suéteres sin botones, de manga larga, de manga corta o sin mangas, denominado chaleco”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>[www.es.wkaipedia.org/wipi/lana](http://www.es.wkaipedia.org/wipi/lana)



## **GENERALIDADES**

En la actualidad el vestir se ha convertido en una moda, de una serie de variaciones sometidas a la fantasía de sus creadores y a los deseos de los usuarios. La industria textil ecuatoriana es de las más populares e importantes para nuestra sociedad, por cubrir una necesidad básica como es el vestido, por ser intensa en la utilización de mano de obra, etc. Desde tiempos de la colonia se instalaron los obreros para la obtención de productos textiles debido a la disponibilidad de materias primas y a la habilidad de los indígenas para elaborarlos.

**Uso del Suéter**.- Los suéteres se utilizan en invierno o en épocas del año en las que el clima temporal es frío. De igual manera se utilizan en países o regiones cuyo clima invernal hace que el uso de suéteres sea necesario.

**Moda**.- Es importante buscar comodidad y estilo, elegancia, pero es primordial que el suéter se ajuste a las características físicas de cada persona. La presentación de los suéteres pueden ser en muchos estilos como: sacos, cortos, al cuerpo, etc.

“Sin embargo, estas prendas también se han convertido en elementos de la moda y, en ocasiones, dejan de lado la función principal de abrigar el cuerpo. Muchas personas utilizan los suéteres atados a los hombros como accesorio del resto de la vestimenta o atados a la cintura. La practicidad de los suéteres hace que estén entre las prendas de vestir más usadas alrededor del mundo”<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup>[www.es.wikipedia.org/wiki/Lana](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Lana)

**ORÍGENES DE LA LANA.-** Los orígenes de la lana provienen de los animales ovinos y/o puede ser también de origen artificial o creada por el hombre.

**Esquila y obtención de la lana.-** La esquila es el corte del pelo en los animales para el aprovechamiento de la lana. Antes de realizar el esquilado hay que tomar una serie de cuidados que permitirán realizar la tarea más eficientemente, inspeccionando la calidad y estado del vellón de la lana. La esquila se realiza una vez por año.

**Método de esquilado.-** El método esquilado es uno de los métodos tradicionales y más antiguos, donde el animal es atado antes de comenzar a cortar el vellón.

**Instrumentos.-** La esquila, se puede hacer a mano con tijeras (esquila manual) o con máquina para esquilar (esquila mecánica).

**Ovejas y calidad de la lana.-** Las lanas más valiosas son las que proceden de ovejas de tres a seis años. Una oveja produce al año de uno a 3 kilos de lana fina o de dos a seis kilos de lana gruesa.

**Lavado de la lana.-** La lana recién esquilada suele presentarse muy sucia por lo que, antes de proseguir con su elaboración, es preciso limpiarla convenientemente, a fin de ahorrar el costo del flete de las impurezas.

## **CARACTERÍSTICAS DE LA LANA**

**Clasificación de Lanas.-** Se realiza tomando en cuenta una serie de características, de las cuales las más importantes son las siguientes: finura, longitud, regularidad en el grado de ensortijado y finura, uniformidad, resistencia

y alargamiento, elasticidad, flexibilidad, color, brillo y rendimiento. “La producción mundial de lana lavada es de alrededor de 2 millones de toneladas, siendo los principales productores Australia, Uruguay, la disuelta Unión Soviética, Nueva Zelanda, China y Argentina”<sup>3</sup>

### Características de la lana

RAZA	GROSOR	RENDIMIENTO	USO
Merino	Fina	75% al 85%	Tejidos muy finos
Corroedle	cruza fina	50% al 60%	Tejidos finos

**Propiedades físicas de la lana,** las propiedades físicas de la lana son:

**Resistencia:** es la propiedad que le permite a la lana estirarse en gran proporción. Esto es muy importante, desde el punto de vista textil, dados que procesos de industrialización tales como cardado, peinado e hilado.

**Elasticidad:** esta propiedad, está íntimamente relacionada con el interior, se refiere al hecho que la lana regresa a su largo natural.

**Flexibilidad:** es la propiedad de las fibras de lana, por lo cual se pueden doblar con facilidad, sin quebrarse o romperse.

**Propiedades químicas de la lana,** las propiedades químicas son:

---

<sup>3</sup> [www.es.wkaipedia.org/wipi/lana](http://www.es.wkaipedia.org/wipi/lana)

***Efecto de los álcalis:*** la proteína de la lana, que recibe el nombre de queratina, es particularmente susceptible al daño de álcalis. Por ejemplo, soluciones de hidróxido de sodio al 5%, a temperatura ambiente, disuelven la fibra de lana.

***Efecto de los ácidos:*** la lana es resistente a la acción de los ácidos suaves o diluidos, pero en cambio los ácidos minerales concentrados, como por ejemplo, el sulfúrico y el nítrico provocan desdoblamiento y descomposición de la fibra.

***Efecto de los solventes orgánicos:*** la mayoría de los solventes orgánicos usados comúnmente para limpiar y quitar manchas de los tejidos de lana, son seguros, en el sentido que no dañan las fibras de lana.

### **Propiedades biológicas de lana**

***Microorganismos:*** la lana presenta cierta resistencia a las bacterias y los hongos; sin embargo, estos microorganismos pueden atacar las manchas que aparecen en la lana.

***Insectos:*** desde el momento en que la lana es considerada como proteína para los insectos y que por lo tanto puede ser un producto alimenticio modificado, presenta una fuente de alimento para distintos tipos de insectos. Las larvas de la polilla de la ropa y del escarabajo de las alfombras son los predadores más comunes de la lana.

**MODELOS DE SUÉTERES** “En el mercado podemos encontrar una gran gama de suéteres, aunque en muy diferentes escalas, que responden primordialmente a la necesidad de vestir de las damas teniendo las siguientes variedades”<sup>4</sup>

A continuación se presenta los modelos de suéteres existentes en el mercado:

**Cuadro N° 1  
MODELOS DE SUETERES**

<b>Abiertos</b>	<b>Cerrados</b>
<b>con botones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ forrados de tela</li> <li>➤ forrados con el mismo hilo o de diferente color</li> <li>➤ de madera</li> <li>➤ de plástico</li> <li>➤ De metal (dorados o plateados)</li> <li>➤ de piel</li> </ul>	<b>con cuello V</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ cuello de ojal</li> <li>➤ cuello camisero</li> <li>➤ cuello redondo</li> <li>➤ cuello de tortuga</li> <li>➤ cuello de cisne</li> </ul>
<b>con cierre:</b>	<b>con aplicaciones:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ de plástico</li> <li>➤ de metal</li> <li>➤ con broches</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ de madera</li> <li>➤ de estambre de hilo</li> <li>➤ cuero</li> </ul>

### **GENERALIDADES DE LA INDUSTRIA TEXTIL**

**INDUSTRIA.-** la industria es el conjunto de procesos y actividades que tiene como finalidad transformar la materia prima en producto terminado.

<sup>4</sup> [www.es.wkaipedia.org/wipi/lana](http://www.es.wkaipedia.org/wipi/lana)

**Textil:** término genérico (derivado del latín tereré, tejer') aplicado originalmente a las telas tejidas, pero que hoy se utiliza también para filamentos, hilazas e hilos sintéticos. “En épocas prehistóricas se utilizaban pelo de animales, plantas y semillas para obtener fibras. La seda empezó a utilizarse en China, y a mediados del siglo XVIII se crearon las primeras fibras sintéticas”<sup>5</sup>

**FIBRAS TEXTILES.-** Son las que se pueden hilar o utilizar para fabricar telas mediante operaciones como tejido, trenzado o fieltado. El tejido, una de las primeras actividades artesanales, ya se practicaba en el neolítico, como lo demuestran los fragmentos de fibras de lino hallados en los restos de poblados de Suiza. En el antiguo Egipto los primeros textiles se tejían con lino; en la India, Perú y Camboya con algodón; en Europa meridional con lana y en China con seda.

### Cuadro N° 2

#### Clasificación de las Fibras Textiles

NOMBRES	PROPIEDADES
LANA:	Los antiguos pueblos del Cáucaso vestían mantos de lana denominados shal (de donde deriva la palabra chal). Las ovejas se criaban por su lana además de por su carne y su piel

<sup>5</sup> [www.es.wkaipedia.org/wipi/lana](http://www.es.wkaipedia.org/wipi/lana)

ALGODÓN:	Aunque el algodón es la fibra textil más común en la actualidad, fue la última fibra natural en alcanzar importancia comercial. En el siglo V a.C. el historiador griego Heródoto informaba que uno de los productos valiosos de a India era una planta silvestre cuyo fruto era el vellón. Durante los siglos XV y XVI los exploradores europeos encontraron textiles de algodón en las Antillas y Sudamérica. Se convirtió en la fibra más importante del mundo en cuanto a su cantidad, su bajo costo y su utilidad.
SEDA:	Según la leyenda china, la seda empezó a tejerse en el siglo XXVII a.C. durante el reinado del emperador Huang Ti, cuya esposa desarrolló supuestamente la técnica de devanar el hilo del gusano de seda para tejerlo.

### **LA PRODUCCIÓN TEXTIL**

La producción y distribución de textiles es relativamente complicada.

Según el tipo de tela, la materia prima tanto las fibras vegetales o animales como los productos químicos puede prepararse de forma independiente.

“El primer paso en la fabricación de textiles implica la producción de la materia prima, ya sea el cultivo de algodón, u otras plantas, la cría de ovejas o gusanos de seda, o la producción química de fibras

Posteriormente la fibra se hila y se usa el hilo para tejer las telas. Luego del teñido y el acabado, el material puede suministrarse directamente al fabricante de productos textiles”<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> [www.colurmart.com](http://www.colurmart.com) industrias

### **Proceso de la Fibra.**

La fibra de algodón, el vellón de las ovejas deben ser procesados antes de hilarlos.

El algodón en bruto se procesa con la desmotadora, que elimina las semillas y otras impurezas, antes de ser transportado en balas a la hilatura.

### **La seda:**

Se desenrolla de los capullos después de ablandar la goma natural en agua caliente, lo que permite una separación fácil sin romper las finas fibras. Los filamentos continuos se agrupan y se tuercen para formar hilos de varias hebras.

“**Hilado:** Para obtener hilo a partir de filamentos continuos basta torcerlos, pero en el caso de las fibras cortas hay que cardarlas para combinar las fibras en una estructura continua semejante a la de una cuerda.

**Tejido:** Para tejer se utiliza el telar y dos conjuntos de hilos, denominados urdimbre (o pie) y trama.

Los hilos de la urdimbre van a lo largo del telar, mientras que los de la trama van en dirección transversal.

### **Teñido y estampado:**

Los textiles pueden teñirse de distintas formas, las telas pueden colorearse una vez tejidas, o antes de tejer.



Se puede teñir con tinte, previamente incorporando pigmentos coloreados en la solución de hilado”<sup>7</sup>

## **CLASIFICACION DE TEJIDOS TEXTILES**

Variando el método de tejido es posible producir muchas telas diferentes.

Tejido liso

Tejido estilo acordeón

Tejido plano

Punto de cruz

## **❖ MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL:**

### **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

El estudio de factibilidad es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado.

**PROYECTO.-** “Se puede definir como la búsqueda de la solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad. También se puede definir como el conjunto de las actividades que desarrolla una

---

<sup>7</sup> [www.colurmart.com](http://www.colurmart.com) industrias

persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada”<sup>8</sup>

**Proyecto de Factibilidad.-** El significado de proyecto factible se refiere a aquellas propuestas que, por sus características, pueden materializarse para brindar solución a determinados problemas. Para el desarrollo de un proyecto factible, se necesita elaborar el diagnóstico de una situación, luego se debe sustentar teóricamente a través de un documento, el mismo que permitirá plantear la propuesta, y llevarla a su fin. Además es necesario establecer qué recursos se necesitarán y qué metodología será empleada. Hay proyectos que pueden ser factibles técnicamente, pero no viables financieramente.

## **TIPOS DE PROYECTOS DE FACTIBILIDAD**

**Factibilidad Económica** “Consiste en que se dispone del capital en efectivo o de los créditos de financiamiento necesario para invertir en el desarrollo del proyecto, luego de determinar que sus beneficios a obtener son superiores a sus costos en que incurrirá al desarrollar e implementar el proyecto o; tomando en cuenta la recesión económica y la inflación para determinar costos a futuro”<sup>9</sup>

**Factibilidad Comercial.-** Se refiere a un mercado de clientes dispuestos a adquirir y utilizar los productos, o servicios obtenidos del proyecto desarrollado.

**Factibilidad Operacional.-** Significa que debe existir el personal capacitado requerido para llevar a cabo el proyecto.

---

<sup>8</sup> es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad, pág. 1

<sup>9</sup>es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad, pág. 1

**Factibilidad Técnica o Tecnológica.-** Significa, si se dispone de los conocimientos, y habilidades en el manejo de métodos, procedimientos y funciones requeridas para el desarrollo e implantación del proyecto.

**Análisis Ecológico.-** En este análisis se pide que se respete la vida de los seres vivos, evitando sobre explotación o mal uso de los recursos para mantener un equilibrio entre el ecosistemas y su medio ambiente.

**Factibilidad Política.-** significa que el proyecto propuesto debe respetar los acuerdos convenios, y reglamentos internos de tipo empresarial, e industrial

**Factibilidad de Tiempo.-** Es donde se verifica que se cumplan los plazos entre lo planeado y lo práctico, para poder llevar a cabo el proyecto cuando se necesite.

**PROYECTOS DE INVERSIÓN** “Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea en mente y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, poder realizarla, y generara ganancias.”<sup>10</sup>

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, puede ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta llegar a la ejecutar la operación normal.

---

<sup>10</sup> EVALUACION DE PROYECTOS, México Tercera Edición. Mc.Graw

**En un proyecto de inversión deben existir cuatro etapas de estudios, estos son:**

<b>Cuadro N° 3 PARTES DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN</b>			
<i>ESTUDIO DE MERCADO</i>	<i>ESTUDIO TÉCNICO</i>	<i>ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN</i>	<i>ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO</i>

**❖ ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado permite identificar claramente las características del producto o servicio que se pretende colocar en el mercado. “El estudio permite analizar el comportamiento pasado y proyectar a futuro de la demanda de un bien, analizando los factores de diversa índole que influyen sobre sus consumidores. Determina el producto o servicio como: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿cuál es su unidad: piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en el área donde está el mercado”.<sup>11</sup>

Una vez determinada, se debe estudiar la OFERTA, es decir, la competencia ¿De dónde obtiene el mercado ese producto ahora?, ¿Cuántas tiendas o talleres hay?, ¿Se importa de otros lugares? Un presupuesto es una proyección a futuro.

**MERCADO:** Es el área en que concurren las fuerzas de oferta y demanda para realizar transacciones. Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto.

---

<sup>11</sup> EVALUACION DE PROYECTOS, México Tercera Edición. Mc.Graw

**Objetivos del Estudio de Mercado.-** Su objetivo es estimar las ventas, es decir nos permite conocer adecuadamente las necesidades del mercado en cantidad y calidad, de manera que nos permita ofertar al demandante, tanto productos tangibles como intangibles, además.

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado o brindar un mejor servicio del que ofrecen de los productos existentes.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para ser llegar los bienes o servicios a los usuarios.

**Segmentación de Mercado.-** Se refiere al proceso de dividir el mercado en grupos de consumidores que se parezcan más entre sí, en relación con algunos o algún criterio razonable. Los mercados se pueden segmentar de acuerdo con varias dimensiones como, edad, ingresos económicos, gustos y preferencias

**Investigación de Mercado.-** Para la obtención de la información relacionada en el plan de negocio, es importante tomar en cuenta la opinión de los clientes potenciales, lo cual se hace necesario realizar una investigación de mercado que permita cuantificar hasta cierto punto los comportamientos del consumidor final.

**Determinación del tamaño de la muestra.-** “Para determinar el tamaño de la muestra se estima la media de la población objeto de estudio; es fundamental tener en claro que para trabajar con poblaciones pequeñas se estudia a toda la

población y en caso de ser demasiado grandes es aconsejable aplicar una muestra<sup>12</sup>

Formula estadística, para calcular el tamaño de la muestra de población finita:

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

Formula, para calcular el tamaño de la muestra de una población infinita:

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

**Nomenclatura:**

**n**= Tamaño mínimo de la muestra

**N**= Población total

**Z**= Nivel de confianza (1.96)

**e**= Error experimental

**P**= Probabilidad de éxito

**Q**= Probabilidad de fracaso

---

<sup>12</sup> FLOREZ, U. Juan, Elaboración de proyectos para las PYME, segunda edición 1996.pág. 27

## **Elementos básicos del estudio de mercado**

- ✓ Identificación del bien o servicio
- ✓ Demanda
- ✓ Oferta
- ✓ Comercialización
- ✓ Promoción y publicidad

**Identificación del bien o servicio.-** Para identificar un bien o servicio se debe tomar en cuenta lo siguiente:

**Consumidores finales del bien o servicio.-** Es primordial identificar el uso del bien o servicio y sus principales aplicaciones, luego es necesario identificar al consumidor final, sus hábitos de consumo, formas de pago, etc.

**Presentación.-** Es la forma en que se presentara el producto.

**Composición.-** Es importante identificar sus componentes para informar al usuario. **Características físicas.-** Como, tamaño, color, peso, textura, olor, sabor, aroma, durabilidad, etc.

**Ficha técnica de los productos.-** “En ella se puede determinar con claridad los productos principales, secundarios, complementarios y desechos, además se debe establecer si se trata de un bien de consumo final, intermedio o de capital.

**Productos sustitutos.-** Determinar la existencia de otros productos que pueden competir en su uso”<sup>13</sup>

**Producto complementario.-** Es aquel en que su uso principal está condicionado a la disponibilidad de otros bienes.

**Fuentes de abastecimiento de materia primas.-** Se debe conocer la disponibilidad, su transporte, las regiones de origen, los planes de expansión, los precios, niveles de comercialización, etc., de cada uno de los insumos que participan en la elaboración del bien o en la prestación del servicio.

**Precios y costos.-** Hacer el estudio de los diferentes canales de distribución para que al definirlo se conozca los márgenes de comercialización y de utilidades.

**Aspectos normativos y legales.-** Es importante investigar sobre estos aspectos ya que pueden afectar o beneficiar la producción y comercialización del bien o servicio.

**PRODUCTO.** “Es importante realizar una descripción exacta del producto o los productos que se va a elaborar. Esto conlleva, a determinar normas de calidad emitidas por la Secretaría de Estado correspondiente”<sup>14</sup>.

**Ciclo de Vida de un Producto** En la mayoría de los casos, el ciclo de vida de un producto es un proceso de cinco etapas: que son introducción, crecimiento, madurez, saturación y declinación.

---

<sup>13</sup> Jorge, Elementos Primarios en el Estudio de Comercialización, Tercera edición, 1968, pág. 124

<sup>14</sup>AWAD, Jorge, Elementos Primarios en el Estudio de Comercialización, Tercera edición, 1968, pág. 124



**DEMANDA.-** La demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio. Para su estudio es necesario conocer datos históricos que permitan analizar su comportamiento y su tendencia del bien o servicio

**Demanda Insatisfecha:** En este caso, 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.

**ANÁLISIS DE LA DEMANDA.-** Se basa en un 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 estará el proyecto, al realizar un proyecto puede suceder que la demanda este cubierta en función de la cantidad, no así en cuanto a la calidad o el precio”<sup>15</sup>

Mediante el análisis de la demanda se busca establecer y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y poder determinar las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos

---

<sup>15</sup>EVALUACION DE PROYECTOS: México Tercera Edición. Mc.Graw

**PROYECCION DE LA DEMANDA.** Consiste en hacer una estimación de la demanda futura, de los productos que se producen o producirán, con el objeto de conocer la cantidad que se podrá producir y vender

$$\text{Formula: } Dx = Db (1 + i)^n$$

$Dx$  = Demanda para el año proyectado.

**OFERTA.-** Es la cantidad de bienes y servicios que cierto número de oferentes están dispuestos a poner en el mercado a un cierto precio.

**ESTUDIO DE LA OFERTA.-** “Se considera oferta a la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado”<sup>16</sup>

**Los Competidores.-** Identificar los competidores, es una buena herramienta si se conoce que proceso tecnológico aplican en la producción, su capacidad instalada y utilizada, la estructura de costos y precios, sistemas de venta, canales de comercialización, etc.

**Comportamiento de Mercado de Insumos.-**“Hace referencia a la identificación en cuanto al comportamiento de las empresas que suministran los insumos. Pueden ser de carácter monopolísticos, oligopolísticas, ya que dependiendo del tipo de empresa que suministre al mercado será el manejo de las políticas de precio, de ventas y oportunidades de entrega de la materia prima”<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> NASSIR, Sapag, Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, tercera edición, 1988, pág. 120

<sup>17</sup> NASSIR, Sapag, Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, tercera edición, 1988, pag. 120

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

**Plan de comercialización,** en la comercialización se tiene en cuenta las variables como, almacenamiento, transporte, presentación del producto o servicio, crédito a los consumidores asistencia técnica y los mecanismos de promoción y publicidad. El margen de comercialización es la diferencia del producto que pague el consumidor y el valor que recibe el productor o la empresa que presta el servicio. Su expresión matemática se representa en la siguiente fórmula

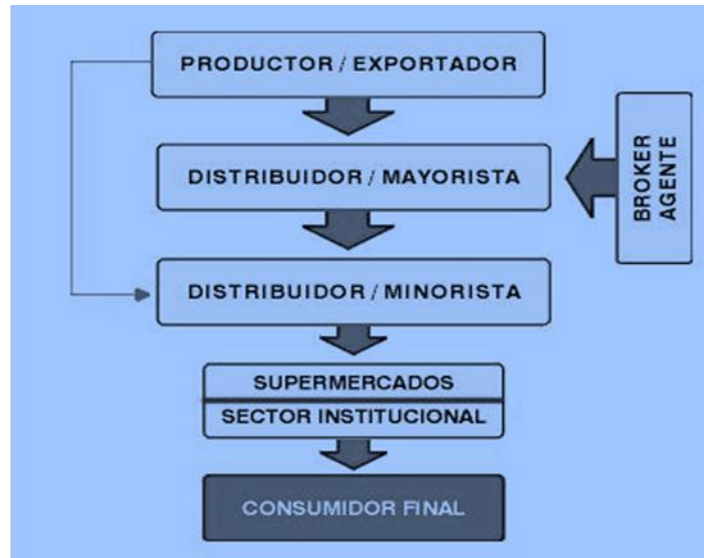
$$MC = P_c - P_p$$

- **MC**= margen de comercialización
- **PC**= precio al consumidor
- **PP**= Precio al productor

El conocer los canales de comercialización, permite fijar el costo del producto por su efecto de distribución.

Es importante conocer que para la comercialización se utilizan los canales de distribución. Existen varios canales de comercialización que se aplican para productos de consumo popular como para los de consumo industrial y su elección apropiada depende del productor, las rutas que se utiliza con mayor frecuencia son las siguientes:

**GRÁFICO N° 1**  
**CANALES DE DISTRIBUCION**



**PRECIO.**-“El precio, es el valor expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto.”<sup>18</sup>

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

**PROMOCIÓN.**- Consiste en el fomento de la demanda de un artículo o servicio, realizada mediante el empleo de campañas y otras medidas como exposiciones y descuentos que atraigan el interés de los consumidores.

**PUBLICIDAD.**- La publicidad ayuda a la venta, llega a personas de difícil acceso, conquista de clientes, incurre en un mercado geográfico, y da la oportunidad de introducir nuevos productos.”<sup>19</sup>

<sup>18</sup> BACA Urbina Gabriel Evaluación de Proyectos

## ❖ **ESTUDIO TÉCNICO:**

“El estudio técnico esta relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción. Es decir. Su objetivo es determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado”<sup>20</sup>

El estudio técnico responde a los siguientes interrogantes:

¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde?, y ¿Con qué?

**Objetivos del Estudio Técnico.-** Demostrar la viabilidad del proyecto, justificando la selección de la mejor alternativa en tamaño, localización y proceso para abastecer al mercado demandante

Verificar la posibilidad técnica de la comercialización del producto que se va a ofrecer.

“Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto.

Recolectar y analizar información que permita determinar su factibilidad y rentabilidad”<sup>21</sup>

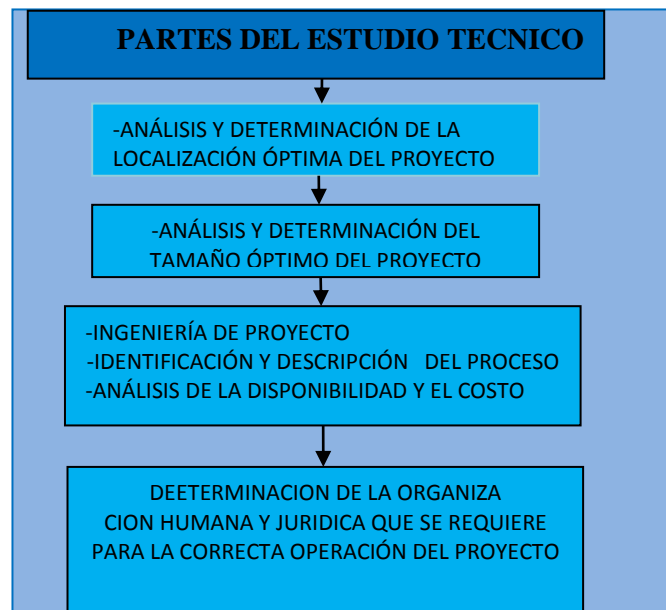
---

<sup>19</sup> BACA Urbina Gabriel Evaluación de Proyectos

<sup>20</sup> CORDOBA, P, Marcel, “Formulación y Evaluación de Proyectos”, pag. 166

<sup>21</sup> CORDOBA, P, Marcel, “Formulación y Evaluación de Proyectos”, pág. 166

**GRÁFICO N° 2**



## **TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

**TAMAÑO.-** “Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año”<sup>22</sup>

- **Capacidad Diseñada o Teórica.-** Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como la temperatura, altitud, humedad, etc.; que componen el medio ambiente en el que se instala.
- **Capacidad Instalada.-** Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado.

<sup>22</sup>[www.com.REVISTA ACADEMICA](http://www.com.REVISTA ACADEMICA): ISSN. Contribuciones a la economía. México 1995

- **Capacidad Utilizada.-** “Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.
- **Reservas.-** Las reservas constituyen la capacidad de producción que no es utilizada y que permanece en espera. Está estrechamente relacionada con el margen de capacidad instalada y representa la capacidad ociosa.”<sup>23</sup>
- **Capacidad Financiera.-** Es importante estimular la actividad cuando otras situaciones son menos favorables. Este factor se considera decisivo, para la capacidad del proyecto, ya que cuenta con recursos monetarios para poder realizar la inversión. Estos recursos se originaran por las aportaciones de los socios y por créditos.
- **Capacidad Administrativa.-** Su función es seleccionar el personal debidamente capacitado sobre la base de estudios profesionales y de postgrado de excelencia y con experiencia para los puestos importantes dentro de la estructura organizacional de la empresa

**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.

---

<sup>23</sup> Tamaño y Localizacion Diplomado en Formulación y Evaluación de Proyectos Fonep – Nafin - Oea. México, 1983, pag 110- 120

- **Microlocalización.-** En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.
- **Macrolocalización.-** Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional, e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

**FACTORES LOCALIZACIONALES.-** “Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto”<sup>24</sup>

- **Factores Geográficos.-** Condiciones naturales, clima, niveles de contaminación, carreteras, conectividad, comunicaciones.
- **Factores Institucionales.-** Son los relacionados a planes y estrategias de desarrollo y descentralización.
- **Factores Sociales.-** Elementos relacionados al ambiente humano, seguridad, cultura, servicios como escuelas, hospitales, centros recreativos, de capacitación, etc.

---

<sup>24</sup>MIRANDA, M, Juan, “Gestión de Proyectos” Edición 4, 2003, pag. 117



- **Factores Económicos.**- Son aquellos que están relacionados con costos de suministros e insumos en la localidad, tales como impuestos, regulaciones, cercanía de mercado y de las materias primas.

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO Y LOS OBJETIVOS GENERALES**

“El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario”<sup>25</sup>

- **Infraestructura del Proyecto.**- 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.
- **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, y cuidando las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.
- Para considerar que una distribución es apropiada, se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos como, control, movilización, distancia, seguridad, espacio, globalidad, y flexibilidad.

**PROCESO DE PRODUCCIÓN.**- “Describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso”<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> MIRANDA, M, Juan, “Gestión de Proyectos” Edición 4, 2003, pag. 117

<sup>26</sup>CORDOBA, P, Marcel, “Formulación y Evaluación de Proyectos”, Diseño de procesos para proyectos de inversión pag. 116

**Flujograma de Procesos.-** El flujo grama constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. El flujo grama debe mostrar las actividades y su secuencia lógica. Además Se utiliza una simbología para representar operaciones estas son:

- **Operación.-** Representado por un círculo e indica que se está efectuando un cambio o transformación.
- **Transporte.-** Representado por una flecha direccionada e indica una acción de movilización de algún elemento en determinada operación.
- **Demora.-** Representada por una D indicando que existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno y efectuar la actividad correspondiente.
- **Almacenamiento.-** Representado por triángulo y puede ser de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
- **Inspección.-** Representado por un cuadrado y es la acción de controlar que se ejecute correctamente una actividad o verificar la calidad.
- **Operación combinada.-** Representado por los símbolos correspondientes e indican que se efectúan simultáneamente dos acciones

## **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EMPRESARIAL**

### **❖ ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

#### **Base Legal**

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

**Acta Constitutiva.** “Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en el se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

**Razón Social o Denominación.** Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley”<sup>27</sup>

**Domicilio.** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

**Objeto de la Sociedad.** Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

---

<sup>27</sup> FINCOWSKY, Franklin “Organización de empresas, análisis diseño y estructura” México, pág. 25

**Capital Social.** “Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.

**Tiempo de Duración de la Sociedad.** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará”<sup>28</sup>

**Administradores.** “Una sociedad será eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma”<sup>29</sup>.

#### ❖ *ESTRUCTURA EMPRESARIAL*

“Es fundamental en la etapa de operación de la empresa, la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente”<sup>30</sup>.

**NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD.-** Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa, y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa cuenta con los siguientes niveles:

---

<sup>28</sup> Tipos de empresas Formas jurídicas Creación de Empresas Basadas en el Conocimiento. Pág. 73

<sup>29</sup> Ley de Compañías del Ecuador

<sup>30</sup> FINCOWSKY, Franklin “Organización de empresas, análisis diseño y estructura” México, pág. 25

**Nivel Legislativo-Directivo.-** “Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales desarrolla sus actividades, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales toman el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas.

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

**Nivel asesor.-** Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes.

**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”<sup>31</sup>

**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.-** “Los organigramas que dan a conocer la distribución funcional para el trabajo, son: Estructural, Funcional y Posicional”<sup>32</sup>.

---

<sup>31</sup> Folleto “ Proceso Administrativo”, Módulo III, Administración de Empresas

<sup>32</sup> Organigramas - Estructura Organizacional - Apuntes de Administración de Empresas y Negocios

**MANUAL DE FUNCIONES.-** En la formulación de un proyecto no es aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, puesto que es parte de la normativa interna y sus regulaciones son de competencia de los inversionistas.

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

Relación de dependencia (Ubicación interna)

Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)

**Naturaleza del trabajo:**

**Tareas principales.** Tareas secundarias. Responsabilidades

**Requerimiento para el puesto.**

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

### ***FORMATO PARA EL MANUAL DE FUNCIONES***

**DEPARTAMENTO: ADMINISTRACIÓN GENERAL**

**TITULO DEL PUESTO: GERENTE**

**SUPERIOR INMEDIATO: DIRECTORIO**

**SUBALTERNOS: TODO EL PERSONAL**

**Naturaleza del Trabajo:**

Operativizar el proceso administrativo en el ámbito de la gestión empresarial. Se refiere a las principales características sobre la ejecución en el puesto de trabajo.

**Funciones Principal:**

Se incluye en detalle las funciones que debe desempeñar normalmente dentro de su puesto de trabajo, se refiere a las actividades que debe cumplir diariamente y en las cuales se basa su nivel de gestión empresarial.

**Funciones Secundaria:**

Se refiere a aquellas actividades que debe cumplir ocasionalmente en determinados espacios de tiempo y son resultantes de las funciones principales como por ejemplo presentar informes a los directivos de la empresa.

**Requisitos:**

- ✓ Educación.
- ✓ Experiencia.

**❖ ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

El estudio económico-financiero de un proyecto, se lo realiza de acuerdo con criterios que comparan flujos de beneficios y costos, permite determinar si es factible realizar un proyecto, y determinar su rentabilidad.

**ESTUDIO ECONÓMICO:** “El objetivo del estudio económico es, ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación financiera. Las bases del estudio económico contienen, los costos totales, y de la inversión inicial cuyo origen son, el estudio, mercado, y el de ingeniería, ya que los costos e inversión inicial, dependen de la producción planteada y la tecnología seleccionada”<sup>33</sup>

## INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

### INVERSIONES.

“Realizar un proyecto implica la asignación de una cantidad de variados recursos, propios y de terceros, para la obtención de determinados bienes y servicios durante un cierto período de tiempo. En otras palabras, la inversión total está constituida por la suma de todos los bienes y servicios necesarios para ejecutar el proyecto y mantenerlo en operación. Los recursos necesarios para la instalación, constituyen el capital fijo o inmovilizado del proyecto

**Inversión Inicial.-** La valoración de la inversión inicial, comprende la adquisición de todos los activos fijos y diferidos necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, esto es, a excepción del capital de trabajo”<sup>34</sup>

**Activos Fijos.-** “Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al

---

<sup>33</sup> BOLTEN, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.

<sup>34</sup> BOLTEN, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.



conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido,”<sup>35</sup> para que un bien sea considerado activos fijos debe ser.

- ✓ Ser físicamente tangible.
- ✓ Tener una vida útil relativamente larga, por lo menos mayor a un año o a un ciclo normal de operaciones
- ✓ Sus beneficios deben extenderse, por lo menos, más de un año o un ciclo normal de operaciones, el que sea mayor

**Activos Diferidos.-** “Se considera activos diferidos a las inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para el normal funcionamiento del trabajo. Estos activos solo se registran en la fase preoperativa o el periodo correspondiente al año 0. Estos activos pueden ser: constitución legal, estudios administrativos.”<sup>36</sup>

**Capital de Trabajo.-** “El capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo para determinar su capacidad, y tamaño”<sup>37</sup>

**Fuentes del Capital de Trabajo.-** Se considera como fuentes del capital de trabajo a

- ✓ Operaciones normales, mediante la depreciación, y la amortización.

---

<sup>35</sup> INFANTE, Arturo. evaluación financiera de proyectos editorial norma. 1997

<sup>36</sup> INFANTE, Arturo. evaluación financiera de proyectos editorial norma.

<sup>28</sup> Estudio financiero\Capital de Trabajo - Economía y Finanzas

- ✓ Utilidad sobre la venta de valores negociables u otras inversiones temporales.
- ✓ Ventas de activo fijo, inversiones a largo plazo u otros activos no circulantes

**DETERMINACIÓN DE COSTOS.-** Los costos representan, el desembolso en efectivo o en especie realizados en el pasado, en el presente o en futuro sea tangible o en forma virtual y dentro de los cuales existen varios tipos de costos, dentro de los cuales se destacan los siguientes:

### **PRESUPUESTOS**

Ya organizado el sistema de costos, los presupuestos, son los planes formales escritos en términos monetarios, con lo cual se determinan la trayectoria futura del proyecto en aspectos como: Ventas, costos de producción, los gastos de administración y ventas, así como de costos financieros.

**Presupuesto de Producción.** “Es un estimado que de manera específica intervienen en todo el proceso de fabricación unitaria de un producto. El presupuesto comprende desde adquisición de la materia prima hasta la transformación de la misma, con la utilización de los recursos técnicos, tecnológicos y humanos que existan para la obtención de un producto útil. Los costos de producción, están formados por los siguientes elementos: materias primas, mano de obra directa, mano de obra indirecta, materiales indirectos,

costos de los insumos, costos de mantenimiento, y finalmente cargos por depreciación y amortización”<sup>38</sup>

**Características:**

- ✓ Se debe considerar solo los materiales que se requiere para cada línea o molde.
- ✓ Debe estimarse el costo.
- ✓ No todos requieren los mismos materiales.
- ✓ El valor final debe coincidir con el costo unitario establecido en el costo de producción.
- ✓ Un plan de producción debe contener lo siguiente:
  - ✓ Las necesidades totales de producción por producto.
  - ✓ Las políticas de inventarios de producción y productos en proceso.
  - ✓ La capacidad de la planta en funcionamiento y los límites de desviaciones permisibles.
  - ✓ Políticas de expansión o contratación de la capacidad de la Planta.
  - ✓ Las compras de materias primas, su política de inventarios y disponibilidad de Mano de Obra.
  - ✓ El efecto de la duración del tiempo de procesamiento
  - ✓ La capacidad de la planta en funcionamiento y los límites de desviaciones

---

<sup>38</sup> CARLOS SABINO. Proyectos de inversión para las pyme. Eco ediciones

**“Elementos del Costo de Producción.-”**El presupuesto de producción es el lapso inicial en la presupuestación de operaciones manufactureras. Contiene los siguientes elementos”<sup>39</sup>

**Presupuesto de Materiales.-** “El presupuesto de materia prima por consiguiente, requiere de los siguientes presupuestos”<sup>40</sup>

El presupuesto de materiales, determina las cantidades planeadas de la materia prima necesaria para la producción

**Presupuesto de inventario de materiales:** Especifica el presupuesto de materias primas en términos de cantidades y costo.

**Presupuesto de compras:** Detalla las cantidades estimadas a comprar, y el costo estimado para cada materia prima y las fechas de entrega requeridas.

**Presupuesto de costos de materiales usados:** Este presupuesto informa el costo estimado de los materiales utilizados en el proceso de fabricación”<sup>41</sup>.

### **Presupuestos que conforman los elementos del costo de fabricación**

**Presupuesto de Mano de obra Directa.-** Comprende los estimados de las necesidades de mano de obra directa necesarias para producir los tipos y cantidades de productos planeados en el presupuesto de producción. Este presupuesto debe ser desarrollado en términos de hora de mano de obra directa y

---

<sup>39</sup> NASSIR SAPAG CHAIN, REINALDO SAPAG CHAIN. Preparación y Evaluación de Proyectos. Segunda Edición

<sup>40</sup> CORDOBA, P, Marcel, “Formulación y Evaluación de Proyectos” pág. 118

<sup>41</sup> CORDOBA, P, Marcel, “Formulación y Evaluación de Proyectos” pág. 118

de costo de mano de obra directa. **Clasificación:** Es necesario separar los costos de MOD de los costos de MOI por las siguientes razones:

- Conocer la cantidad de Mano de Obra Directa necesaria
- Conocer el número de empleados requeridos para satisfacer la producción
- Conocer el costo de Mano de Obra Directa por cada producto
- Conocer las necesidades de efectivos
- Establecer una base para el control

**Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación.-** Son todos los costos que no están clasificados como mano de obra directa ni materiales indirectos. Sin embargo los gastos de venta, generales y de administración también se consideran como gastos, no forman parte de los costos indirectos de fabricación.

**Presupuesto de Gastos de Administración.-** “Los costos de administración, son los costos provenientes de realizar la función de administración dentro de la empresa, incluye direcciones o gerencias de planeación, investigación y desarrollo, recursos humanos y selección de personal, relaciones públicas, finanzas o ingeniería, así como los correspondientes de depreciación y amortización que en su actuar estos produzcan.

**Presupuesto de Gastos de Venta o Comercialización.-** Costos de venta, son los generados en el área de ventas, lo que incluye ventas, hasta hacer llegar el

producto al intermediario o consumidor, actividades de investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos”<sup>42</sup>.

**Gastos Financieros.-** Los costos financieros, son aquellos generados por créditos documentados para la ejecución y operación del proyecto, intereses que tienen relación con capitales obtenidos del crédito.

**Depreciación.** “La depreciación es definida como el proceso de asignar a gastos el costo de un activo fijo en el período en el cual se estima que se utilizará. Es una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. La depreciación puede venir motivada por tres motivos; El uso, el paso del tiempo y la obsolescencia

**Amortización.** La amortización es la acción que consiste en distribuir el costo de un bien en determinados periodos, en tal forma que la suma de las amortizaciones parciales sea igual al costo del bien al final del periodo”<sup>43</sup>.

## FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Una vez determinados los montos correspondientes a las inversiones fijas y el capital de trabajo y, en consecuencia, el costo total del proyecto, se requiere analizar la manera de financiarlo. En resumen, el estudio del financiamiento del proyecto debe indicar las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento, y describir los mecanismos mediante los cuales se canalizarán estos recursos hacia los usos específicos del proyecto.

---

<sup>42</sup>Estudio Financiero/Capital de Trabajo-Economía y Finanzas

<sup>43</sup>ARTUR SELDON. Diccionario de Economía. F.G. Pennance Ediciones. Villassar del Mar.

Existen dos formas básicas de clasificar los recursos para el proyecto:

**Primera Forma:** Fuentes Internas, Y Fuentes Externas

**Segunda Forma:** Recursos Propios, Y Créditos.

### ❖ **ESTUDIO FINANCIERO**

“El análisis financiero es una estrategia que permita al proyecto, acercarse a los recursos necesarios para su implantación, y contar con la suficiente liquidez y solvencia, para desarrollar continuamente operaciones productivas y comerciales.”<sup>44</sup>

### **PRESUPUESTOS DE COSTOS E INGRESOS.**

“Determina, los distintos ingresos y gastos en que incurrirá la empresa como resultado de su gestión productiva.

Para cada uno de los años de la vida útil del Proyecto. Además muestra las utilidades netas que se esperan en el periodo determinado de tiempo”<sup>45</sup>.

### **COSTOS FIJOS Y VARIABLES.**

**Costos Fijos.-** “Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción.

Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

---

<sup>44</sup> BOLTEN, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.

<sup>45</sup> NASSIR SAPAG, REINALDO CHAIN. Preparación y Evaluación de Proyectos. Segunda Edición

**Costos Variables.-** Son aquellas que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción. A continuación se explica el método gráfico del punto de equilibrio.

**Costos Totales.-** Los costos totales incluye la suma de todos los costos que están asociados al proceso de producción de un bien, o al suministro de un servicio, por lo tanto entre más se produce mayor será el costo en el que se incurre”<sup>46</sup>.

Los costos totales, se dividen en dos componentes: costos fijos y costos variables.

**COSTOS TOTALES = COSTOS FIJOS + COSTOS VARIABLES**

**Costo unitario de Producción.-** Se determina como costo unitario de producción, al valor de un artículo en particular. Los objetivos de la determinación del costo unitario son los siguientes:

- ✓ Valorar los inventarios de productos terminados y en proceso
- ✓ Conocer el costo de producción de los artículos vendidos

### **PUNTO DE EQUILIBRIO**

“El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como *PUNTO MUERTO*, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.<sup>47</sup> Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas.

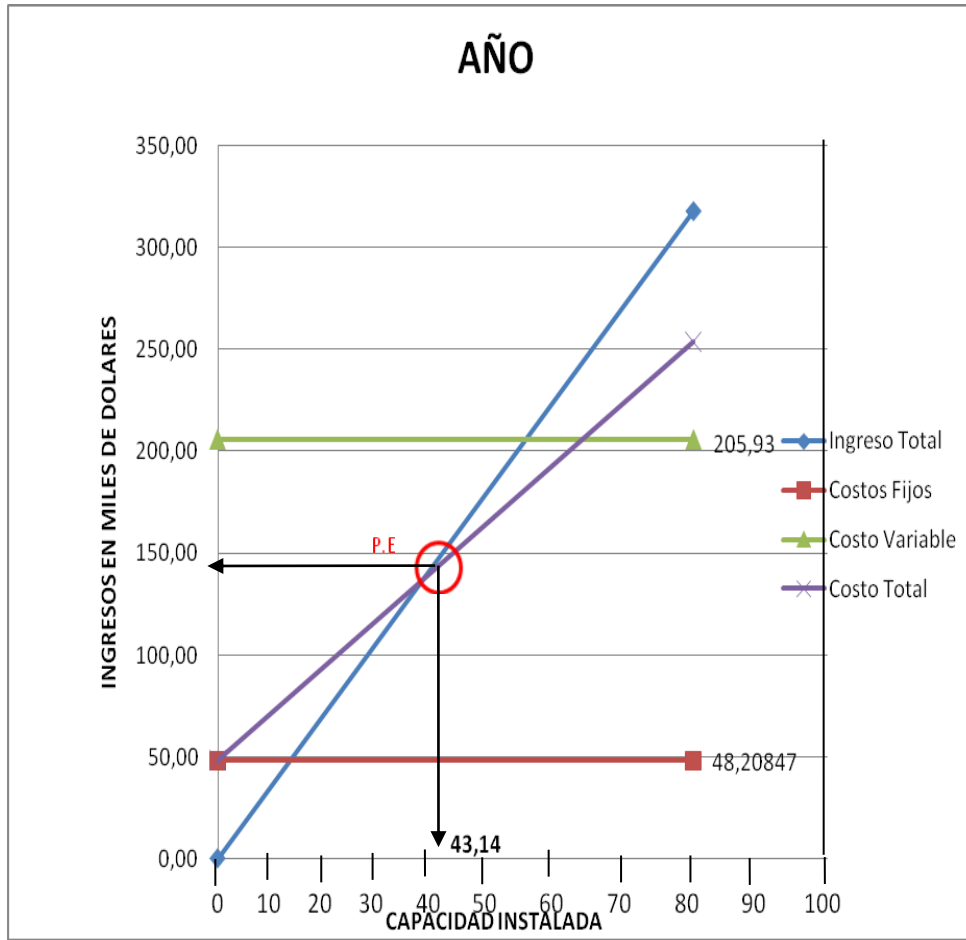
---

<sup>46</sup> NASSIR SAPAG, REINALDO CHAIN. Preparación y Evaluación de Proyectos. Segunda Edición

<sup>47</sup> BOLTEN, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.



**GRAFICO N° 3**  
**ESTRUCTURA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**



**PRESUPUESTO DE INGRESOS.**

“Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas implementadas.”<sup>48</sup>

<sup>48</sup> NASSIR SAPAG CHAIN, REINALDO SAPAG CHAIN. Preparación y Evaluación de Proyectos. Segunda Edición.

## ❖ ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

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

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas”<sup>49</sup>.

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida obtenida durante un período económico

### **INGRESOS:**

Se los determina por el resultado de las ventas u otros ingresos.

### **EGRESOS:**

Los egresos están conformados por la sumatoria de:

- ✓ Están integrados por Costo Primo
- ✓ Gastos de Proceso de Producción
- ✓ Gastos de Operación, y
- ✓ Gastos Financieros.
- ✓ A continuación se observa el cuadro del esquema del estado de pérdidas y ganancias:

---

<sup>49</sup> INFANTE, Arturo. evaluación financiera de proyectos. editorial norma.1997, pág. 148

#### Cuadro N° 4

##### Esquema de la estructura de Estado Financieros

<b>ESTRUCTURA DEL ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA</b>
Presupuesto de Ingresos por ventas
- Presupuesto de costos de producción
= Utilidad Bruta en Ventas
- 15% Utilidad al trabajador
= Utilidad antes del Impuesto a la Renta
- 25% Utilidad antes del Impuesto a la Renta
= Utilidad Liquida del Ejercicio

#### EVALUACIÓN ECONÓMICA

“Determina si el proyecto es factible o no, combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación. Se basa en la obtención de valores actuales de los ingresos y gastos para luego proyectarlos al futuro, fundamentalmente en los criterios más utilizados como son: Valor actual Neto, Taza Interna de Retorno, Análisis de sensibilidad”<sup>50</sup>

**FLUJO DE CAJA.-** Es un resumen de las entradas y salidas en efectivo esperadas por la ejecución de las actividades de la empresa. Además permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto

---

<sup>50</sup>INFANTE, Arturo. evaluación financiera de proyectos. editorial norma.1997, pag 148

**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”<sup>51</sup>.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente realizarlo, caso contrario no es conveniente.

1. Se calcula el factor de actualización:

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

2. Se calcula el VAN:

$$VAN = \Sigma \text{ flujos netos actualizados} - \text{inversión}$$

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

$B/C > 1$  Se puede realizar el proyecto.

$B/C = 1$  Es indiferente realizar el proyecto.

$B/C < 1$  Se debe rechazar el proyecto.

**TASA INTERNA DE RETORNO.-** (TIR) “Se define a la Tasa Interna de Retorno TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de

---

<sup>51</sup> BOLTEN, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.

ingresos con la inversión inicial. La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero<sup>52</sup>. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo.

### 1. Se calcula la nueva TIR

$$TIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN\ MENOR}{VAN\ MENOR - VAN\ MAYOR} \right)$$

### 2. Se calcula la TIR resultante

$$TIR.R = TIR - NTIR$$

**PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.-** Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

El periodo de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial

Con los resultados de la tabla, se aplica la siguiente fórmula:

$$PRC = \text{Año que supera a la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

<sup>52</sup> INFANTE, Arturo. evaluación financiera de proyectos. editorial norma.1997, pag 145

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.-** “En un proyecto, es importante realizar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no, dos situaciones que se dan en una economía, estas son:

El aumento en los costos, y la disminución en los ingresos

1. Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensibilidad
2. Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
3. Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible”<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> INFANTE, Arturo. evaluación financiera de proyectos. editorial norma.1997, pag 160

## *e). MATERIALES Y MÉTODOS*

**Cuadro N° 5**

**MATERIALES:**

Para el presente proyecto utilizaremos:
Computadora
Libros
Revistas
Suministros de oficina
Teléfono celular
Internet
Transporte
Hojas de papel bond

**Elaboración:** La Autora

**Metodología de Investigación.-** Definición. “La metodología hace referencia al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen una investigación científica, una exposición doctrinal”<sup>54</sup>

### ❖ **MÉTODOS:**

Para la elaboración del proyecto en estudio, utilizaremos los siguientes métodos y técnicas de investigación:

**MÉTODO DESCRIPTIVO.-** En el presente estudio investigación, el método descriptivo ayudó en la obtención de los datos, y señalar el lugar y la naturaleza exacta de la población de donde fueron extraídos. Específicamente en lo referente

---

<sup>54</sup> Es.wikipedia.org/wiki/ Metodología

a la interpretación racional y el análisis objetivo de los hechos o fenómenos que se encontraron en la obtención de datos e información que fueron aplicados en la construcción de las fases del proyecto.

**MÉTODO ANALÍTICO.-**En nuestro estudio de investigación, el método analítico ayudó en la recolección de la información oportuna para nuestra investigación, la misma que será previamente seleccionada y filtrada, de tal forma que únicamente aquella información cuyo contenido sea calificado con contribución importante para el proyecto, pueda ser interpretada, comparada, y estudiada.

**MÉTODO EXPERIMENTAL.-** En la Investigación de estudio de mercado, se utilizó el método experimental ya que se va a crear un producto y probarlo con las damas ejecutivas, quienes serán las consumidoras potenciales, nos basaremos en la encuesta realizada al segmento de mercado, el mismo que nos permitió determinar la demanda real de la necesidad de adquirir el producto.

**MÉTODO DEDUCTIVO.-** En el contexto de este proyecto de inversión, se empleo el método deductivo, el mismo que proporcionó información acerca del mercado para determinar el tamaño de la muestra, en base a datos generales y reales de la población objeto de estudio a nivel local, y determinar la demanda real de nuestro producto, en lo referente a demanda potencial.

**MÉTODO ESTADÍSTICO.-** En la contextura de nuestro estudio, El método estadístico ayudó a determinar datos numéricos, y a un análisis real cuantitativo, que nos proporcionó el estudio del mercado.



## ❖ **TÉCNICAS:**

Las técnicas de investigación son, técnicas, métodos o formas de recolectar datos o información necesaria para realizar una investigación de mercados. Entre las principales técnicas de investigación de mercados, señalaremos las siguientes:

- ✓ La Observación
- ✓ La Entrevista y
- ✓ La Encuesta

**TÉCNICA DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA.-** En nuestro proyecto, la técnica de la observación ayudó en la fase del estudio técnico a determinar la localización exacta de nuestra empresa.

**TÉCNICA DE LA ENCUESTA.-** La técnica de la encuesta se aplicó a la población objeto de estudio, en este caso a la población, parroquia Centro Histórico de la ciudad Quito. Por ser la población demasiado grande se procedió a determinar el tamaño de muestra, la misma que representa a la población.

En el contexto de estudio, la técnica de la encuesta ayudó en la recolección de datos, los mismos que se va a organizar, tabular y presentar la información obtenida. Posteriormente se analizó los resultados de la información recopilada. Además se estructuró el estudio de mercado en lo que comprende, oferta, demanda, demanda insatisfecha y participación de la empresa, luego se procedió al cálculo de la capacidad instalada con la que trabajará la empresa, y a definir la

localización de la misma, de esta forma se determinó el diseño de la planta, y los procesos a implementar para obtener eficiencia administrativa y productiva.

**MUESTRA.**-La muestra consiste en seleccionar una parte de las unidades de un conjunto, de manera que sea lo más representativo del colectivo en las características sometidas al estudio. Para el diseño del tamaño de la muestra se realiza el siguiente procedimiento:

- ✓ Determinar el tamaño de la población objeto de estudio
- ✓ Con los datos obtenidos se realiza el cálculo de la muestra

**ÁREA DE INFLUENCIA.**- El área de influencia del presente proyecto será ubicado en el Sector Centro Histórico de la ciudad de Quito.

### **POBLACIÓN:**

Según datos del INEC, Censo 2010. La población total del Ciudad de Quito es de 2.239.191 Habitantes.

La cual está distribuida de la siguiente manera, **1.150.380 Mujeres**, y 1.088.811 hombres. El 52% de la población de Quito es de Mujeres, mientras que el 48% pertenece a Hombres.

Las Mujeres ejecutivas, empleadas en el Sector Público de la ciudad de Quito, en edad de 18 a 60 años son de **195.317,00** en el año 2010, se proyectara para el año 2013.

Es importante recalcar que nuestro producto: suéteres, chales, y bufandas, tejidos en punto fino, estará dirigido para las damas ejecutivas del Sector Centro Histórico de la ciudad de Quito, por razones de ser un producto con estilo, elegancia, calidad, y durabilidad.

Para el estudio del proyecto, utilizaremos información suministrada el INEC, PEA, Censo, 2010 proyectada para el año 2013, se obtiene:

### **FÓRMULA DE LA PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN.**

FÓRMULA:

$$P_n = P_o (1 + I)^n$$

$$P_n = 195.317(1 + 1,95)^3$$

$$P_n = 195.317(1+0.0195)$$

**$P_n = 220.313$ . Población o segmento de estudio**

Donde:

$P_n$  = Población año Proyectado      2013

$P_o$  = Población Inicial                **195.317**

$I$  = Tasa de Crecimiento              1.95 % = 0.0195

$n$  = Periodos Transcurridos          = 3 años

**Desarrollo de la muestra:** Se determino que el nivel de confianza requerida es del 96%, con un error del 0.05.

**Cálculo de la muestra con la población proyectada al 2013.**

**FÓRMULA:**

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

Donde  
 n = Tamaño de la muestra  
 Z = % de Confiabilidad 1.96%  
 d = Máxima Varianza (0.5)  
 N = Población Objetiva  
 E = Margen de Error Permitido (5%)

**220.313**

$$n = \frac{220.313}{1 + 220.313 (0.05)^2}$$

220.313

$$n = \frac{220.313}{1 + 220.313(0.0025)}$$

n = 399 encuestas

### **El tamaño de la muestra será de 399 damas**

El objetivo es establecer qué porcentaje de damas ejecutivas de las encuestas realizadas según muestra determinada, estarían dispuestas a utilizar suéteres, bufandas, y chales, tejidos en punto fino, y determinar cuál es su aceptabilidad del producto en el mercado centro de la Ciudad de Quito.

Se aplicaron 399 encuestas a la segmentación damas ejecutivas empleadas en el sector público, y privado de tal forma que permita conocer y analizar los datos mediante la tabulación matemática y estadística.

Datos permitieron determinar un estudio actual de las necesidades de una buena presentación en su vestimenta diaria.

De manera que estudio contribuya a tomar decisiones acertadas al objetivo de estudio.

### **DISTRIBUCIÓN MUESTRAL.**

**Cuadro N° 6**

#### **DISTRIBUCIÓN MUESTRAL**

<b>PARROQUIA CENTRO HISTORICO DE QUITO BARRIOS</b>	<b>Población 2010</b>	<b>Población No Damas</b>
<b>LA TOLA</b>	22.000	22.000
<b>LA LOMA</b>	19.500	19.500
<b>LA MERCED</b>	28.900	28.900
<b>LA RECOLETA</b>	13.700	13.700
<b>LA VICTORIA</b>	12.500	12.500
<b>SAN BLAS</b>	29.100	29.100

<b>SAN MARCOS</b>	21.200	21.200
<b>SAN SEBASTIAN</b>	23.117	23.117
<b>LA ALAMEDA</b>	25.300	25.300
<b>TOTAL</b>	<b>195.317</b>	<b>195.317</b>

Fuente: INEC- 2010- PEA  
Elaboración. La Autora

### Cuadro N° 7

#### PROYECCION DE LA POBLACIÓN

PARROQUIA CEN. HISTO. DE QUITO BARRIOS	Población 2010	Población proyectada. 2011	Población proyectada. 2012	Población proyectad a. 2013	Población Damas 1* Familia	Frecuen cia	No. de encuesta s	%
<b>LA TOLA</b>	22.000	24.230	25.184	25.675	25.675	11.26	45	11.28
<b>LA LOMA</b>	19.500	21.066	21.477	21.896	21.896	9.98	40	10.02
<b>LA MERCED</b>	28.900	31.221	32.450	33.083	33.083	14.80	59	14.79
<b>LA RECOLETA</b>	13.700	14.800	15.089	15.383	15.383	7.01	28	7.02
<b>LA VICTORIA</b>	12.500	13.504	13.767	14.036	14.036	6.40	26	6.52
<b>SAN BLAS</b>	29.100	31.437	32.050	32.675	32.675	14.90	59	14.79
<b>SAN MARCOS</b>	21.200	22.903	23.349	23.805	23.805	10.85	43	10.78
<b>SAN SEBASTIAN</b>	23.117	24.974	25.461	25.957	25.957	11.84	47	11.78
<b>LA ALAMEDA</b>	25.300	27.332	27.865	28.408	28.408	12.96	52	13.02
<b>TOTAL</b>	<b>195.317</b>	<b>211.467</b>	<b>216.692</b>	<b>220.313</b>	<b>220.313</b>	<b>100,00</b>	<b>399,00</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC, FEA (Tasa de crecimiento, 1.95=0.0195)  
Elaboración: La Autora

La información que se recopiló de fuentes primarias y secundarias de la población damas ejecutivas de la Parroquia Centro Histórico, en la ciudad de Quito, la presentamos de acuerdo al tamaño de la muestra, la misma que fue organizada, y luego presentada en cuadros a fin de analizar e interpretar sus contenidos.

Con base en estos resultados, aplicar el numero de encuestas en las institución de los barrios de la Parroquia en estudio.

## ***F). RESULTADOS***

### **RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS DEMANDANTES**

La importancia de este estudio radica en tener información clara respecto del mercado, específicamente se determina que se va a producir, de qué forma, y la cantidad de consumidores que van a adquirir el producto. Posteriormente el estudio de mercado dará la información acerca del precio apropiado para colocar el producto en el mercado, y competir dentro del mismo. Permitiendo de esta manera crear ideas sobre bases reales, y tomar decisiones acertadas.

### **ANTECEDENTES**

En nuestro entorno social se ha perdido el entusiasmo del espíritu empresarial, razón por la cual hemos visto la oportunidad de aprovechar este mercado con nuevas ideas de emprendimiento, siendo sensibles frente a los cambios del entorno, para de esta manera aplicar y desarrollar nuestros objetivos con una visión positiva al cambio.

La elaboración del tejido es una de las primeras actividades artesanales que se conoce. Nació como respuesta a la necesidad primaria del ser humano de cubrirse. A igual que los hombres primitivos usaron el metal, para elaborar armas y casar, o la arcilla para hacer vasijas donde almacenar alimentos, también aprendieron a elaborar los tejidos.



Las primeras industrias que aparecieron en Ecuador se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo en la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra.

En la actualidad, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda. A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que no se le ha dado la debida importancia que merece la industria de los tejidos. Es por ello que nos vemos avocados a profundizar sobre la necesidad del desarrollo empresarial en la ciudad, que promueva la unidad e integración al trabajo, confianza y respeto.

Las razones que nos llevó a plasmar nuestra idea del proyecto y al emprendimiento del mismo son:

- ✓ Identificar la situación actual del sector de ventas del producto.
- ✓ Dar a conocer el nuevo producto al consumidor, en la ciudad de Quito.
- ✓ Establecer diversos aspectos sobre la competencia como, posicionamiento, diferenciación, en productos similares.
- ✓ Por crear y generar fuentes dignas de empleo en nuestro entorno.
- ✓ Identificar los productos más solicitados, requeridos y aceptados por el segmento femenino.
- ✓ Determinar el potencial, el perfil y la conducta de compra del segmento de mercado con relación a este producto.

- ✓ Por desarrollar, motivar, e incentivar la industria del tejido punto fino en nuestro medio, etc.

Cabe recalcar que a las industria del tejido, no se le ha dado la importancia que requiere, lo cual se atribuye el poco desarrollo industrial, evidenciando así, industrias no desarrolladas; pese a contar con el abastecimiento de una gran cantidad de materias primas, que en muchas ocasiones son llevadas fuera del país, para su procesamiento y luego regresar como producto terminado a precios elevados. Por esta razón, se tomo la decisión de crear un producto nuevo, innovador, de calidad, elegancia, y estilo, como son los SUÉTERES, CHALES Y BUFANDAS TEJIDOS EN PUNTO FINO, para las damas, los mismos que serán elaborados con, hilo, lana o seda; con botones, abiertos o cerrados, utilizando materia prima de primer orden. En conclusión, nuestro producto, los suéteres serán útiles, para vestir a las damas ejecutivas, dándoles confort, estilo, elegancia, y versatilidad, en su vestimenta diaria.

### ❖ **ESTUDIO DE MERCADO**

El principal objetivo del estudio de mercado es, tener una noción clara de la cantidad de consumidores potenciales que han de adquirir el producto de nuestro Proyecto. Es decir, nos permite determinar la relación que existe entre la oferta y demanda, para el producto en estudio.

## **PROPÓSITO DEL ESTUDIO DE MERCADO**

El propósito del estudio de mercado para la producción de los suéteres, bufandas y chales, es determinar las condiciones naturales en que va a llegar el producto al consumidor final. Además se requiere establecer, métodos técnicos actualizados para determinar las posibilidades de instalar una nueva empresa, que ofrezca al mercado un producto de excelente calidad.

## **COMPORTAMIENTO DEL MERCADO**

Para establecer el comportamiento del mercado de suéteres tejidos en punto fino, en el centro de la ciudad de Quito, se realizaron encuestas en los puntos de venta a los posibles consumidores. La información obtenida, de los datos primarios en la aplicación de las encuestas relacionadas a la segmentación de damas ejecutivas es, organizada, presentada, analizada e interpretada conforme se los indica a continuación.

## **PERFIL DEL CLIENTE**

Según las encuestas realizadas se determinó los siguientes aspectos:

- ✓ El producto está orientado a mujeres

**TABULACION Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA.-** Se aplico las encuestas a las damas empleadas en el Sector público y privado de la Parroquia Centro Histórico de Quito, las mismas que han sido tabuladas y representadas gráficamente, obteniendo los siguientes resultados:

**PREGUNTA N° 1**

**1¿Cuáles son sus ingresos mensuales?**

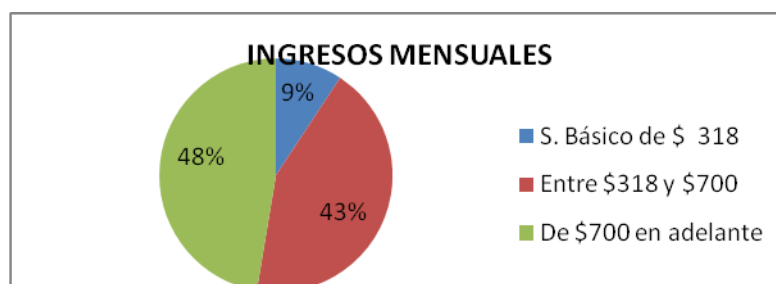
**Cuadro N° 8**

**INGRESOS MENSUALES**

DETALLE	FRECUENCIA	%
S. Básico de \$ 318	37	9.27
Entre \$318 y \$700	173	43.36
De \$700 en adelante	189	47.37
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N° 4**



**INTERPRETACIÓN.-** Los datos obtenidos nos permiten evidenciar que las consumidoras a los que va dirigido nuestro producto, poseen ingresos básicos de: \$318, el 9.27%; entre \$318 y \$ 700 (43.36%), posteriormente las personas que tiene ingresos de más de \$700, es el (47.37%).

**PREGUNTA N° 2**

**¿En su vestimenta diaria acostumbra Ud., usar suéteres, bufandas y/o chales?**

**Cuadro N°9**

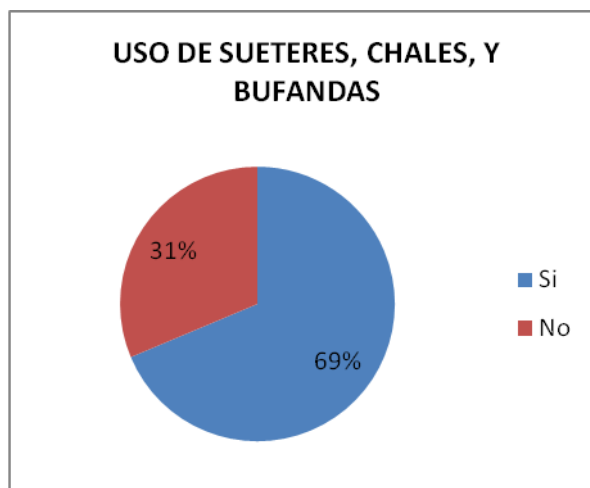
**USO DE LOS SUÉTERES, BUFANDAS, Y CHALES**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	274	68.67
No	125	31.33
TOTAL	399	100,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 5**



**INTERPRETACIÓN.-** Mediante el análisis del cuadro que antecede se determina que de las 399 encuestas aplicadas en el centro de Quito, 274 responden que sí, que representa el 68.67%; 125 contestaron que no, lo que corresponde al 31.33%.

### PREGUNTA N°3

3. ¿Los suéteres, bufandas y chalets que usted usa son?:

Cuadro N° 10

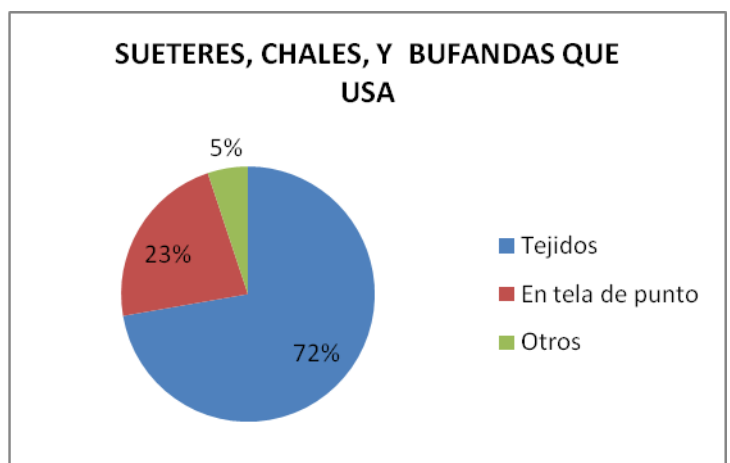
LOS SUÉTERES, BUFANDAS, CHALES QUE USA

DETALLE	FRECUENCIA	%
Tejidos	198	72.26
En tela de punto	62	22.63
Otros	14	5.11
TOTAL	274	100.00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 6



**INTERPRETACIÓN.-** Como se puede observar en el cuadro que antecede, de las 274 damas encuestadas, a 198 les gusta los suéteres tejidos, corresponde al 72.26%; a 62 les agrada los suéteres elaborados de tela de punto, corresponde al 22.64%; y 14 personas respondieron que utilizan otros, equivale al 5.10%. Por lo tanto, se puede determinar que a la mayoría de las damas les agradan los **productos tejidos.**

#### PREGUNTA N° 4

4. Los suéteres que usted adquiere, ¿en qué modelos los prefiere?

Cuadro N° 11

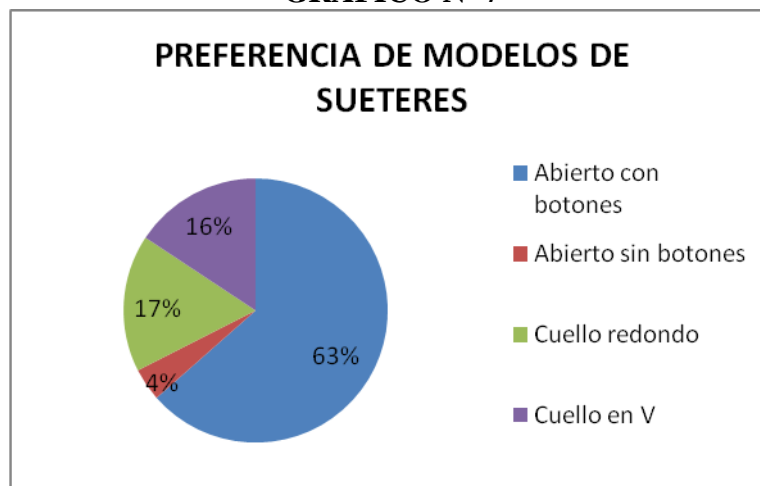
#### PREFERENCIA EN MODELOS DE SUÉTERES

DETALLE	FRECUENCIA	%
Abierto con botones	174	66.44
Abierto sin botones	11	3.69
Cuello redondo	46	15.44
Cuello en V	43	14.43
<b>TOTAL</b>	<b>274</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 7



**INTERPRETACIÓN.-** De acuerdo a los resultados obtenidos, en el cuadro N°7, 198 damas prefieren usar suéteres abiertos con botones equivale al 66.44%; 11 les agrada suéteres abiertos sin botones, corresponde al 3.69%; 46 prefieren cerrados, corresponde al 15.44%; 86 se eligen cuello redondo, corresponde al 21.55% y 43 optan por el cuello en V, corresponde el 14.43%. Como se puede analizar **las damas prefieren los suéteres abiertos con botones.**

**PREGUNTA N° 5**

**5. Según su criterio: ¿Por qué prefiere los suéteres, bufandas, y chales Tejidos?**

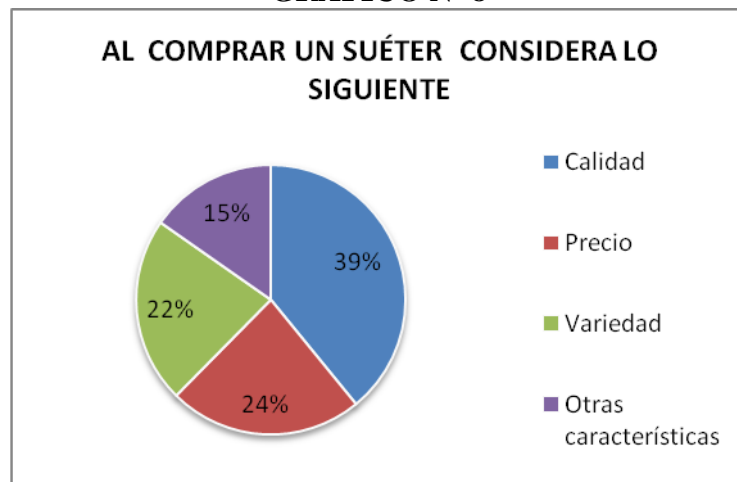
**Cuadro No 12**

PREFERENCIA EN ADQUISICIÓN DE SUÉTERES, BUFANDAS, Y CHALES T.

DETALLE	FRECUENCIA	%
Calidad	156	39.09
Precio	93	23.30
Variedad	89	22.30
Otras Características	61	15.28

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N° 8**



**INTERPRETACIÓN.-** De acuerdo a los datos adquiridos en las encuestas se pudo determinar que, 156 damas prefieren calidad, corresponde al 39.9%; 93 se inclinan por el precio, corresponde al 23.30%; 89 buscan variedad, corresponde al 22.30%; y 61 prefieren otras características, corresponde al 15.28%. Por lo que se pudo determinar que, la mayoría de las consumidoras se inclina por la calidad de los suéteres.



**PREGUNTA N° 6**

**6. ¿Normalmente, dónde adquiere, sus Suéteres, Bufandas, y Chales?**

**Cuadro No 13**

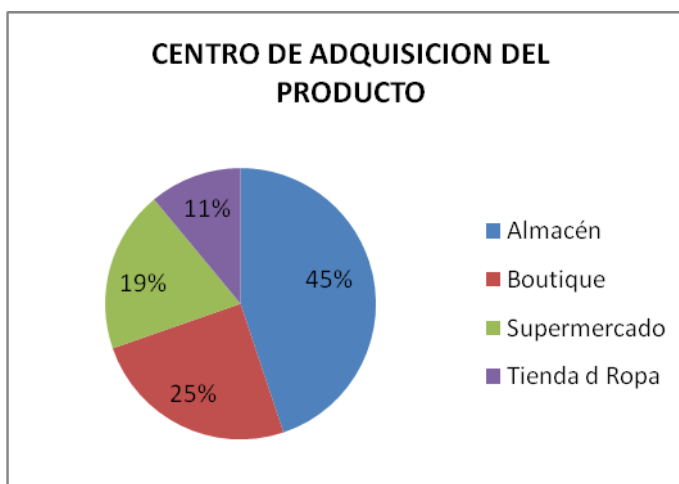
**CENTRO DE ADQUISICION DEL PRODUCTO**

<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Almacén	179	44.8
Boutique	99	24.81
Supermercado	77	19.30
Tienda d Ropa	44	11.02

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO N° 9**



**INTERPRETACIÓN.-** Como se demuestra en el presente cuadro, de las 399 encuestadas, 179 respondieron que compran el producto en almacén, corresponde al 44.8%; 99 compran en boutique, corresponde al 24.81%; y 77 compran el producto en el supermercado equivale al 19.30%; y 44 personas adquieren el producto en tiendas de ropa. Por lo que se puede demostrar que el lugar de adquisición del producto que las damas prefieren es el almacén.

**PREGUNTA N°7**

**7. ¿Qué opina de la calidad de los suéteres, chales, y bufandas que utiliza?**

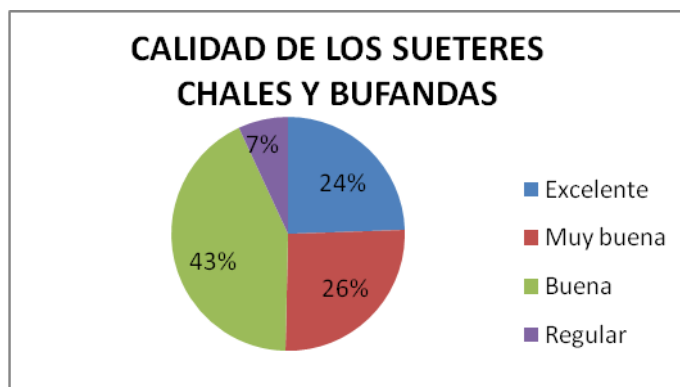
**Cuadro N° 14**  
**CALIDAD DE LOS SUÉTERES, BUFANDAS Y CHALES**

<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Excelente	67	24.45
Muy buena	71	25.91
Buena	117	42.70
Regular	19	6.94
<b>TOTAL</b>	<b>274</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO N° 10**



**INTERPRETACIÓN.-** Como se observa en el cuadro anterior, 67 damas opinan que la calidad de los suéteres es excelente, corresponde al 24.45%; mientras que 71 creen que la calidad es muy buena, corresponde al 25.91%; 117 creen que es buena, corresponde al 42.70%; 19 piensan que son regulares, corresponde al 6.94%; Por lo que podemos determinar que la mayoría de las damas creen que los suéteres de uso común son de buena calidad.

**PREGUNTA N° 8**

**8. ¿Conoce si, en este barrio o a sus alrededores, existe una fábrica productora y comercializadora de suéteres, bufandas y/o chales?**

**Cuadro No 15**

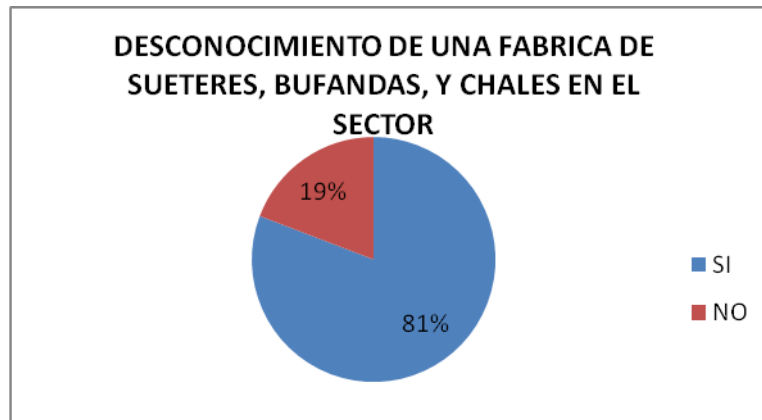
**DESCONOCIMIENTO DE LA EXISTENCIA FÁBRICA DE, SUETEEES, CHALES, Y BUFANDAS EN EL SECTOR**

DETALLE	FRECUENCIA	%
SI	160	80.80
NO	38	19.20
TOTAL	198	100.00

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO N° 11**



**INTERPRETACIÓN.-** Según el análisis, 160 damas respondieron que si conocen de la existencia de una fábrica de suéteres en el sector en que viven, equivale al 80.80%; mientras que 38 manifestaron no conocer una fabrica productora de suéteres, bufandas y chales, equivale al 19.20%. De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede deducir que la mayoría de las mujeres encuestadas, desconocen de la existencia de una fábrica en el sector.

**PREGUNTA N° 9**

**9. ¿Estaría usted dispuesta a adquirir, suéter, bufandas, y chales, tejido en punto fino, de mejor calidad y durabilidad que cubra sus expectativas del buen vestir?**

**Cuadro No 16**

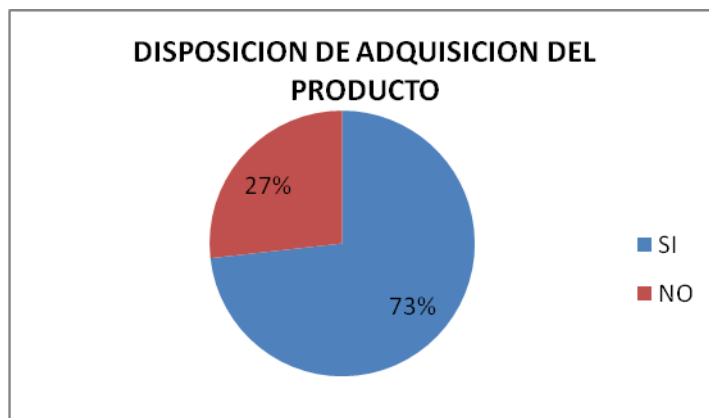
**ADQUISICIÓN SUÉTERES, BUFANDAS, Y CHALES TEJIDOS EN PUNTO FINO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
SI	145	73.23.
NO	53	26.76
TOTAL	198	100.00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N° 12**



**INTERPRETACIÓN.-** De acuerdo a los resultados obtenidos, podemos apreciar que de las 198 encuestas realizadas, 145 si están dispuestas a adquirir un suéteres, bufandas y chales tejidos en punto fino, equivale al 73.23%; 53 respondieron que no les gustaría, equivale al 26.76. Se puede determinar, que la mayoría de las damas si les gustaría comprar suéteres, bufandas y chales tejidos en punto fino.

### PREGUNTA N° 10

10. *¿Si se implantara una empresa nueva que propusiera suéteres, chales, y bufandas, novedosos tejidos en punto fino, además de los ya existentes, ¿compraría nuestro producto?*

**Cuadro No 17**

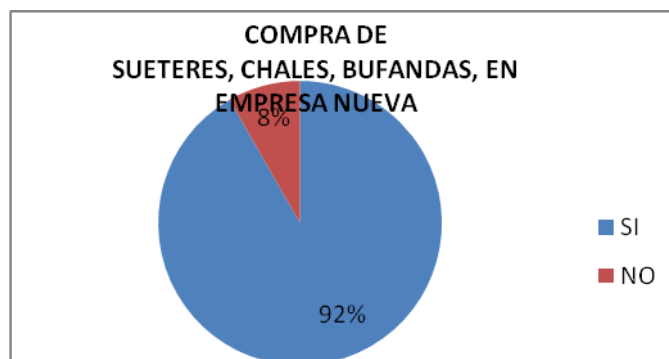
COMPRA DE SUÉTERES, BUFANDAS, Y CHALES NOVEDOSOS TEJIDOS EN PUNTO FINO, EN EMPRESA NUEVA

DETALLE	FRECUENCIA	%
SI	133	91.72
NO	12	8.28
TOTAL	145	100.00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 13**



**INTERPRETACIÓN.-** Continuando con el análisis e interpretación, se puede apreciar en el cuadro anterior que de las 145 encuestados, 133 respondieron que si les gustaría adquirir suéteres novedosos, equivale al 91.72%; mientras que 12 respondieron que no les gustaría, corresponde al 8.28%. Por tanto, se puede apreciar que la mayoría de damas si están dispuestas a adquirir suéteres novedosos, es la oportunidad de que la empresa oferte el producto en estudio.

**PREGUNTA N° 11**

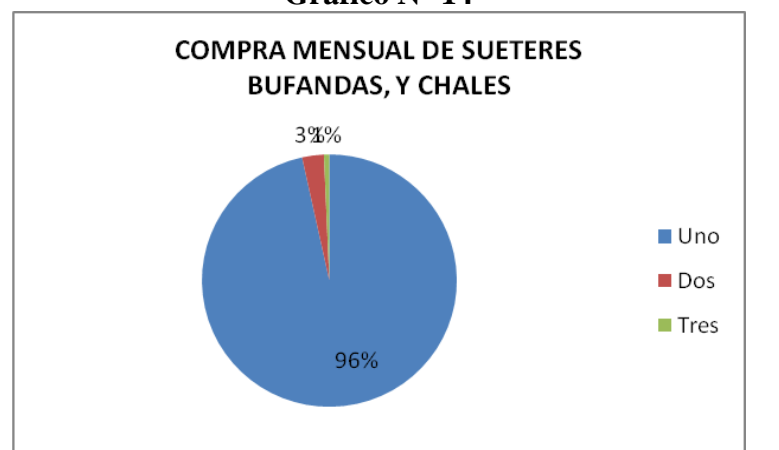
**11. ¿Qué cantidad de suéteres, bufandas, y chales, estaría dispuesta a adquirir en forma mensual?:**

**Cuadro No 18**

**COMPRA MENSUAL DE: SUÉTERES, BUFANDAS, Y CHALES**

DETALLE	FRECUENCIA	MENSUAL	%
Uno	140	140	96.55
Dos	4	8	2.76
Tres	1	3	0.69
TOTAL	145	151	100,00

**Grafico N° 14**



**INTERPRETACIÓN.-** Al realizar la interpretación, se puede determinar que de las 145 encuestas, 140 damas comprarán un producto mensualmente, corresponde al 96.55%; 4 comprarán dos productos mensualmente, corresponde al 2.76%; 1 comprará tres productos cada mes, correspondiente al 0.69%. Por lo tanto, se puede determinar que el promedio de compra mensual de las 145 encuestadas es de, 151 productos. Al realizar los cálculos correspondientes para determinar el consumo promedio anual tenemos:  $\text{Promedio} = 151/145 * 12 = 12.49 =$  Productos anuales

**Promedio= 12.49 anual /12 meses = equivale a 1.04 productos mensuales.**

## PREGUNTA N° 12

12. ¿Por qué medios de comunicación conoció sobre nuestros productos?

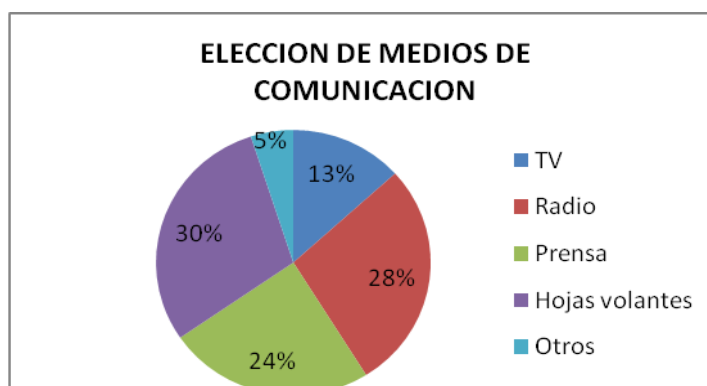
**Cuadro No 19**  
ELECCION DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DETALLE	FRECUENCIA	%
TV	53	13.28
Radio	111	27.82
Prensa	97	24.31
Hojas volantes	118	29.57
Otros	20	5.01

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

## GRÁFICO N° 15



**INTERPRETACIÓN.-** Continuando con el análisis e interpretación, se puede apreciar, que de los 236 encuestados, 53 responden conocer el producto por espacios publicitarios que se presenta en la TV, que representa el 13.28%; 111 respondieron que conocieron el producto por el medio más utilizado que es la Radio, lo que representa el 27.82%; 97 encuestadas responden conocer el producto por medio de la prensa, representando el 24.31%, igualmente 20 dicen conocer el producto por medio de otros medios, lo que corresponde al 5.01%.

### PREGUNTA N° 13

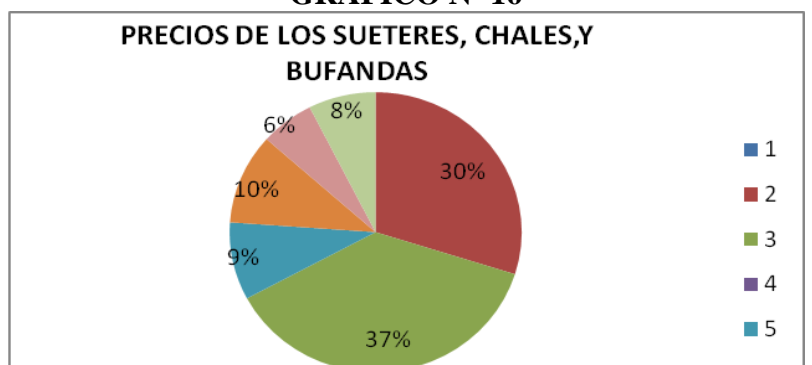
13. ¿Cuánto pagaría Ud. por un suéter, un chal, o una bufanda, tejido en punto fino?

**Cuadro N° 20**  
PRECIO DE LOS SUÉTERES, CHALES, Y BUFANDAS TEJIDOS

DETALLE	FRECUENCIA	%
<b>SUETER</b>		
\$20,00	45	31.03
\$25,00	15	10.34
<b>CHALES</b>		
6,00	35	24.14
7,00	12	8.28
<b>BUFANDAS</b>		
4,00	25	17.24
5,00	13	8.97
<b>TOTAL</b>	<b>145</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: La Autora

### GRÁFICO N° 16



**INTERPRETACIÓN.-** SUÉTERES: 96 mujeres manifestaron que estarían dispuestas a pagar \$20 por un suéter novedoso, lo cual corresponde al 31,03%; 15 damas estarían dispuestas a pagar \$25,00 corresponde el 10.34%; CHALES: 35 mujeres están seguras de pagar 6,00 dólares, por un chales, corresponde al 24,14%; 12 respondieron estar en posibilidad de pagar 7,00 dólares que corresponde al 8,28% BUFANDAS: 25 damas responden que les gustaría pagar 4,00 dólares por una bufanda de su agrado que corresponde al 17.24%; y 13 respondieron estar dispuestas a pagar 5,00 dólares, lo que corresponde 8.97%.



#### PREGUNTA N° 14

14. *¿Qué tipo de promoción le gustaría obtener por la compra de los, suéteres, chales, y bufandas tejidos en punto fino?*

**Cuadro N° 21**

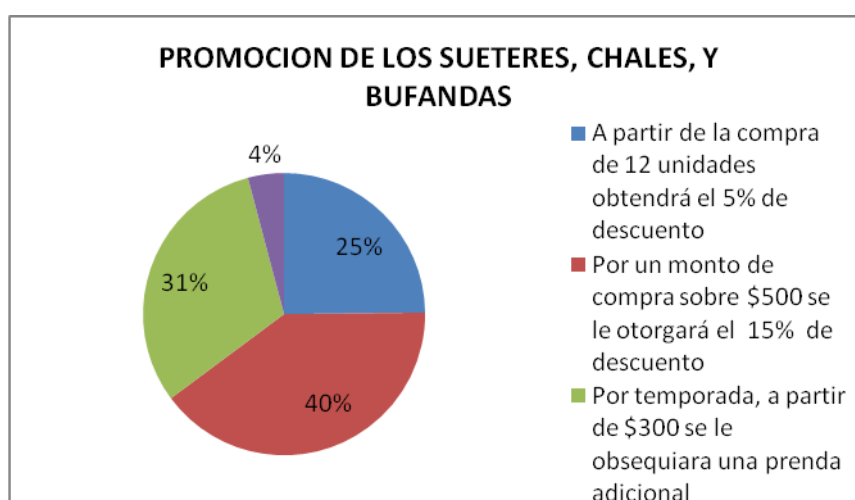
#### PROMOCIONES DE LOS SUERES CHALES, Y BUFANDAS

DETALLE	FRECUENCIA	%
A partir de la compra de 12 unidades obtendrá el 5% de descuento	36	24.83
Por un monto de compra sobre \$500 se le otorgará el 10% de descuento	58	40.00
Por temporada, a partir de \$ 300 se le obsequiara una prenda adicional	45	31.03
Otra promoción	6	4.14
<b>TOTAL</b>	<b>145</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N° 17**



***INTERPRETACIÓN.-*** Continuando con nuestro análisis en el cuadro 17, se puede apreciar que de las 145 encuestadas, 36 respondieron que les agradaría obtener un descuento del 5% por la compra de doce unidades (docena) que representa el 24.83%, 58 contestaron que se inclinan por un monto de compra sobre los \$500 y obtener un 15% de descuentos que corresponde al (40%); 45 de las encuestadas manifestaron que por temporada, si les agradaría recibir una prenda adicional por un monto de compra de \$300, que representa el 31.03%, y 6 responden que les gustaría obtener otra promoción, dependiendo de la política de la empresa, lo que representa el 6.14%. Por tanto, se determina que la promoción del 15% de descuento por un monto de \$500 es la de más acogida. Dato interesante que será considerado por la nueva empresa.

## *g). DISCUSIÓN*

### *❖ ESTUDIO DE MERCADO*

#### *ANÁLISIS DE LA DEMANDA.*

Nos permite conocer claramente cuál es la realidad de la demanda del producto, determinar a los clientes actuales y potenciales para el producto, suéteres, chales, y bufandas, lo que da la posibilidad determinar la cantidad de la demanda en un tiempo determinado.

**Demanda Potencial.-** Es el segmento de toda la población de estudio. Se proyectará para 5 años.

**Cuadro N° 22**

#### **DEMANDA POTENCIAL**

<b>Años</b>	<b>Población (1.95%)</b>	<b>N° Damas por institución, empresa</b>	<b>Demanda Potencial</b>	<b>Demanda Potencial de Estudio, 68.67%</b>
0	195.317	1	195.317	134.124
1	199.125		199.125	136.739
2	203.088		203.088	139.461
3	207.423		207.423	142.437
4	211.467		211.467	145.214
5	216.692		216.692	148.802

**Fuente:** Cuadro N° 9. INEC (Tasa de Crecimiento de Población 1.95)

**Elaboración:** La Autora

**Demanda Real.-** Constituye toda la población segmentada, que realmente comprará el producto.

**Cuadro N° 23**  
**DEMANDA REAL**

Años	Demanda Potencial de estudio	Demanda Real (72.26%)	D. Real
0	134.124		96.918
1	136.739		98.808
2	139.461		100.775
3	142.437		102.925
4	145.214		104.932
5	148.802		72.26.%

Fuente: Cuadro N° 10 y 22

Elaboración: La Autora

**Consumo Per Cápita.-** Es la cantidad del producto que va a comprar cada persona anualmente

**.Cuadro N° 24**

**CONSUMO PER CAPITA**

Años	D. Real	Consumo Mensual	Consumo Promedio Anual por persona	D. Real Suéteres Bufandas chales
0	<b>96.918</b>	151	12	1.163.016
1	<b>98.808</b>			1.185.696
2	<b>100.775</b>			1.209.300
3	<b>102.925</b>			1.235.100
4	<b>104.932</b>			1.259.184
5	<b>107.524</b>			1.290.288

Fuente: Cuadro N° 18 y 23

Elaboración: La Autora

En el cuadro n° 18 se realizó los cálculos correspondientes para determinar el consumo promedio anual, se obtiene:

FÓRMULA:  $\sum X_m.F/N$

Promedio=  $151/145*12$

**Promedio = 12.49 anual /12 meses = equivale a 1 productos mensuales**

**Demanda Efectiva.-** Es toda la población segmentada, que en la práctica nuestro producto será requerido por el mercado.

**Cuadro N° 25**  
**DEMANDA EFECTIVA EMPRESA PUNTADA FINA**

<b>Años</b>	<b>D. REAL suéteres, bufandas, chales</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA (73.23%)</b>	<b>D. EFECTIVA suéteres, bufandas, chales</b>
0	1.163.016		851.677
1	1.185.696		868.285
2	1.209.300		885.570
3	1.235.100		904.464
4	1.259.184		922.100
5	1.290.288	73.23%	944.878

Fuente: Cuadro N° 16 y 25

Elaboración: La Autora

#### ❖ OFERTA.

La oferta, está determinada como la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

#### **ESTUDIO DE LA OFERTA**

“El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.”<sup>55</sup> En la ciudad de Quito, existen establecimientos comerciales tales como: Tiendas de ropa, supermercados, almacenes, y boutiques.

<sup>55</sup> SAPAG Chain, Nassir y SAPAG Chain, Reinaldo, Preparación y evaluación de proyectos, Mc.Graw Hill Interamericana de Chile, Cuarta Edición, Chile 2000, Págs. 439

Por esta razón se realizó la investigación para conocer cuántos suéteres, bufandas y chales se venderán mensualmente.

### ❖ CÁLCULO DE LA OFERTA

Para calcular la oferta del producto, se realizó el estudio, tomando como universo a los principales establecimientos que ofertan este producto o que tienen relación con estas prendas de vestir, en el centro de la ciudad de Quito como: Almacenes, centros comerciales, boutique tiendas de ropa, existentes en el sector. Para determinar este cálculo, se procedió a segmentar a los diferentes establecimientos comerciales, existentes en la parroquia de centro histórico de Quito, que venden el producto. Los establecimientos que ofertan este producto en el Sector centro de la ciudad de Quito, son de 903 locales en el año 2013. Para el estudio de la oferta del proyecto, utilizaremos información suministrada el Municipio de Quito Zona Centro.

#### **Cálculo de la muestra**

#### **FÓRMULA:**

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

$$n = \frac{903}{1 + 903 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{903}{1+903(0.0025)} = \frac{903}{3.258} = 277$$

**n = 277**

**El tamaño de la muestra será de 277 establecimientos comerciales**

Se aplicarán 277 encuestas a la segmentación establecimientos que ofertan el producto, suéteres, chales, y bufandas, en la Parroquia centro de Quito. Se analizó los datos mediante la tabulación matemática y estadística, y determinar la oferta.

**Cuadro N° 26**

**SEGMENTACIÓN DE LA OFERTA**

BARRIOS	Tiendas de Ropa	Almacenes	Súper Mercados	Boutique
LA LOMA	3	57	4	7
LA MERCED	4	327	5	29
LA RECOLETA	2	39	7	9
LA VICTORIA	-	27	2	2
SAN BLAS	3	63	7	12
LA TOLA	2	59	4	10
SAN MARCOS	1	52	6	9
SAN SEBASTIAN	1	48	9	13
LA ALAMEDA	4	51	11	14
<b>TOTAL</b>	20	723	55	105

**Fuente:** Investigación de campo suministrada por la Administración Municipal Zona Centro  
**Elaboración:** La Autora

El número total de establecimiento comerciales es de **903**, de donde se desglosa, que corresponden a los locales comprendidos en: Principales tiendas de ropa 20;

almacenes 723; supermercados 55; y boutiques que venden este producto corresponden 105. Como se puede apreciar en el cuadro N°7.

## ***RESULTADOS DE LA ENTREVISTA APLICADA A LOS OFERTANTES***

### ***❖ COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA***

En el estudio de la oferta del proyecto, utilizaremos información suministrada el Municipio de Quito, Zona Centro.

Para determinar la muestra, se tomo como universo a los establecimientos que ofertan producto, en la parroquia centro histórico de Quito, que son 903, los mismos que están repartidos en la siguiente forma; Tiendas de ropa 20; almacenes 723; supermercados 55, y 105 boutiques.

De acuerdo al tamaño de la muestra, se determino 277 encuestas para llegar al ofertante, por tanto se tabulan 277 encuestas.

Para la aplicación de las encuestas se siguió el mismo procedimiento que se hizo en la demanda, los datos obtenidos serán organizados, presentados, analizados e interpretados. La presente encuesta se aplicó a los establecimientos que ofertan el producto en la Parroquia centro de Quito, cercanos a la ubicación de la empresa “PUNTADA FINA”, Y los resultados fueron los siguientes:



## PREGUNTA N° 1

1. ¿En su establecimiento comercial, usted vende suéteres, bufandas, y chales?

Cuadro N° 27

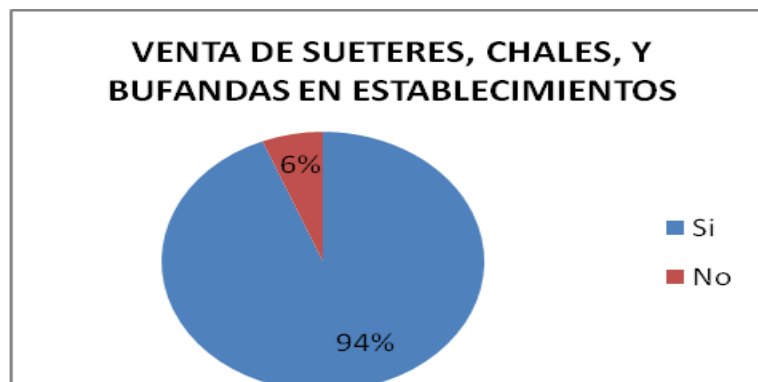
### VENTA DE SUÉTERES, CHALES, Y BUFANDAS EN ESTABLECIMIENTOS

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	260	93.86
No	17	6.14
<b>TOTAL</b>	277	100,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 18



**INTERPRETACIÓN.-** Como se puede ver en el cuadro anterior, se determina que de las 277 encuestas aplicadas en la parroquia centro de Quito, 260 respondieron que en sus establecimientos comerciales, venden suéteres, bufandas, y chales, corresponde al 93.86; y 17 personas manifestaron que no venden el producto, lo que corresponde al 6.14% del total.

## PREGUNTA N° 2

2. *¿En su establecimiento, que producto vende más, suéteres chales, o bufandas?*

**Cuadro N° 28**

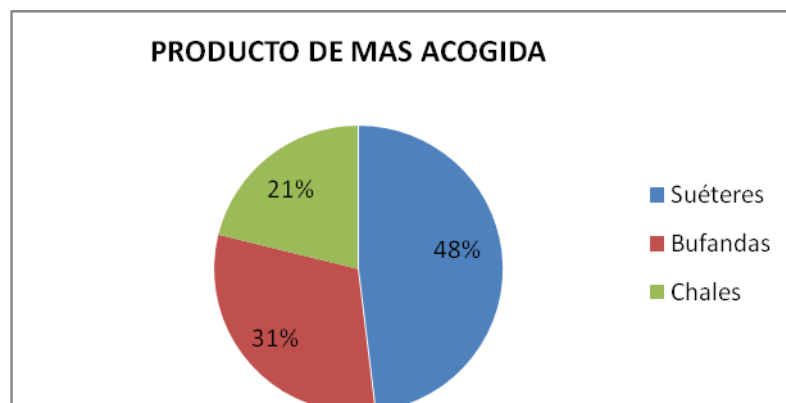
PRESENTACION DEL PRODUCTO DE MAS ACOGIDA

DETALLE	FRECUENCIA	%
Suéteres	125	48.08
Bufandas	80	30.77
Chales	55	21.15
TOTAL	260	100,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N° 19**



**INTERPRETACIÓN.-** En el cuadro anterior se detalla que el producto de mas salida, entre, suéteres, chales y bufandas, de los 277 encuestados, 125 respondieron que si venden suéteres, corresponde al 48.08%; 80 de los propietarios manifestaron que venden chales, que representa al 30.77%; y 55 personas respondieron que venden bufandas, corresponde al 21.15%.

### PREGUNTA N° 3

1. ¿Cuál es el precio de los suéteres, chales y bufandas que usted vende?

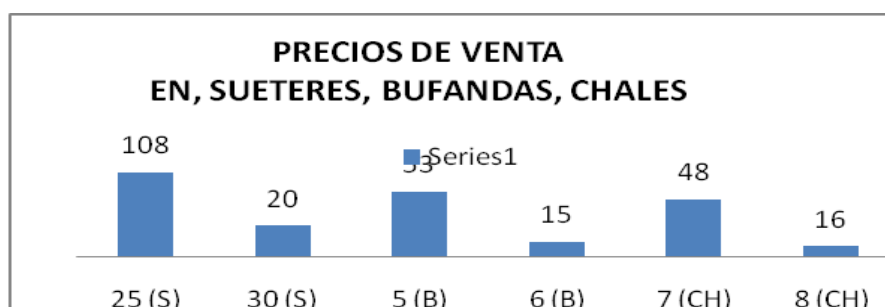
Cuadro N° 29

PRECIO DE VENTA DE SUÉTERES, BUFANDAS, Y CHALES

PRODUCTO	PRECIOS	FRECUENCIA	%
SUÉTERES	\$ 25,00	108	41.54
	\$ 30,00	20	7.69
BUFANDAS	\$ 5,00	53	20.38
	\$ 6,00	15	5.77
CHALES	\$ 7,00	48	18.46
	\$ 8,00	16	6.15
TOTAL		260	100,00

Fuente: Investigación  
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 20



### INTERPRETACIÓN:

**Suéteres**, de los 260 encuestados, 108, de ellos respondieron que venden los suéteres a \$25,00 dólares que representa el 41.54 % y 20 respondieron que venden los suéteres a \$30,00 dólares lo que corresponde al 7.69%.

**Bufandas**, 53 manifestaron que venden las bufandas a \$5,00 dólares que corresponde al 20.38%; y 15 respondieron que venden a \$6,00, corresponde al 5.77%

**Chales**, 48 respondieron que venden los chales a \$7,00, corresponde al 18.46%; y 16 manifestaron que venden los chales a \$8,00 corresponde al 6.15%.

## PREGUNTA N°4

4. *¿Qué cantidad de suéteres, bufandas, y chales vende usted en su establecimiento mensualmente?*

**Cuadro N° 30**

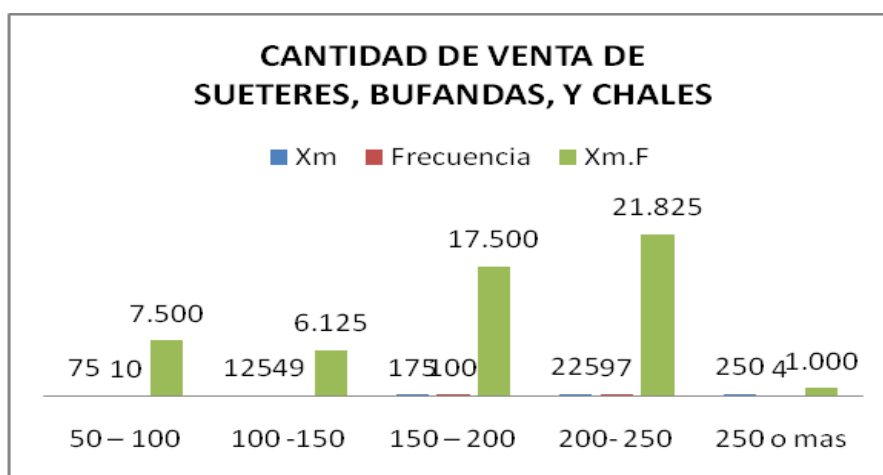
CANTIDAD DE VENTA MENSUAL DE SUÉTERES, BUFANDAS, CHALES

Cantidad	Xm	Frecuencia	Xm.F	%
50 – 100	75	10	7.500	3.48
100 -150	125	49	6.125	18.85
150 – 200	175	100	17.500	38.46
200- 250	225	97	21.825	37.31
250 o mas	250	4	1.000	1.50
<b>Total</b>	<b>850</b>	<b>260</b>	<b>53.950</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N° 21**



**INTERPRETACIÓN:** En el cuadro que antecede se puede determinar las cantidades vendidas mensualmente por los establecimientos comerciales donde se realizó las encuestas.

De ellos, 10 manifestaron que venden de 50 a 100 unidades mensualmente, que representa el 3.48%; 49 respondieron que venden de 100 a 150 unidades mensualmente, que representa el 18.85%; 100 manifestaron que venden de 150 a 200 unidades al mes, lo que corresponde al 38.46%; 97 respondieron vender de 200 a 250, corresponde al 37.31%; y 4 manifestaron que venden 250 o más productos, corresponde al 1.50%.

Al realizar los cálculos correspondientes para determinar la venta promedio, se obtuvo:

$$\text{Promedio} = \sum X_m.F/n$$

$$\text{Promedio} = 53.950/260$$

$$\text{Promedio} = 207.5 = \mathbf{208 \text{ Productos mensuales en cada local}}$$

Se obtiene que el consumo promedio mensual sea de 208 productos en cada uno de los establecimientos comerciales de la parroquia centro histórico de Quito

Si lo multiplicamos por los 260 establecimientos que si venden el producto, se obtiene 54.080 productos mensuales \*12 = **648.960 productos que venden al año, suéteres, bufandas, chales, en el centro de la ciudad de Quito.**

### PREGUNTA N° 5

5. *¿Con que frecuencia usted adquiere el producto, que ofrecen los proveedores?*

Cuadro N° 31

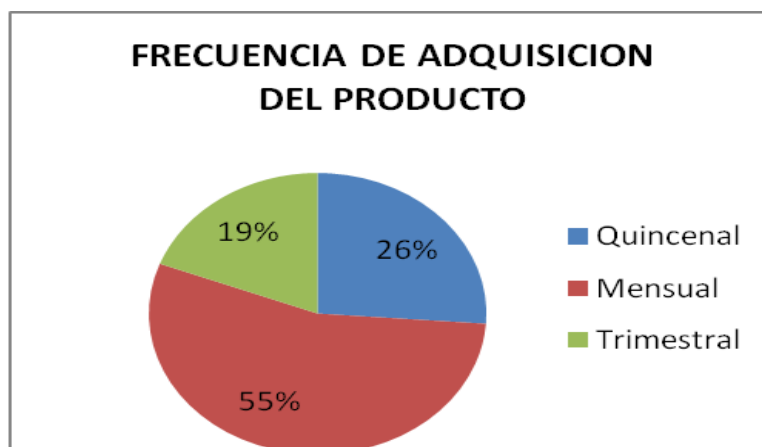
#### FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO

DETALLE	FRECUENCIA	%
Quincenal	68	26.15
Mensual	142	54.61
Trimestral	50	19.24
<b>TOTAL</b>	260	100,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 22



**INTERPRETACIÓN.-** Continuando con la interpretación y análisis de los datos adquiridos en el trabajo de campo, se determina que de los 260 encuestados, 68 respondieron que el producto lo adquieren quincenalmente, equivale al 26.15%; 142, adquieren el producto mensualmente que representa el 54.61%; 50 manifestaron que lo adquieren trimestralmente que representa el 19.24%. Se puede determinar que la mayor parte de **propietarios de establecimientos comerciales prefieren adquirir el producto mensualmente.**

**PREGUNTA N° 6**

**6. ¿De los suéteres que Ud. vende, qué modelos son los más comerciales?**

**Cuadro N° 32**

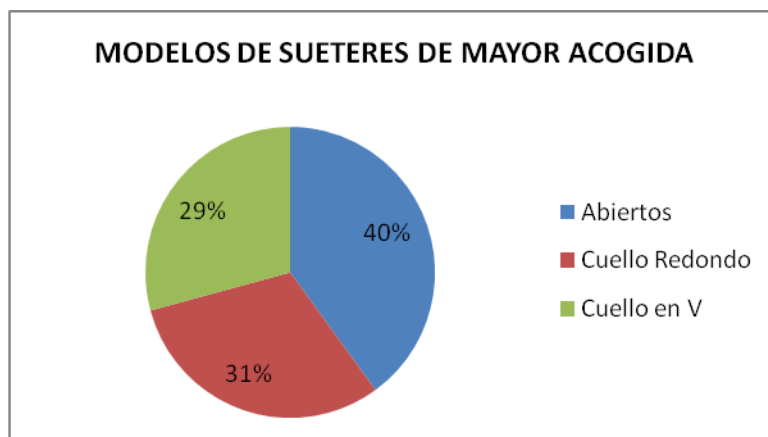
**PREFERENCIA EN MODELOS DE SUÉTERES**

<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Abiertos	104	40.00
Cuello Redondo	80	30.77
Cuello en V	76	29.23
<b>TOTAL</b>	<b>364</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO N° 23**



**INTERPRETACIÓN.-** Se puede observar que de los 364 establecimientos encuestados, **104 prefieren suéteres abiertos, corresponde al 40.00%**; 80 respondieron que prefieren suéteres de cuello redondo, corresponde el 30.77%; mientras que 76 contestaron que prefieren cuello en V, corresponde el 29.23%. Por lo que se puede determinar que la preferencia en modelos de suéteres de expendio común es el abierto.

## PREGUNTA N° 7

7. ¿Estaría dispuesto a adquirir un nuevo producto que consiste: Suéteres, bufandas, y chales, tejidos en punto fino, para ofrecerlo a sus clientes?

**Cuadro N° 33**

### ADQUISICIÓN DEL NUEVO PRODUCTO

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	249	95.76
No	11	4.24
TOTAL	260	100,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N° 24**



**INTERPRETACIÓN.-** En el cuadro que antecede se detalla el apoyo incondicional de los comerciantes para adquirir nuestros productos, que de los 260 encuestados, 249 de ellos respondieron que si están dispuestos a adquirirlo que representa el 95.76%; mientras que 11 respondieron que no, lo que representa el 4.24%. Por lo tanto, se puede determinar que la mayoría de los comerciantes estarán dispuestos a adquirir el producto de estudio.



**Cuadro N° 34**  
**OFERTA PROYECTADA**

Centros de venta del producto	%	Centros que venden el producto	Unidades Vendidas por Mes	Unidades Vendidas al Año	Oferta Unidades Vendidas al Año
277	93.86	260	208	2.496	648.960

Fuente: Municipio Zona Centro- Cuadros N° 29, Y 32  
Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 35**

Años	Oferta (2.33%), *Tasa de crecimiento* <sup>56</sup>
0	648.960
1	664.080
2	679.554
3	695.387
4	711.590
5	728.170

Fuente: SRI (Oferta, tasa de crecimiento, industria textil)  
Elaboración: La Autora

**DEMANDA INSATISFECHA A CUBRIR (BALANCE OFERTA-DEMANDA)**

En este caso no se puede hablar de una demanda insatisfecha por falta del producto. Cabe mencionar que la mayoría de las damas consumidoras y comerciantes están dispuestos a adquirir nuestro producto por la razón de ser una

<sup>56</sup>SRI, Tasa anual de crecimiento con respecto a la oferta de productos de la industria textil en la ciudad de Quito (2.33%).

empresa emprendedora que ofrece un producto de calidad, durabilidad y garantía. Además se puede mencionar que con la creación de la nueva empresa aporta al crecimiento y desarrollo de la industria en la ciudad de Quito; de igual manera la producción de los suéteres, bufandas, y chales, de esta nueva empresa quiteña será ofertados en: Suéteres tallas, S, M, L; bufandas estilo clásico, y chales, estilo clásico. En el siguiente cuadro se demuestra la diferencia entre la oferta y la demanda efectiva que da como resultado la demanda insatisfecha.

**Cuadro N° 36**  
**DEMANDA INSATISFECHA A CUBRIR**

<b>Años</b>	<b>Demanda Efectiva (UNIDADES)</b>	<b>(-) Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha (UNIDADES)</b>
<b>0</b>	<b>851.677</b>	<b>648.960</b>	<b>202.717</b>
<b>1</b>	<b>868.285</b>	<b>664.080</b>	<b>204.205</b>
<b>2</b>	<b>885.570</b>	<b>679.554</b>	<b>206.016</b>
<b>3</b>	<b>904.464</b>	<b>695.387</b>	<b>209.077</b>
<b>4</b>	<b>922.100</b>	<b>711.590</b>	<b>210.510</b>
<b>5</b>	<b>944.878</b>	<b>728.170</b>	<b>216.708</b>

**Fuente:** Cuadro N° 22 y 29  
**Elaboración:** La Autora

## **ESTRATEGIA DE MERCADO**

En la estrategia comercial que se defina para el proyecto, se deberá considerar cuatro variables fundamentales, tales variables hacen referencia al, producto, precio, plaza y promoción. Estos elementos ayudaran al productor hacer llegar el

bien o servicio al consumidor final. “El productor tomara la decisión de, elegir como va a colocar sus productos en el mercado, mayorista o minorista,”<sup>57</sup> es decir se va a plantear la manera de, como hacer llegar el producto a los consumidores potenciales.

## **PRODUCTO**

Para que la empresa pueda cumplir sus objetivos y metas planteadas es necesario dar a conocer el producto que se va a elaborar, nuestro producto consiste en, suéteres, chales y bufandas, que se ofrecen a las damas ejecutivas su finalidad satisfacer necesidades de vestir.

Diseñados como prendas de vestir, exclusivos para las damas ejecutivas, los estilos van desde clásicos hasta diseños de última moda.

Nuestro propósito es, elaborar un producto de alta calidad, procesado con materia prima seleccionada, garantizada, de calidad, y durabilidad, que pretenda, estilo, y elegancia a las damas.

Por todo esto, es necesario analizar diversos aspectos del producto.

### **Características del Producto:**

- ✓ Los suéteres, Bufandas, y chales serán formales y semiformales
- ✓ Elaborados en, lana, orlón, e hilo acrílica

---

<sup>57</sup> Las diversas modalidades de venta. PROGRAMA PYME. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

- ✓ Modelos suéteres: abiertos, cerrados; con botones, cuello redondo, cuello en V

**Marca:** Tejidos puntada fina

**Tejido:** Punto fino

**Tallas Suéteres:** S, M, L.

**Talla bufandas:** Estándar

**Talla chales:** Estándar

**Color:** Todos los Colores

**Etiqueta:** El nombre del producto son: Suéteres, Bufandas, y Chales, consta de una etiqueta, con la cual va a incursionar en el mercado.

La etiqueta contiene; la marca, material utilizado, lugar, y dirección de producción, e instrucciones de lavado.

**El Embalaje.** Se empacará en fundas de polifan cada una contendrá 12 unidades para su repartición

**LOGOTIPO:** El logotipo simboliza la esencia e identidad propia de la empresa o producto.

## GRÁFICO N° 25

### LOGOTIPO DE LA EMPRESA PUNTADA FINA:



### PRECIO.

El precio es uno de los aspectos fundamentales en la determinación de los ingresos. Ya que de él dependerá la rentabilidad del proyecto.

Es importante determinar los elementos para establecer el precio, como los costos de producción, la referencia del cliente y de la competencia (3Cs), para captar la atención en el mercado consumidor.

### PLAZA.

Para lograr los objetivos propuestos por la empresa, nuestro producto: Suéteres, bufandas y chales, llegarán al consumidor de manera apropiada su finalidad es satisfacer las necesidades del cliente. Para lo cual se requiere de la colaboración

indispensable de los distribuidores. El sitio inicial de distribución del producto se lo hará en la ciudad de Quito, en almacenes, centros comerciales, y boutiques. Para luego extender nuestro mercado a nivel nacional, con miras a un mercado internacional.

Para la distribución del producto. LA EMPRESA TEJIDOS PUNTADA FINA, utilizará el siguiente canal de comercialización.

### **CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

Se considera oportuno que el canal adecuado para la distribución y comercialización del producto es el canal intermedio de distribución, el cual es PRODUCTOR-MINORISTA-CONSUMIDOR FINAL.

En este caso serán, los almacenes, centros comerciales, tiendas de ropa y boutiques, ya que estos se encargaran de vender el bien o servicio a los consumidores finales, de esta manera, pretendemos llegar al mercado objetivo, de una forma más rápida y directa. Los canales de comercialización, están representados por una cadena de empresas o agentes económicos independientes, denominados intermediarios.”<sup>58</sup>

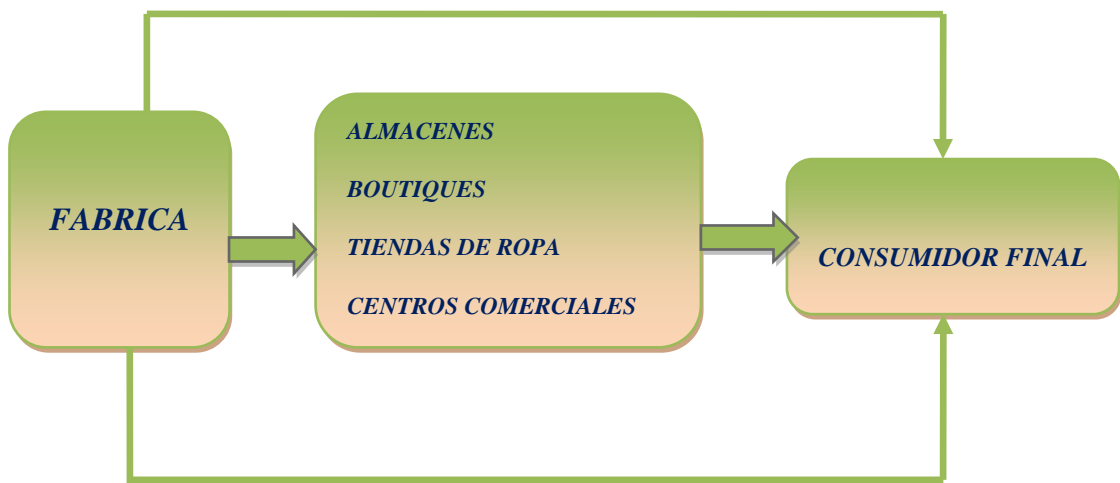
La comercialización de los suéteres bufandas y chales en la parroquia centro de la ciudad de Quito se realizará a través de dos canales, desde que el producto sale de la fábrica hasta que llegue al consumidor final. El sistema de comercialización que utilizara la empresa PUNTADA FINA, se lo representa con el siguiente diagrama.

---

<sup>58</sup> Los canales de distribución. PROGRAMA PYME. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

**SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE SUÉTERES BUFANDAS Y CHALES A ELABORARSE EN EL SECTOR CENTRO EN LA CIUDAD DE QUITO.**

**Diagrama N° 1**



El diagrama nos muestra la forma como se va a llevar a efecto la comercialización del producto.

Significa, que la fábrica se encargará de comercializar el producto: a sus lugares de destino como: Almacenes, boutiques, centros comerciales y tiendas de ropa, quienes nos ayudaran a llegar el producto al mercado objetivo, de una forma más rápida y directa.

**PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

Las estrategias de publicidad y promoción, son técnicas que puede utilizar la empresa para poder potenciar la venta y el posicionamiento de la marca y de los productos.

**PROMOCIÓN;** El propósito de la promoción es, dar a conocer al consumidor, el nuevo producto como son, los suéteres bufandas y chales, tejidos en punto fino, para lo cual se establecerá una serie de aspectos o consideraciones sobre la promoción, de tal forma que esta cumpla con los objetivos de la empresa.

La promoción que ofreceremos a nuestros futuros consumidores consiste en lo siguiente:

Una alternativa de promocionar los suéteres chales y bufandas es, dar descuentos, tales como: por la compra de 1 una docena de suéteres, chales, o bufandas, se le hará un descuento del 5% de su compra total.

Si el monto de su compra es sobre los \$500, (quinientos dólares), de suéteres, bufandas, o chales, se le hará un descuento del 15% adicional

Promociones de productos por temporada, tales como: día de la madre, navidad, 14 de febrero, consisten en: por la compra de cada docena de suéteres, bufandas, o chales le obsequiamos una prenda adicional

**PUBLICIDAD;** Nuestro propósito es dar a conocer el producto, y llegar al mercado objetivo del proyecto, que son las damas ejecutivas del centro de la ciudad de Quito.

La publicidad la haremos atreves de medios publicitarios tales como: la radio, televisión, hojas volantes, entre otros medios, las mismas que recibirán información apropiada sobre la nueva empresa.



Con la finalidad de hacer conocer nuestro producto en el mercado, se realizara la entrega de hojas volantes, trípticos en el centro de Quito.

En los trípticos constaran las características del producto, dirección, y números telefónicos de la nueva empresa. Otra forma de canalizar la atención de los futuros clientes será, a través de la página web en internet.

### **GRÁFICO N° 26**

#### **PUBLICIDAD DE LA EMPRESA PUNTADA FINA**

**PRODUCTO ECUATORIANO**



**OFRECE: SUÉTERES, CHALES, Y BUFANDAS, DE EXCELENTE CALIDAD**

**A PRECIOS MODICOS**

**DIRECCION: Calles. Mejía N° 344 Y García Moreno**

**TELEFONO: 2633-198**

**EMAIL: [puntadafina@yahoo.com](mailto:puntadafina@yahoo.com)**

**QUITO ECUADOR**

## **ADQUISICIÓN DE LA MATERIA PRIMA.**

Para la elaboración de los suéteres, bufandas, y chales. Se requiere disponer de la materia prima como. Lana, hilo, orlón. Los principales lugares para la adquisición de la materia prima serán: distribuidoras de lanas, e hilos, y demás accesorios para la fabricación de los suéteres. Las distribuidoras mayores que abastecen la ciudad, están ubicadas en el centro de la ciudad de Quito.

### **❖ ESTUDIO TÉCNICO**

El principal objetivo del estudio técnico, es la determinación del proceso de producción a utilizar, localización y el tipo de edificio. Otro aspecto importante que se debe considerar, es que nos proporciona información económica acerca del proyecto que permita cuantificar el total de la inversión y los costos referentes a este espacio. Además nos permite definir la función de producción para optimizar el uso de los recursos.

## **TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

### **TAMAÑO:**

El tamaño del proyecto es uno de los aspectos fundamentales de considerar en el estudio técnico. Y está directamente relacionado con la demanda, la capacidad instalada y la inversión disponible.

El estudio de mercado, proporciona información apropiada, que permite apreciar si existe un mercado potencial que pueda captar la capacidad de producción del proyecto.

## **TAMAÑO DE LA EMPRESA**

El tamaño de un proyecto se lo determina por su capacidad instalada, entre varios factores que influyen en la determinación del nivel óptimo, podemos resaltar: la demanda, la disponibilidad de insumos, la capacidad financiera de la empresa y el crecimiento de la competencia. Además se puede resaltar que el tamaño, guarda estricta relación con el nivel de demanda y el monto de las inversiones.

## **FACTORES CONDICIONANTES DEL PROYECTO**

La determinación del tamaño responde a un análisis compuesto por algunas variables de un proyecto como: demanda y disponibilidad de insumos. Los factores condicionantes tomados en cuenta en este proyecto son:

**Varios Productores.-** La oferta de los suéteres, bufandas y chales, en la ciudad de Quito, está cubierta por una variedad de marcas nacionales, que fluctúan en el mercado local, aspecto que restringe al proyecto para incursionar en el mercado con una gran proporción de la oferta.

## **CAPACIDAD INSTALADA DEL PROYECTO**

La capacidad instalada, está determinada por el nivel máximo de producción que se puede obtener, con la utilización de determinados elementos de fabricación, independientemente de los costos de fabricación que se generen.

La determinación de la capacidad máxima de producción de la empresa, se hará tomando en cuenta cada uno de los valores que intervienen. Para lograr producir

suéteres, bufandas, chales, de excelente calidad, y en el menor tiempo posible, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

**Para poner en marcha nuestro proyecto, se tomará en cuenta cada uno de los elementos que intervienen en la producción,** en este caso se necesita contar con:

### **Máquinas Tejedoras**

Máquina tejedora, rectilínea plana universal 868 de alta producción extendida de 3 sistemas (galga 5), la galga, se define como el grosor que la máquina tejedora da al tejido, mientras más alta la galga el tejido es más fino

Máquina eléctrica computarizada PASSAP 600

Máquina eléctrica computarizada PASSAP 600

### **Maquinarias de Terminados y Confección**

- Máquina Overlock
- Máquina Industrial
- Botonera
- Etiquetadora
- selladora

Además, se requiere de dos mesones de acero. Con estos elementos vamos realiza el siguiente análisis:

### **Máquinas tejedoras se obtiene la siguiente producción:**

Las maquinas tejedoras tienen la capacidad máxima de operar. En las cuales se procesaran 50 suéteres, 50 bufandas, y 50 chales en 4 horas, la empresa operara una jornada de trabajo de 8 horas reglamentarias diarias. Si cada proceso dura 4 horas, entonces en el día se pueden realizar **2 procesos; con ello se puede alcanzar una producción efectiva de: 100 suéteres, 100 bufandas, y 100 chales diarias, que multiplicado por los 260 días laborables en el año nos da, 26.000 suéteres, 26.000 bufandas, y 26.000 chales, anuales.** Por tanto la capacidad instalada del proyecto es de: 26.000 suéteres, 26.000 bufandas, y 26.000 chales anuales.

Primordialmente se cubrirá el mercado en estudio, y paulatinamente el producto irá adquiriendo aceptación.

Por lo que es necesario la expansión y crecimiento de la empresa, adecuándose a las proyecciones de ventas.

Inicialmente nuestra producción cubrirá el mercado de la ciudad de Quito, seguros de la aceptación de nuestro producto, aspiramos posteriormente ampliaremos nuestro mercado a nivel nacional e internacional.

### **El proyecto contempla la producción en base de 3 máquinas tejedoras,**

- ✓ Máquina tejedora universal, producirá, 26.000 suéteres en el año
- ✓ Máquina tejedora PASSAP 600, producirá, 26.000 bufandas en el año

- ✓ Máquina tejedora PASSAP 600, producirá 26.000 chales en el año

**Cuadro N° 37**

**CAPACIDAD INSTALADA**

PRODUCCIÓN	CAPACIDAD DIARIA	DIAS AL AÑO	TOTAL ANUAL
<b>Suéteres</b>	100	260	26.000
<b>Bufandas</b>	100	260	26.000
<b>Chales</b>	100	260	26.000

**Cuadro N° 38**

**DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

Demanda Insatisfecha 1er año	%	Capacidad Instalada
		26.000
		26.000
		26.000
<b>204.205</b>	<b>38.20</b>	<b>78.000</b>

**Fuente:** Cálculos de producción y Cuadro N° 35

**Elaborado:** La Autora

### **Capacidad utilizada**

De acuerdo con los resultados del Estudio de Mercado, se ha tomado la decisión de iniciar la operación de la empresa utilizando el 75% de la capacidad instalada, esto es produciendo 19.500 suéteres, 19.500 bufandas, y 19.500 chales, en el primer año. La capacidad utilizada se incrementará en un 5% anual, hasta alcanzar

el nivel del 95% como nivel máximo. Se reserva el 5% de la capacidad instalada por efectos de mantenimiento de la planta y equipos de producción.

**Cuadro N° 39**  
**DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD UTILIZADA**

Año	Capacidad Instalada			%	Capacidad utilizada (Producción anual)		
	suéteres	Bufandas	Chales		Suéteres	Bufandas	Chales
1	26.000	26.000	26.000	75	19.500	19.500	19.500
2	26.000	26.000	26.000	80	20.800	20.800	20.800
3	26.000	26.000	26.000	85	22.100	22.100	22.100
4	26.000	26.000	26.000	90	23.400	23.400	23.400
5	26.000	26.000	26.000	95	24.700	24.700	24.700

**Fuente:** Cuadro N° 34

**Elaboración:** La Autora

## LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

“La localización puede tener un efecto condicionado sobre la tecnología utilizada en el proyecto, tanto las restricciones físicas que importa como la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible”.<sup>59</sup>

Para determinar el lugar adecuado para el funcionamiento de la empresa, productora de, suéteres, bufandas, y chales, es necesario tomar en cuenta las siguientes variables.

<sup>59</sup> SAPAG CHAIN, Reinaldo y Nassir. PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Tercera Edición. Pag.183.

- Macrolocalización
- Microlocalización.

## **MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La empresa estará ubicada en la Parroquia del Centro Histórico de la ciudad de Quito. Se ha considerado que es el sector más adecuado, de acuerdo a los siguientes factores:

- Contempla mayor concentración de demandantes.
- Cercanía para la adquisición de la materia prima.
- La infraestructura en el área urbana es adecuada para la ubicación de la empresa.
- La ventaja de la ubicación de la empresa en el sector, centro histórico, es por la facilidad de encontrar, y contratar mano de obra por ser un lugar dedicado a la industria textil.
- Cuenta con grandes fabricas y distribuidoras de todos los accesorios necesarios para la producción del tejido



## GRÁFICO N° 27

### MACROLOCALIZACION



**MICROLOCALIZACIÓN.** Para determinar la ubicación exacta de la empresa, se ha tomado en consideración los siguientes factores:

**Cuadro N° 40**

**FACTORES DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

FACTORE DE LOCALIZACIÓN DEL P.	PUNTAJE	LA MERCED	SAN BLAS	LA ALAMEDA
DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	de 1 a 10	10	10	10
SERVICIOS GENERALES	de 1 a 10	10	9	9
CALIDAD DE SERVICIO DE AEROPUERTO	de 1 a 10	7	6	5
DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA	de 1 a 10	9	8	7
MERCADO	de 1 a 10	10	9	8
COMUNICACIONES	de 1 a 10	10	9	8
PRECIO DE LA TIERRA	de 1 a 10	5	4	4
CLIMA SOCIAL	de 1 a 10	7	6	5
SERVICIO DE TRANSPORTE	De 1 a 10	5	6	7
<b>TOTAL</b>		<b>73</b>	<b>67</b>	<b>63</b>

**Elaboración:** La Autora

**Por los factores de localización, la empresa se ubicará en:**

**Parroquia:** Centro Histórico de Quito

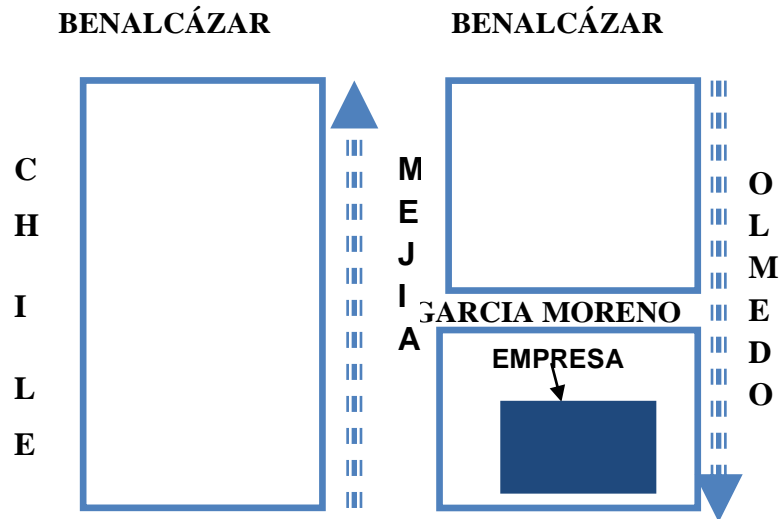
**Barrio:** La Merced

**Calles:** Mejía y García Moreno

**Ciudad:** Quito

**Cuadro N° 41**

**Microlocalización**



**❖ INGENIERÍA DEL PROYECTO**

La ingeniería del proyecto, tiene como función, acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, describir el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario que se va a utilizar. Su estudio está orientado a la distribución óptima de las instalaciones su funcionamiento, la descripción del proceso productivo, y el componente tecnológico necesario para realizar y brindar el servicio.

Para la elaboración de nuestro producto se utilizará las siguientes máquinas:

## GRÁFICO N° 28

### MAQUINARIA A UTILIZAR EN LA PRODUCCIÓN



### PROCESO DE PRODUCCIÓN

Para la fabricación de suéteres, bufandas, y chales, el flujo productivo, se adapta al proceso considerado, producción en serie, los cuales son utilizados para lograr ahorrar tiempo, reducir costos, optimizar recursos, y por ende obtener mayor rentabilidad en la producción.

Las economías de escala, obtenidas por el alto grado de especialización que la producción en serie permite, van normalmente asociadas a bajos costos unitarios, y mayor producción.

A continuación se describe los pasos, a seguir en el proceso semi-industrial, para la elaboración del los suéteres, bufandas, y chales:

## **INFORME TÉCNICO DEL PROCESO DE ELABORACIÓN**

### **Descripción Teórica del Proceso de Producción:**

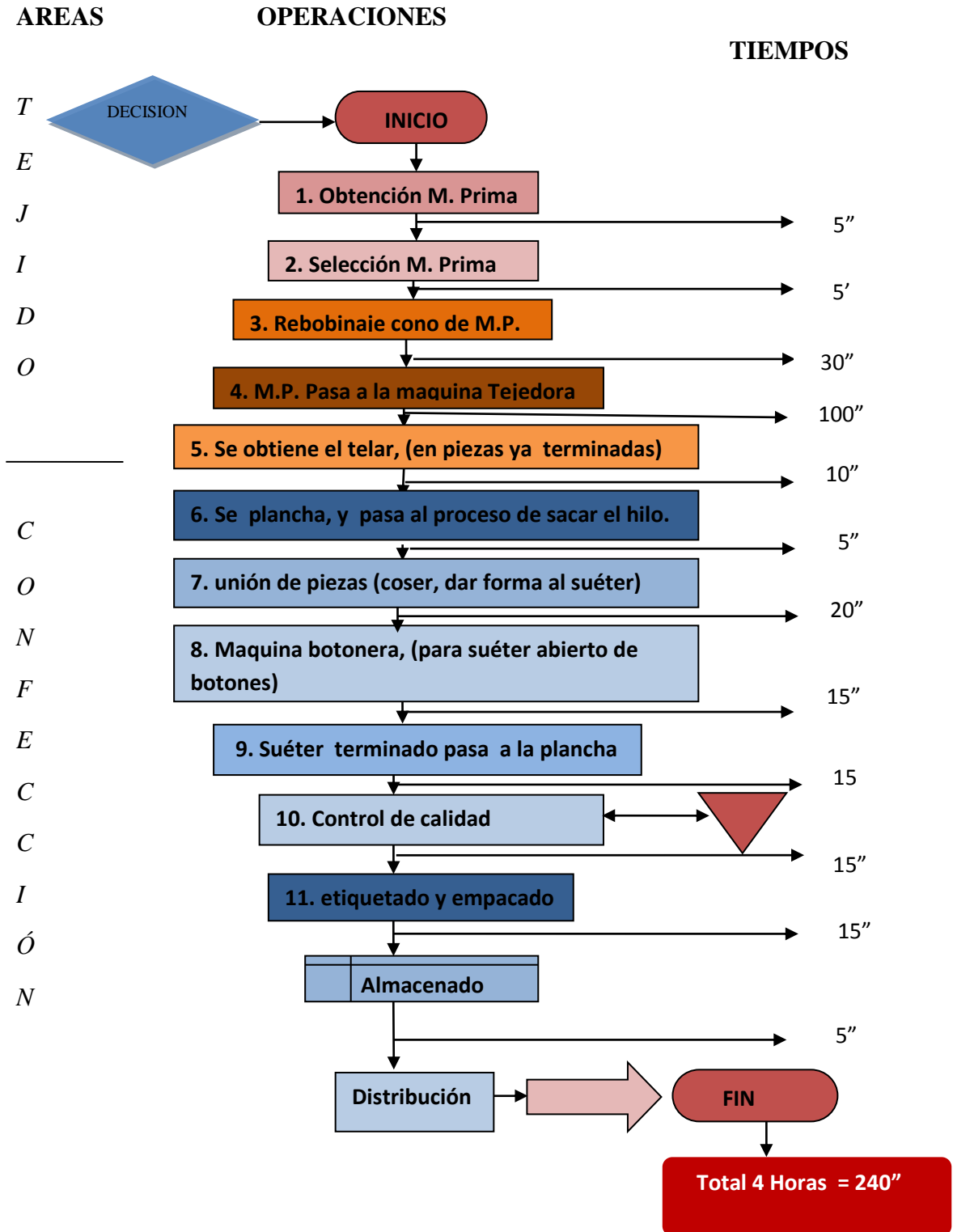
#### **SUÉTERES.**

**La elaboración de los suéteres, requieren el siguiente proceso de producción.**

- Obtención de materia prima, directamente de las Grandes distribuidoras de la ciudad de Quito. (Hilo, lana, orlón).
- Selección y clasificación de las lanas, con la finalidad de obtener un producto de excelente calidad, diferenciado, y garantizado para las damas.
- Rebobinaje, de hilo, lana, orlón, enconadura (conos vacíos), para darle soltura y suavidad al hilo al momento de tejer.
- Para lograr los telares del tejido, es necesario procesar la materia prima, haciendo uso de la maquinaria industrial, las mismas que son, de tipo rectilíneo, automático y programable.
- La materia prima pasa a la maquina tejedora universal, la cual es programada para tejer la tela con sus respectivos diseños, Y darle forma a las piezas de los, suéteres. Incluye: (parte delantera, parte posterior cuellos, vinchas)
- “Estas piezas están unidas por una hebra de hilo,” Luego, la tela tejida, pasa a la planchadora para dar mayor firmeza a la tela.

- Posteriormente la tela ya planchada, pasa al proceso separación de piezas.
- Inmediatamente, se procede confeccionar el suéter, (unión de piezas), en maquinas, Overlock, y se asegura la costura en maquina recta, dependiendo del estilo, (se da la forma a los suéteres).
- Maquina botonera, para los suéteres abiertos, (con botones).
- Planchado de los suéteres ya terminados
- Se realiza control de calidad.
- Seguidamente se procede a etiquetar los suéteres.
- Posteriormente se procede a empacar, en fundas de polifan, y luego a sellarlas.
- Finalmente, el producto es embalado en fundas de 12 unidades.
- Por último el producto es almacenado para su distribución.
- Para tener una mejor idea del proceso, se presenta los siguientes diagramas de operaciones, flujo y tiempos.

## FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN DE, SUÉTERES



## **Descripción Teórica del Proceso de Producción:**

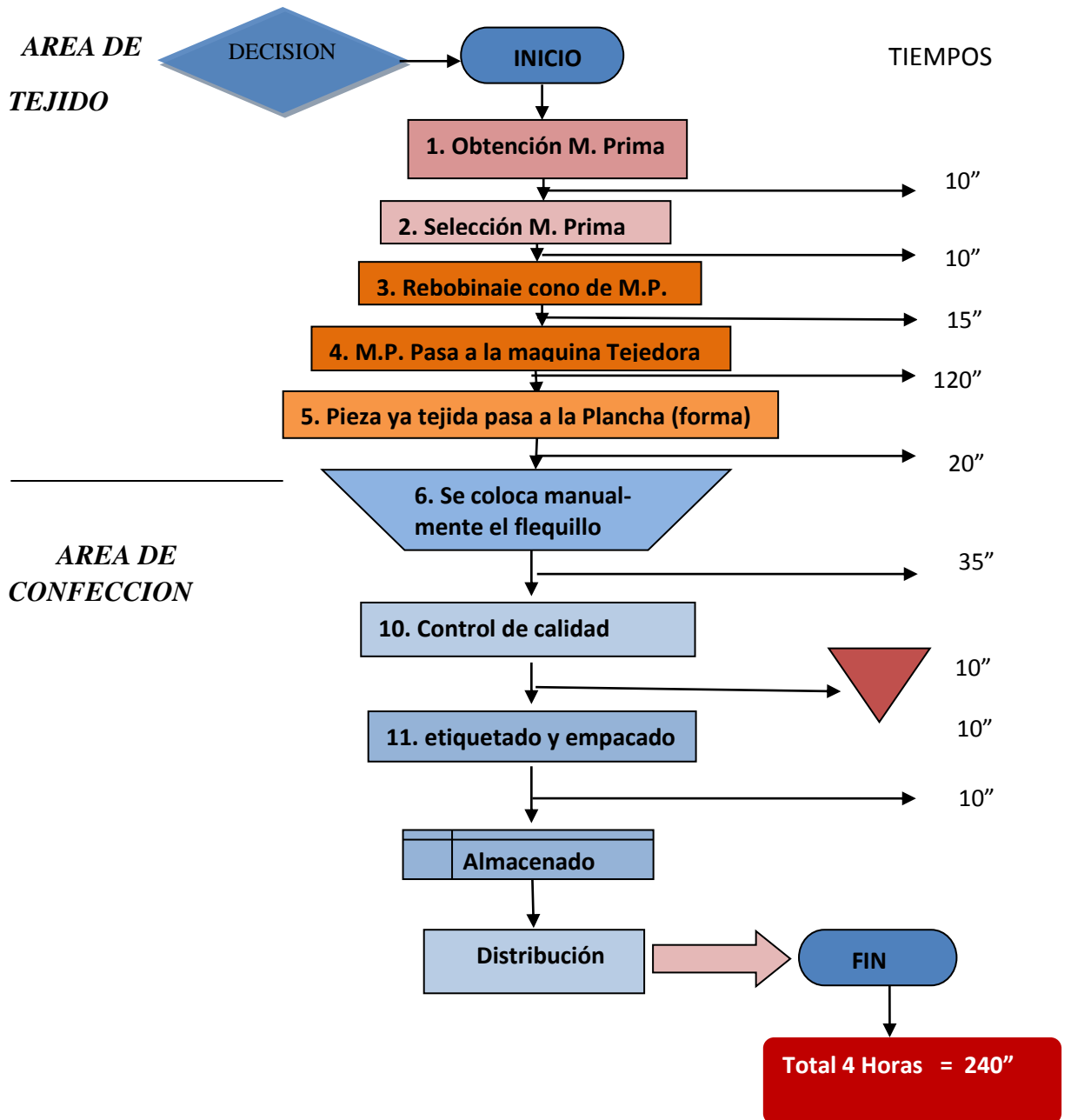
### **BUFANDAS**

**Para la elaboración de bufandas, se realizara el mismo procedimiento de los suéteres.**

- Se elabora la tela en la maquina tejedora industrial Passap, previamente programada, para darle el diseño, y estilo a la bufanda en una sola pieza (forma)
- Posteriormente, se coloca el flequillo manualmente
- Luego se procede a planchar la bufanda
- Se realiza control de calidad
- Inmediatamente, se coloca la etiqueta
- Por último se empaca en fundas de polifan, y se procede a sellarlas
- Finalmente, se procede a embalar en fundas de 12 unidades
- Almacenado
- Distribución



**FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN DE, BUFANDAS**

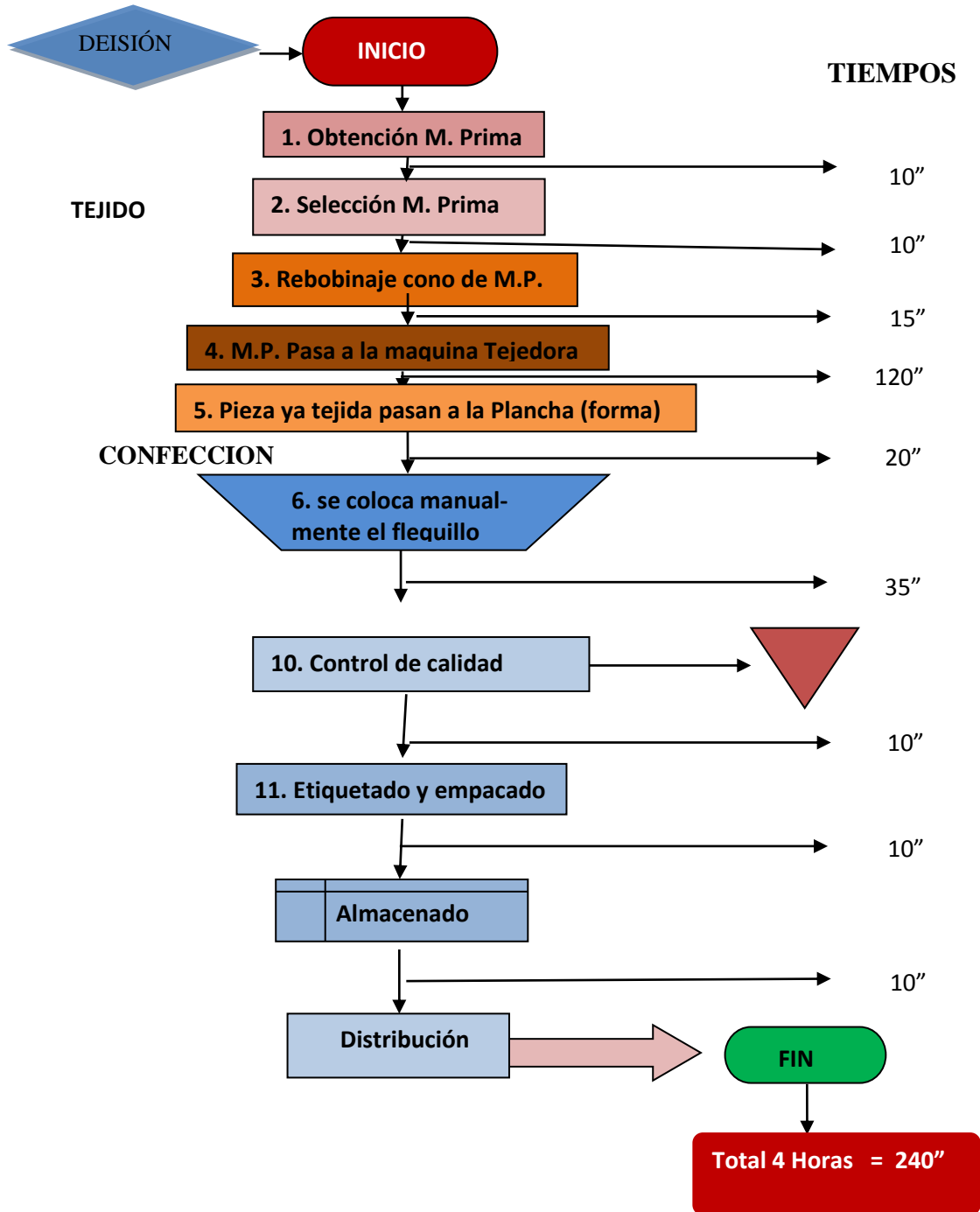


## **Descripción Teórica del Proceso de Producción:**

### **CHALES**

- ❖ De igual forma, el proceso de los chales contienen el mismo procedimiento que los suéteres, y bufandas
- Se teje la tela en la maquina tejedora Passap, previamente programada, según el diseño, forma y estilo, deseado, (esto en una sola pieza )
- Se procede a planchar la pieza
- Se coloca el flequillo en forma manual
- Posteriormente se realiza el control de calidad
- Seguidamente se procede a etiquetar
- Inmediatamente se empaca en fundas de polifan,
- Sellado de fundas
- Almacenado
- Distribuido

**FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACION DE  
CHALES**



## **DETERMINACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

Las características del producto son las siguientes:

**Los suéteres, chales, y bufandas** serán formales y semiformales

**Materiales:** Elaborados en, lana, orlón, e hilo acrílica ATP

**Modelos Suéteres:** Abiertos con botones, cuello redondo, cuello

**Modelo Bufandas:** Clásicas

**Modelos Chales:** Tradicional

**Tejido:** Punto fino en maquina Galga 12

**Tallas:** “Suéteres: S, M, L”; “Chales estándar”; “Bufandas estándar”

**Color:** Formales, pasteles

**Peso:** Suéteres 500 gramos; Bufandas; Chales 200gramos; Bufandas 100 gramos

**Etiqueta.** Contendrá Dirección, proceso de lavado, País de procedimiento.

## GRÁFICO N° 29

### SUÉTERES BUFANDAS Y CHALES TEJIDOS EN PUNTO FINO



#### FACTORES AMBIENTALES

La década de 1990 ha sido un período de reflexión a nivel internacional sobre los problemas del medio ambiente. Nos estamos percatando cada vez más que la Revolución Industrial ha cambiado para siempre la relación entre el hombre y la naturaleza. El mayor desarrollo industrial usa más recursos, espacio y energía, también produce más desechos y contamina el medio ambiente (aire, agua, suelos). En épocas anteriores los desechos eran de poca magnitud y de naturaleza

orgánica que podían ser descompuestos (biodegradables), mientras que hoy son más sintéticos y resistentes a la descomposición natural.

Se realiza estudios del Impacto ambiental, para garantizar la compatibilización de las necesidades de desarrollo socioeconómico y los requerimientos de la protección ambiental para garantizar la calidad de vida de la población y promover un desarrollo ambientalmente sustentable.

La empresa en estudio, deberá desarrollar sus procesos productivos sin afectar las condiciones del medio ambiente, y preservar los recursos ambientales, evitando la contaminación.

Por ejemplo, en nuestra empresa no debemos utilizar sustancias que resulten ser tóxicas, tanto para los empleados como para el medio ambiente.

**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.-** Hace referencia al espacio físico necesario para la operación de la empresa, en este caso se iniciará las actividades en una planta industrial ya existente, cuya estructura física se define de la siguiente manera:

Una planta de 10m x 9.2 m<sup>2</sup>, dando un espacio total de 92. m<sup>2</sup>.

El local consta de cuatro ambientes debidamente equipadas para llevar a cabo cada una de las operaciones.

## **DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA.**

Se requiere determinar el espacio físico de las áreas necesarias para cada una de las actividades que se realizaran en la planta.

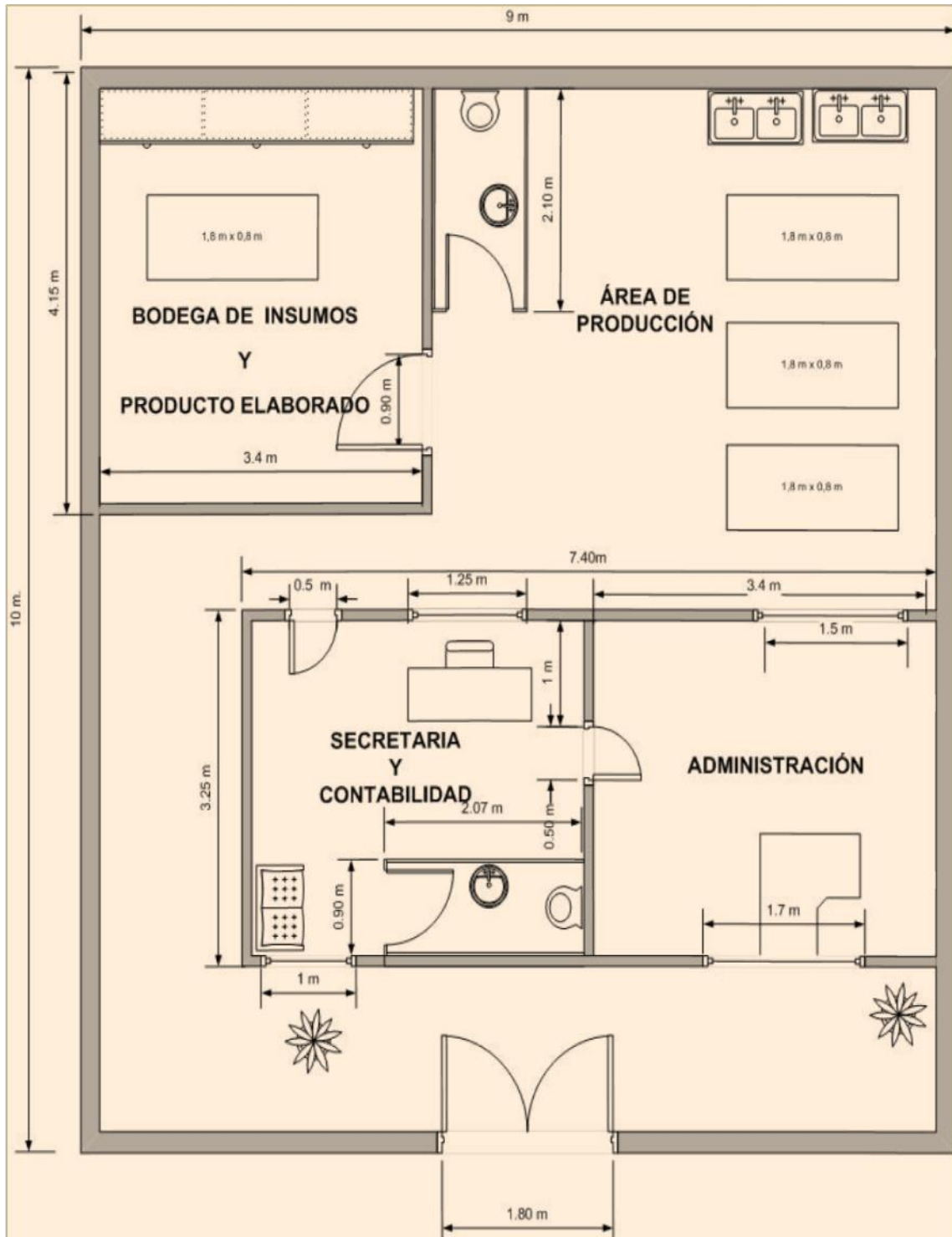
El espacio de nuestra planta será de 92.m<sup>2</sup>, los mismos que estarán debidamente distribuidos de acuerdo a las necesidades requeridas.

El espacio físico de la planta será distribuido de la siguiente forma:

### **ÁREAS DE LA EMPRESA**

Área de Administración, y Finanzas	12.00 m <sup>2</sup>
Área de producción	25.00 m <sup>2</sup>
Secretaria y Contabilidad	12.00 m <sup>2</sup>
Bodega de insumos	14.00 m <sup>2</sup>
Espacio	29.00 m <sup>2</sup>
Total	92.00 m <sup>2</sup>

**GRÁFICO N° 30**  
**DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA**





## ❖ ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

La organización es fundamental para el buen funcionamiento de toda empresa, es así que su objetivo es la coordinación eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros de un grupo social para lograr sus objetivos, que son obtener la mayor productividad. Se determina que, la representación jurídico – administrativa es la más conveniente dada la naturaleza de la empresa a formarse.

### **ORGANIZACIÓN LEGAL:**

**BASE LEGAL.-** La empresa se registrará por la Constitución Política de la República, Ley de Compañías, Código de Trabajo y otros reglamentos pertinentes.

### **MINUTA DE CONSTITUCIÓN:**

Señor notario:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, **dígnese insertar una de constitución de compañía de Responsabilidad Limitada**, de acuerdo a las siguientes cláusulas:

**Primera: Otorgantes.-** Concurren al otorgamiento de esta escritura la señora: ROSA TORRES la compareciente declara ser ecuatoriana, mayor de edad, domiciliada en la ciudad de Quito, no tiene impedimento legal para contratar.

**Segunda: Constitución.-** La compareciente conviene libre y voluntariamente, en constituir la compañía de Responsabilidad Limitada: “**TEJIDOS PUNTADA**

**FINA CIA LTDA”**, la misma que se registrará por las leyes del Ecuador y por los siguientes estatutos.

**Tercera: ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA “TEJIDOS PUNTADA FINA CIA. LTDA.”**

**COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.**

**La Ley de Compañías en el Artículo 93 establece:** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y realizan el comercio bajo una razón social o denominación.

**La ley señala,** que para la constitución de esta clase de compañía y para que perdure, se requerirá de un mínimo de tres socios quienes tendrán el derecho de dirigirla, requerimiento que nos permitirá ser parte de este tipo de compañías.

**La empresa,** existirá a partir de la fecha de inscripción mediante el contrato social en el registro mercantil, para efectos fiscales tributarios.

**CAPITAL SOCIAL**

Al constituirse la compañía, el capital estará conformado con las aportaciones, las mismas que se debe cancelar en su apertura por lo menos el 50% de cada participación.

Las aportaciones pueden hacerse en numerario o especie. Por tanto, el saldo del capital deberá ser cancelado en un plazo no mayor a 12 meses, a partir desde la fecha de constitución de la compañía. Los aportes en numerario o efectivo, se depositarán en una cuenta especial de “Integración de Capital”, que será abierta en uno de los bancos de la localidad a nombre de la compañía conformada.

Las participaciones que comprenden los aportes de capital de esta compañía serán iguales, acumulativas e indivisibles.

La inversión total del proyecto se dividirá para dos partes, por cuanto es o será para el total de número de accionistas.

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación, en el que constará el carácter de no negociable y el número de sus aportaciones.

### **Nombre o Razón Social Domicilio, Objeto Social y Plazo de Duración**

#### **RAZÓN SOCIAL.**

La Razón Social de la empresa está determinada por los socios.

Para fines específicos de trabajo, la empresa se denominará: ***TEJIDOS PUNTADA FINA.***

#### **DOMICILIO.**

La empresa estará ubicada en:

**QUITO**                      **ECUADOR**

**PROVINCIA** : PICHINCHA

**CANTÓN** : QUITO

**PARROQUIA** : CENTRO HISTORICO DE QUITO

**BARRIO** : LA MERCED

**CALLES** : MEJIA N° 344 Y GARCIA MORENO

**OBJETO SOCIAL.**

La empresa tiene como objeto social: La elaborar suéteres, bufandas, y chales tejidos en punto fino.

**DURACIÓN.**

El tiempo de duración de la empresa será de 5 años, a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil del Cantón Quito; pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo, si así lo resolviese la Junta General de Socios en la forma prevista en la Ley y en este Estatuto.

**TIPO DE EMPRESA.**

La naturaleza de la empresa será de tipo industrial, ya que la materia prima e insumos tendrá un proceso de transformación, para obtener el producto terminado.

Para lograr un producto de óptima calidad es necesaria la utilización de maquinaria de alta tecnología y mano de obra calificada.

## ❖ ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

La organización administrativa, permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la empresa. Esto hace posible que los recursos, fundamentalmente el humano, sean administrado eficientemente. La organización administrativa, está representada atreves de organigramas a los cuales se acompaña con los manuales de funciones. La estructura administrativa se basa en la organización, ya que es un sistema que interrelaciona recursos humanos y materiales con el fin de cumplir determinadas metas y alcanzar objetivos.

## ❖ NIVELES JERÁRQUICOS

La estructura administrativa de la empresa “TEJIDOS PUNTADA FINA CIA. LTDA”, estará establecida en cinco niveles jerárquicos, los cuales permitirán un buen funcionamiento de la empresa.

**NIVEL DIRECTIVO O LEGISLATIVO.-** Está integrado por la Junta General de Socios, su función es la de legislar sobre políticas, que se debe seguir en la empresa, además deben establecer reglamentos y resoluciones pertinentes.

**NIVEL EJECUTIVO.-** Está conformado por el puesto de Gerente, el cual planifica, organiza, coordina, dirige y controla las labores administrativas, financieras y comerciales de la empresa. Además el gerente es el responsable de todas las actividades que se desarrollan en la misma.

**NIVEL ASESOR.-** Está conformado por el puesto de asesor Jurídico, cuya función básica es la de manejar los asuntos judiciales de la empresa. En nuestra empresa este será ocasional.

**NIVEL DE APOYO.-** Está conformado por el puesto de secretaria-Contadora, la cual tiene relación directa con las actividades administrativas y contables de la empresa.

**NIVEL OPERATIVO.-** El nivel operativo está conformado por los puestos en que las personas desempeñan labores de producción de la empresa.

#### ***ORGANIGRAMAS:***

“Es un esquema de la organización de una empresa o entidad, el termino también se utiliza para representar las principales líneas de autoridad y responsabilidad entre departamentos y unidades.

El objetivo principal de los organigramas es, plasmar y transmitir en forma gráfica y objetiva la composición de una organización”<sup>60</sup>

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.-** El organigrama estructural, consiste en la representación grafica de la estructura administrativa de la empresa.

Este servirá para reflejar la división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad.

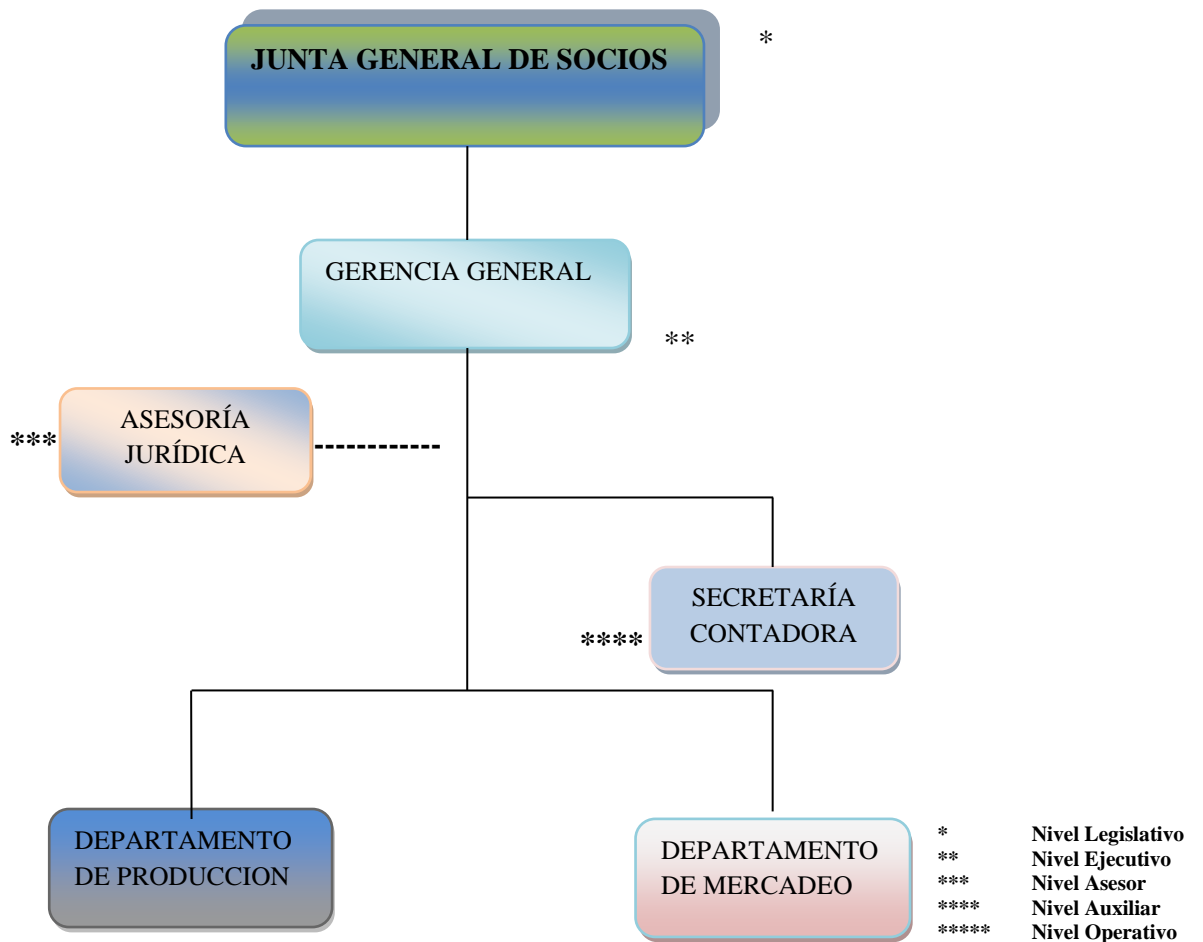
---

<sup>60</sup> Vásquez Víctor Hugo Organización Aplicada

Los canales de comunicación y la naturaleza lineal de cada departamento administrativo.

**GRÁFICO N° 31**

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**

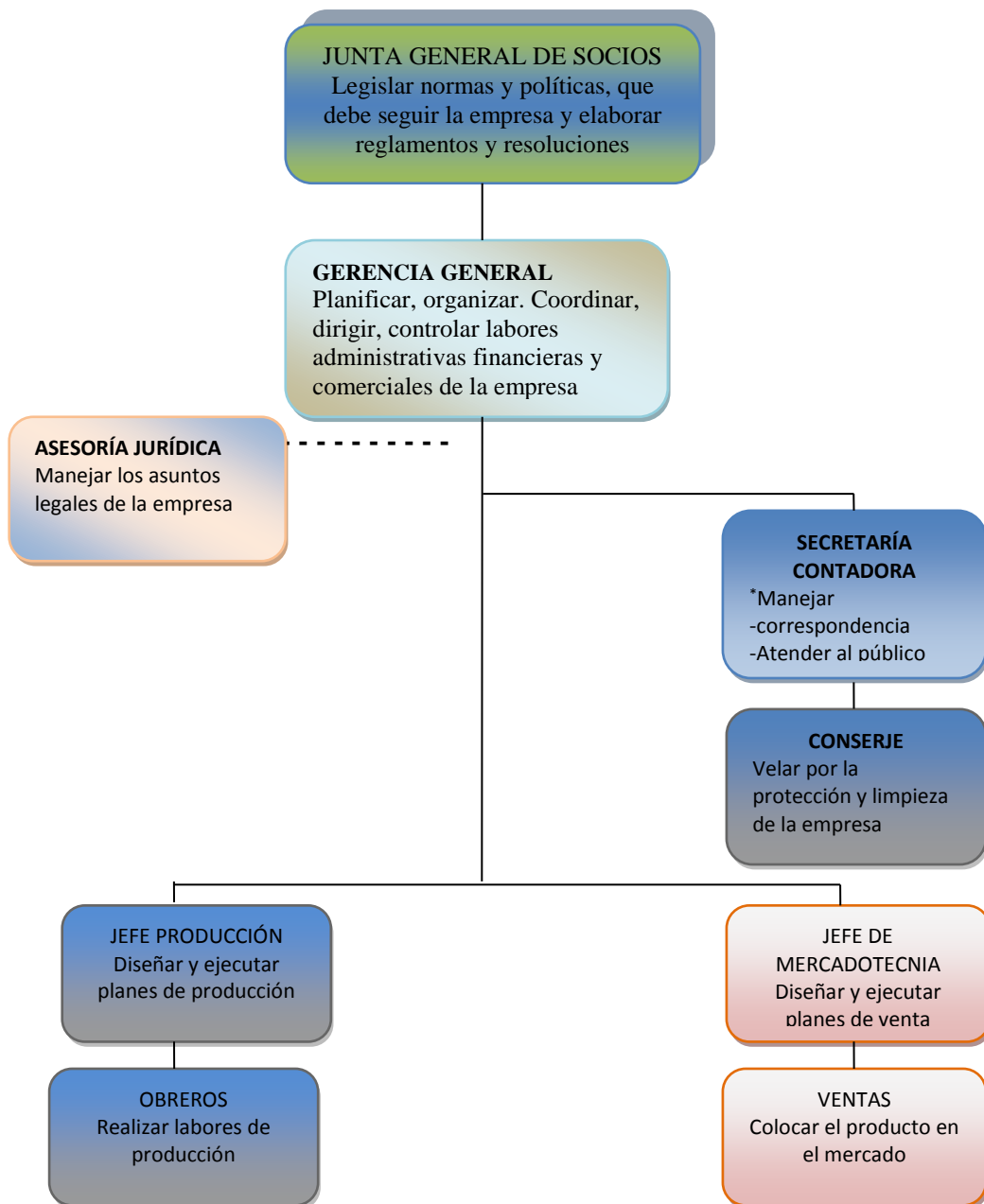


**Elaboración:** La Autora

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL.-** En el organigrama funcional se representa gráficamente las funciones que deben desempeñar cada uno de los departamentos o unidades administrativas.

**Cuadro N° 32**

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL**



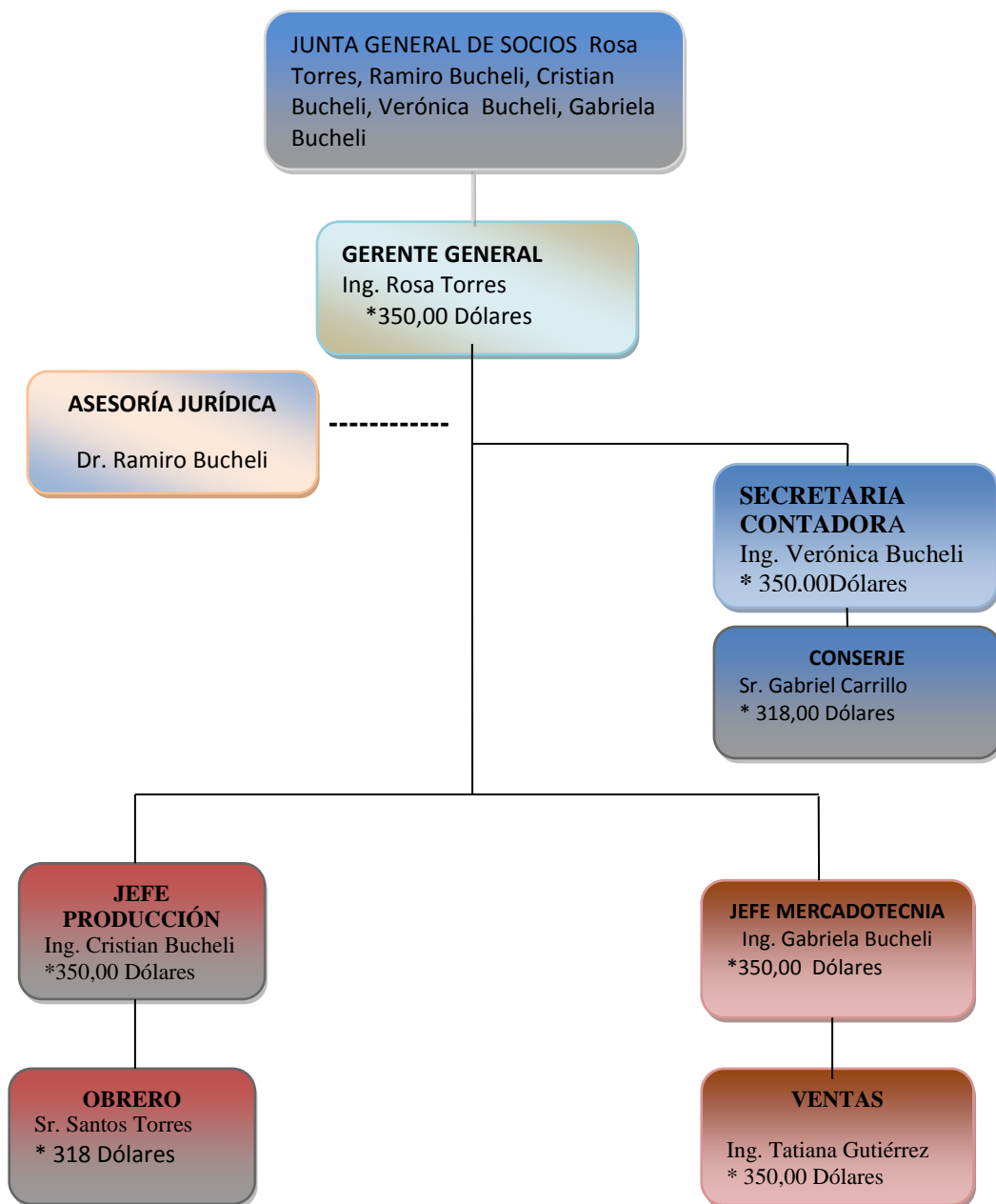
**Elaboración:** La Autora



**ORGANIGRAMA POSICIONAL.-** En este organigrama se detallan aspectos tales: distribución de personal, cargo que ejercen, denominación y el sueldo que percibe.

**GRÁFICO N° 33**

**ORGANIGRAMA POSICIONAL**



**Elaboración:** La Autora

## ❖ **MANUAL DE FUNCIONES.**

Su objetivo es dar a conocer las funciones que desempeñan los empleados dentro de la empresa.

Específicamente consiste en detallar los puestos de trabajo y las funciones a cumplir esto le permitirá al empleado cumplir de forma adecuada su trabajo.

Para la EMPRESA TEJIDOS PUNTADA FINA. Los manuales de funciones serán dirigidos de la siguiente manera.

Al Gerente, secretaria, jefe de producción, mercadotecnia, y, los mismos que estarán diseñados de la siguiente manera:

### **MANUAL DE FUNCIONES APLICADO A LA EMPRESA PUNTADA FINA:**

#### **MANUAL DE FUNCIONES PARA EL GERENTE.**

##### **a. IDENTIFICACIONES**

**CÓDIGO : 01**

**TÍTULO DEL PUESTO : GERENTE**

**DEPENDENCIA : GERENCIA GENERAL EN LAS INSTALA.  
E.P.F.**

**DEPENDE DE : JUNTA DE SOCIOS**

**SUPERVISA A : TODO EL PERSONAL**

#### **b. NATURALEZA DE PUESTO.**

Persona, con plena capacidad jurídica, que dirige una empresa por cuenta y encargo del empresario. En esa persona se le encomienda la labor de cuidar, supervisar, controlar, planificar, a las personas que bajo su mando están.

#### **c. FUNCIONES TÍPICAS:**

- Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente.
- Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa.
- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.
- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.
- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión).

#### **d. CARÁCTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Supervisa constantemente los principales indicadores de la actividad de la empresa con el fin de tomar decisiones adecuadas, encaminadas a lograr un mejor desempeño de la empresa.

**e. REQUISITOS MÍNIMOS.**

**EDUCACIÓN:** Ing. Comercial

**EXPERIENCIA:** No indispensable

**MANUAL DE FUNCIONES PARA ASESOR JURIDICO.**

**a. IDENTIFICACION**

**CÓDIGO : 02**

**TITULO DEL PUESTO : ASESOR JURÍDICO**

**DEPENDENCIA : GERENCIA GENERAL ASESORIA  
JURI.**

**DEPENDE DE : GERENTE GENERAL**

**SUPERVISA A : NO SUBALTERNOS**

**b. NATURALEZA DEL PUESTO.**

El trabajo implica el manejo de las relaciones conflictivas de manera conciliadora que tenga que enfrentar la empresa.

**c. FUNCIONES TÍPICAS**

- Atender los asuntos judiciales de la empresa.
- Asesorar en asuntos legales a directivos y ejecutivos.
- Representar legalmente a la empresa en asuntos judiciales.

**d. CARACTERÍSTICAS DE CLAS.** El puesto requiere de formación en jurisprudencia con alta iniciativa y capacidad para solucionar los problemas de tipo legal de la empresa.

**e. REQUISITOS MÍNIMOS**

**EDUCACIÓN:** Doctor en Jurisprudencia

**EXPERIENCIA:** Mínimo 2 años

**MANUAL DE FUNCIONES PARA LA SECRETARIA CONTADORA**

**a. IDENTIFICACIÓN:**

**CÓDIGO : 03**

**TITULO DEL PUESTO : SECRETARIA CONTADORA**

**DEPENDE DE : GERENTE GENERAL**

**DEPENDENCIA : GERENCIA GENERAL**

**b. NATURALEZA DEL PUESTO.**

Realizar labores de contabilidad así como brindar asistencia directa a la Administración de la empresa.

**c. FUNCIONES TÍPICAS**

- Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa.
- Asistencia directa a los clientes
- Mantenimiento de los archivos de la empresa

- Prepara los estados financieros correspondientes.
- Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero de la empresa.

**d. CARACTERÍSTICAS DE CLASE.-** El puesto requiere de formación de Contabilidad y Auditoría, con criterio formado y reserva profesional, alta iniciativa y capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.

- Agilidad en la ejecución de los tramites
- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables que llevará la empresa.

**e. REQUISITOS MÍNIMOS**

**EDUCACIÓN:** Licenciada en Contabilidad

**EXPERIENCIA:** Mínimo 1 año en funciones afines.

**MANUAL DE FUNCIONES PARA EL JEFE DE PRODUCCIÓN**

**a. IDENTIFICACIÓN:**

**CÓDIGO : 04**

**TITULO DEL PUESTO : JEFE DE PRODUCCIÓN**

**DEPENDENCIA : GERENCIA GENERAL**

**DEPENDE DE : GERENCIA**

**SUPERVISA A : OBREROS**

**b. NATURALEZA DEL PUESTO.-** Planificar, organizar, programar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades productivas que se realizan en la empresa.

**c. FUNCIONES TÍPICAS**

- Diseñar, implementar y mantener procedimientos de producción.
- Tramitar controles, órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento de la empresa.
- Presentar ante el directorio programas de producción, pronósticos de venta del producto y más documentos de trabajo para su aprobación.
- Manejar las actividades productivas de la empresa.

**d. CARACTERÍSTICAS DE CLASE**

- El puesto requiere de formación en administración de empresas, con criterio formado, alta iniciativa y capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.

**e. REQUISITOS MÍNIMOS**

**EDUCACIÓN:** Ingeniero Comercial.

**EXPERIENCIA:** No es indispensable.

## **MANUAL DE FUNCIONES PARA EL JEFE DE MERCADOTÉCNIA**

### **a. IDENTIFICACION:**

<b>CÓDIGO</b>	<b>: 05</b>
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	<b>: JEFE DE MERCADOTECNIA</b>
<b>DEPENDENCIA</b>	<b>: GERENCIA GENERAL</b>
<b>DEPENDE DE</b>	<b>: GERENCIA</b>
<b>SUPERVISA A</b>	<b>: VENDEDORES</b>

### **b. NATURALEZA DEL PUESTO.**

Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de mercadotecnia, ventas que se realizan en la empresa.

### **c. FUNCIONES TÍPICAS**

- Diseñar, implementar y mantener procedimientos de mercadeo.
- Tramitar controles, órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento de la empresa.
- Presentar ante el directorio programas de mercadeo, pronósticos de ventas del producto y más documentos de trabajo para su aprobación.
- Manejar las actividades comerciales de la empresa.



#### **d. CARACTERÍSTICAS DE CLASE**

- El puesto requiere de formación en administración de empresas, con criterio formado, alta iniciativa y capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.

#### **e. REQUISITOS MÍNIMOS**

**EDUCACIÓN** : Ingeniero Comercial.

**EXPERIENCIA:** Mínimo 1 año.

### **MANUAL DE FUNCIONES PARA EL CONSERGE**

#### **a. IDENTIFICACION:**

**CÓDIGO** : 06

**TITULO DEL PUESTO** : CONSERJE

**DEPENDENCIA** : DEPARTAMENTAL

**DEPENDE DE** : GERENCIA

**SUPERVISA A** : NO SUBALTERNOS

#### **b. NATURALEZA DEL PUESTO.**

Ejecución de las labores de limpieza y seguridad en la empresa.

#### **c. FUNCIONES TÍPICAS**

- Velar por la seguridad e higiene de la empresa.
- Realizar la limpieza diaria del taller de trabajo.
- Colaborar en las actividades de mensajero y ventas.

#### **d. CARACTERÍSTICAS DE CLASE**

- El puesto no requiere de formación especializada, requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de limpieza y seguridad de la empresa. Es un puesto que requiere de alta movilidad y alto grado de responsabilidad.

#### **e. REQUISITOS MÍNIMOS**

**EDUCACIÓN:** Bachiller

**EXPERIENCIA:** No es indispensable.

### **MANUAL DE FUNCIONES PARA EL OBRERO**

#### **a. IDENTIFICACION:**

<b>CÓDIGO</b>	<b>: 07</b>
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	<b>: OBRERO</b>
<b>DEPENDENCIA</b>	<b>: DEPARTAMENTAL</b>
<b>DEPENDE DE</b>	<b>: JEFE DE PRODUCCIÓN</b>
<b>SUPERVISA A</b>	<b>: NO SUBALTERNOS</b>

#### **b. NATURALEZA DEL TRABAJO.**

Ejecución de las labores de producción en la empresa.

#### **c. FUNCIONES TÍPICAS**

- Ejecutar el proceso de producción.
- Velar por la seguridad de la maquinaria y equipo de trabajo.
- Realizar la limpieza diaria del taller de trabajo.
- Colaborar en las actividades de venta.

#### **d. CARACTERÍSTICAS DE CLASE**

- El puesto no requiere de formación especializada, requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de producción. Es un puesto que requiere de alta movilidad y alto grado de responsabilidad.

#### **e. REQUISITOS MÍNIMOS**

EDUCACIÓN: Bachiller

EXPERIENCIA: No es indispensable.

#### **❖ ESTUDIO FINANCIERO**

El objetivo del estudio financiero es ordenar, y sistematizar la información de carácter monetario, y determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios, para la realización del proyecto, información proporcionada por el estudio mercado, y el técnico, con estos resultados se procesa los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

#### **INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.**

En esta parte, tomando la información del estudio de mercado y del estudio técnico, se procederá a realizar el detalle de las inversiones del proyecto, así como las fuentes de financiamiento, con el fin de poder plasmar dicha información en el flujo de caja. Lo que corresponde a la parte económica-financiera nos permite determinar cuál será el monto de los recursos financieros necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de operación de la microempresa.

Además de otros indicadores que nos servirán de base para la implementación del proyecto.

**INVERSIONES.**-“Las inversiones representa el desembolso incremental en el dinero que se precisa para instalar una maquinaria, construir una planta o para cualquier cosa que lleve consigo la inversión de capital en bienes”.<sup>61</sup> Para el desarrollo de la empresa es necesario de la adquisición de todos los activos tangibles y diferidos necesarios para iniciar las operaciones; así como también el capital de trabajo necesario. Las inversiones que este proyecto obtendrá consisten en tres tipos de activos, estos son:

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

**Cuadro N° 43**

<b>REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN</b>
<b>1. ACTIVOS FIJOS</b>
Edificio(local)
Maquinaria y equipo
Equipo de Oficina
Muebles y enseres
Equipo de computación
<b>TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS</b>

<sup>61</sup> SAPAG CHAIN, Reinaldo y Nassir. PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Cuarta Edición.

<b>2.INVERSION DIFERIDA</b>
ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS
Estudio de Factibilidad
Gastos de constitución
Tramitación y permisos de funcionamiento
TOTAL INVERSION ACTIVOS DIFERIDOS
<b>3. CAPITAL DE TRABAJO</b>
Gastos de administración
Gastos de ventas
TOTAL INVERSION

## **REQUERIMIENTOS DE INVERSION:**

### **ACTIVOS FIJOS.**

Los Activos fijos son todas las inversiones relacionadas con los bienes tangibles y que son de propiedad de la empresa, cuya duración es mayor a un año y se requieren para la infraestructura y operatividad del proyecto,

**MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN:** El equipo de producción está conformado diversos elementos fundamental para el proceso de transformación, componentes tecnológicos necesarios que se utilizaran en las actividades relacionadas con la producción. Los elementos que conforman la maquinaria y el equipo necesarios para la producción se detallan en la siguiente tabla:

**Cuadro N° 44**

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR \$ UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL \$</b>
máquina devanadora	1	3.000,00	3.000,00
máquina industrial de tejido rectilíneo	3	11.000,00	33.000,00
máquina cortadora de tela	1	500,00	500,00
máquina industrial ojaladora	1	1.200,00	1.200,00
máquina industrial botonera	1	1.200,00	1.200,00
máquina industrial Overlock	1	1.400,00	1.400,00
máquina industrial recta o plana	1	800,00	800,00
plancha industrial	1	4.000,00	4.000,00
<b>TOTAL MAQUINARIA</b>			<b>45.100,00</b>

Fuente: Almacenes (SOTIC)

Elaboración: La Autora

**EQUIPO DE OFICINA:** Para que el área administrativa así como el área de ventas funcionen adecuadamente es necesario el uso del siguiente equipo de oficina, que se menciona a continuación. **Cuadro N° 45**

<b>INVERSIÓN EN EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Computadora de escritorio pantalla plana TOSHIBA + impresora multifunción	2	550,00	1.100,00
Teléfono - fax	1	100,00	100,00
Reloj de pared	1	12,00	12,00
Calculadora CASIO Fx-3.600	1	65,00	65,00
<b>TOTAL EQUIPO DE OFICINA</b>			<b>1.277,00</b>

Fuente: COMPUTRON

Elaboración. La Autora

**MUEBLES Y ENSERES:** El mobiliario que se requiere para el correcto funcionamiento de la empresa tanto para el área industrial, administrativa y ventas se detalla en la siguiente tabla:

**Cuadro N° 46**

<b>INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escritorios con sillones	2	170,00	340,00
Archivador de 4 gavetas	1	110,00	110,00
Estanterías de metal	2	100,00	200,00
Mesas de corte en acero inoxidable	2	200,00	400,00
Sillas tapizadas	12	20,00	240,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>1.290,00</b>

**Fuente:** Distribuidor CARDEL

**Elaboración:** La Autora

**HERRAMIENTAS:** Las inversiones en herramientas, se detallan a continuación en la siguiente tabla.

**Cuadro N° 47**

<b>INVERSIÓN EN HERRAMIENTAS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Balanza digital	1	150,00	150,00
Tijeras de mano	4	5,00	20,00
Agujas maquinas (paquete)	2	2,50	5,00
Crochet N° 3	4	0.50	2,00
<b>TOTAL HERRAMIENTAS</b>			<b>177,00</b>

**Fuente:** Almacenes (San Francisco)

**Elaboración:** La Autora

**VEHÍCULO.-** El vehículo es el elemento indispensable para la distribución del producto.

**Cuadro N° 48**

<b>INVERSIÓN EN VEHÍCULO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Furgoneta marca HYUNDAI Modelo H1. año 2008	1	9.000,00	9.000,00
<b>TOTAL VEHICULO</b>			<b>9.000,00</b>

Fuente: Compra- Venta MERQUI AUTO.  
Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 49**

<b>RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
<i>ACTIVOS</i>	<i>FIJOS</i>
Maquinaria y Equipo de Producción	45.100,00
equipo de Oficina	1.277,00
Muebles y Enseres	1.290,00
Herramientas	177,00
Vehículo	9.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>56.844,00</b>

**ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.**

La inversión en activos diferidos o intangibles comprenden los servicios necesarios o derechos adquiridos para poner en marcha el proyecto; las inversiones intangibles son susceptibles de amortización.



Durante el proceso de implementación de la empresa los gastos a efectuarse serán: Capacitación, del personal, pruebas y ensayos en la producción, estos gastos se amortizaran para 5 años.

**GASTOS DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.-** Los gastos de constitución de la empresa son valores que representan todos los desembolsos para emprender el funcionamiento de la empresa.

Son los trámites que se realizan de acuerdo a las normas, leyes, y organismos de control ecuatorianos.

**Cuadro N° 50**

<b>INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>V. TOTAL</b>
Elaboración del proyecto	585,00
Patente	200,00
Permiso de funcionamiento	300,00
Gastos organizativos	400,00
Imprevistos	120,00
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>1.605,00</b>

**Elaboración:** La Autora

**ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO**

“Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. En la práctica, el capital de trabajo está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que emprender el funcionamiento de la empresa, en un periodo de tiempo establecido, que nos

permita cubrir las obligaciones económicas adquiridas”. **Para este proyecto de tesis, se establece el capital de trabajo para 1 mes.** A continuación se presenta el capital de operación que mantendrá la empresa:

**Materia Prima Directa.-** Para producir los suéteres, bufandas, y chales, punto fino él se requiere de lana, la misma que tiene un costo de 45,00 dólares el cono de 5 kilos, con esto se obtiene un costo de 9.00 dólares el kilo, que corresponde a 0.90 centavos de dólar los 100 gramos, la materia prima se adquiere fácilmente en el centro de la ciudad de Quito.

Para el proceso de 100 suéteres se requiere de 50.000 gramos de lana, equivale a 500 gramos por suéter.

En el proceso de 100 chales se requiere de 20.000 gramos de lana, equivale a 200 gramos por chal.

Para el proceso de 100 bufandas se requiere 10.000 gramos de lana, equivale a 100 gramos por bufanda.

Para poder cuantificar la cantidad exacta en materia prima necesaria para el proceso de producción, realizaremos el siguiente análisis:

**Si los 100 gramos tienen un costo de 0.90 centavos de Dólar; el costo de cada gramo será de 0.009**

**Suéteres:** Puesto que los 100 gramos de lana tienen un costo de 0.90 centavos de dólar, si multiplicamos por 500 gramos que se emplea en la elaboración de un suéter, se obtiene un costo 4,50 dólares por suéter.

El costo total es de 450,00 dólares en 100 suéteres.

**Chales:** Si los 100 gramos de lana tienen un costo de 0,90 centavos de dólar, si multiplicamos por 200 gramos necesarios para elaborar un chal, se obtiene un costo de 1,80 dólares.

El costo total es de 180,00 dólares en 100 chales.

**Bufandas:** Para la elaboración de una bufanda se requiere de 100 gramos de lana, esto multiplicado por 0.90 centavos, se obtiene un costo de 0,90 centavos de dólar.

El costo total requerido es de 90,00 dólares en 100 bufandas.

Es importante recalcar que la inversión de este activo corriente se realiza para el primer año proyectado, de acuerdo a la capacidad utilizada la producción anual es de 19.500 suéteres, 19.500 chales, y 19.500 bufandas tejidas en puno fino, con los 260 procesos en el año.

**Cuadro N° 51**

**MATERIA PRIMA DIRECTA PARA 19.500 SUÉTERES, 19.500 CHALES, 19.500 BUFANDAS TEJIDOS, EN 260 PROCESOS**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	REQUER. DIARIO	REQUERIM I. ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
		50.000,00			
		20.000,00			
		10.000,00	260		
Lana	gramos	80.000,00	20´800.000,00	0.009	187.200,00
Hilo	metros	1.000,00	260.000,00	0.001	260,00
botones	unidades	200,00	52.000,00	0.001	52,00
<b>COSTO TOTAL</b>					<b>187.512,00</b>
<b>COSTO MENSUAL</b>					<b>15.626,00</b>

**Fuente:** Investigación directa , Cuadro N° 39 (capacidad utilizada anual)

**Elaboración:** La Autora

**Materiales Indirectos.-** Para determinar el costo de material de empaque se hace necesario establecer el número de unidades en fundas de polifan en las siguientes medidas de 10\*16, 9\*14, y 9\*12 a comercializar, conforme lo establecido en los resultados del estudio de mercado.

Cuadro N° 52

## MATERIALES INDIRECTOS

Descripción	PARA 19.500 suéteres, 19.500 chales, y 19.500 bufandas			PARA 20.800SUÉTERES, 20.800 chales, y 20.800 bufandas		PARA 22.100 suéteres, 22.100 chales, 22.100 bufandas		PARA 23.400 suéteres, 23.400 chales, y 23.400 bufandas		PARA 24.700 suéteres, 24.700 chales, y 24.700 bufandas	
	1er. AÑO			2do. AÑO		3er. AÑO		4to. AÑO		5to. AÑO	
	cantidad	Valor Unitario	V. Total	cantidad	V. Total	cantidad	V. Total	cantidad	V. Total	cantidad	V. Total
Fundas polifan	19.500	0,04	780,00	20.800	832,00	22.100	884,00	23.400	936,00	24.700	988,00
	19.500	0,03	585,00	20.800	624,00	22.100	663,00	23.400	702,00	24.700	741,00
	19.500	0,02	390,00	20.800	416,00	22.100	442,00	23.400	468,00	24.700	494,00
Etiquetas	58.500	0,05	2.925,00	62.400	3.120,00	66.300	3.315,00	70.200	3.510,00	74.100	3.705,00
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>4.680,00</b>			<b>4.992,00</b>		<b>5.304,00</b>		<b>5.616,00</b>		<b>5.928,00</b>	
<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>390,00</b>			<b>416,00</b>		<b>442,00</b>		<b>468,00</b>		<b>494,00</b>	

Fuente: Investigación directa , Cuadro N° 38 (capacidad utilizada anual)

La Autora:

**Mano de Obra Directa.-** El valor requerido para cubrir el pago de Mano de Obra total durante un mes, asciende a **944,23** dólares. A continuación se detalla:

**Cuadro N° 53**

**INVERSIÓN EN MANO DE OBRA DIRECTA**

RUBROS / PRESUPUESTOS	JEFE DE PRODUCCIÓN	OBRERO
Salario Básico Unificado	350,00	318,00
Décimo Tercero 1/12	29,17	26,50
Décimo Cuarto SBU. 1/12	26,50	26,50
Vacaciones 1/24	14,58	13,25
Aporte Patronal 11.15%	39,25	35,46
Aporte IECE 0,5%	1,75	1,59
Aporte CECAP 0,5%	1,75	1,59
Fondos de Reserva 1/12	29,17	26,50
<b>Total Mensual</b>	<b>492,17</b>	<b>449,39</b>
<b>Total anual</b>	<b>5.906,04</b>	<b>5.392,68</b>
<b>TOTAL COSTO MANO DE OBRA DIRECTA</b>		<b>11.298,72</b>

**COSTO DE PRODUCCIÓN.-** El costo de producción, está conformado por los egresos en que incurre la empresa en su fase de operación, incluye. **Materia Prima, Materiales Indirectos y Mano de Obra Directa;** su monto mensual asciende a **17.237**. A continuación se detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 54**

**COSTOS DE PRODUCCIÓN, resumen**

DESCRIPCIÓN	SUELDO MENSUAL	SUELDO 1er AÑO
Materia Prima Directa	15.626,00	187.512,00
Mano de Obra Directa	463,00	5.556,00
Materiales Indirectos	390,00	4.680,00
<b>Total</b>	<b>17.237,78</b>	<b>203.490,72</b>

Elaboración: La Autora

**GASTOS DE ADMINISTRACIÓN**

**SERVICIOS BASICOS:** Los servicios básicos corresponden a: Luz, agua, teléfono, e internet:

**Energía Eléctrica.-** De acuerdo a las tarifas establecidas y proporcionadas por la Empresa Eléctrica Quito, (EEQ) 0.15 dólares el Kw/H, se estima un consumo promedio mensual de energía de 300.00 Kilowatios lo que produce un costo mensual de \$ 45,00 dólares El costo anual representa \$ 540,00 dólares.

**Cuadro 55**

**ENERGIA ELECTRICA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (Kw/h)	VALOR. UNITARIO	VALOR. MENSUAL	VALOR. ANUAL
Consumo de energía eléctrica	300	0,15	45,00	540,00

**Fuente:** Empresa Eléctrica Quito (EEQ)

**Elaboración:** La Autora

**Servicio Telefónico.-** El consumo del servicio telefónico está estimado en un valor \$22,00 dólares mensuales. Ascende a \$ 264,00 dólares anuales.

**Agua Potable.** El consumo de agua potable está considerado para actividades relacionadas con el área administrativa.

**Cuadro N° 56  
AGUA POTABLE**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (m3)	VALOR. UNITARIO	VALOR. MENSUAL	VALOR. ANUAL
Consumo de agua	18	0,75	13,50	162,00

**Fuente:** Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento (EMAP)

**Elaboración:** La Autora

**Material de Oficina.-**Entre los materiales de oficina se considera: las hojas de papel bond, notas de venta, facturas, clips, esferos, lápices, etc. Se estima un costo mensual de \$ 13,00 dólares. \$ 156,00 dólares anuales.

**Útiles de Aseo.-**Para realizar la limpieza diaria, tanto del equipo de producción, así como de la planta de producción, se requiere de dichos elementos.

En lo referente a estos productos, existe ciertos elementos que tienen una larga duración como son los trapeadores, escobas, pero existen otros elementos que son perecibles, por tanto se estima este valor en \$15,00 dólares mensuales, \$180,00 dólares anuales.

**Arriendos.-** Un local como el que se requiere para la instalación de la empresa, tendrá un costo mensual de \$ 300,00 dólares en el lugar establecido. Por tanto el costo anual asciende a \$3.600.00 dólares.

**Sueldos de Administración.-** Se refieren a los sueldos para el personal empleado en el área administrativa de acuerdo a los puestos a ocupar.

En este caso el personal administrativo lo conforman tres personas.

**Cuadro N° 57**

**INVERSIÓN EN SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

<b>RUBROS / PRESUPUESTOS</b>	<b>GERENTE</b>	<b>SECRETARIA CONTADORA</b>	<b>MERCADEO Y VENTAS</b>	<b>CONSERJE</b>
Salario Básico Unificado	<b>380,00</b>	<b>350,00</b>	<b>350,00</b>	<b>318</b>
Décimo Tercero 1/12	32,00	29,17	29,17	26,50
Décimo Cuarto SBU. 1/12	26,50	26,50	26,50	26,50
Vacaciones 1/24	16,00	14,58	14,58	13,25
Aporte Patronal 11.15%	42,00	39,25	39,25	35,46
Aporte IECE 0,5%	2,00	1,75	1,75	1,59
Aporte CECAP 0,5%	2,00	1,75	1,75	1,59
Fondos de Reserva 1/12	32,00	29,17	29,17	26,50
<b>Total Mensual</b>	<b>532,50</b>	<b>492,17</b>	<b>492,17</b>	<b>449,39</b>
<b>TOTAL ANUALES</b>	<b>6.390,00</b>	<b>5.906,04</b>	<b>5.906,04</b>	<b>5.392,68</b>
<b>TOTAL COSTO SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>				<b>23.594,76</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** la Autora



**El valor mensual por el concepto de sueldos administrativos asciende a \$1.426,50 dólares mensuales, Y 1.966,23 en el primer año.**

**Los Gastos Administrativos.** Son egresos que desembolsa la empresa en su fase de operación.

Los conforman las remuneraciones al personal administrativo, material de oficina, material de limpieza y servicios básicos, etc.

**Su monto mensual asciende a \$2.374,23; lo que significa 28.496,76. Dólares para el 1er año.** Se detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 58**

**GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, Resumen**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PAGO MENSUAL</b>	<b>SUELDO 1er. AÑO</b>
Sueldos de Adm.(3)	1.426,50	17.118,00
Servicio telefónico	22,00	264,00
Luz eléctrica	45,00	540,00
Agua potable	13,50	162,00
Arriendo	300,00	3.600,00
Material de oficina	13,00	156,00
Útiles de aseo	15,00	180,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINI.</b>	<b>2.374,73</b>	<b>28.496,76</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

❖ **GASTOS DE VENTAS.**

En este particular se detalla los gastos correspondientes a publicidad, promoción y mantenimiento del vehículo. Su objetivo es dar a conocer los productos de la empresa y por consiguiente incrementar el volumen de ventas.

**Publicidad.-** La publicidad se realizará a través de la emisora, (Radio Canela), ya que es una emisora de mayor frecuencia en la ciudad de Quito. En esta emisora se pasaran las cuñas radiales en horas de mayor sintonía, (mañana) (5 días a la semana, 2 pasadas diarias, con una duración de 30 segundos c/p). Además se entregaran hojas volantes; esto arroja un costo mensual radial de, 250 dólares mensuales, a este valor le agregamos 15 dólares de hojas volantes, que corresponde a **265 dólares mensuales**, equivale a 3.180,00 anuales.

**Promoción.-** Para este aspecto la empresa ha considerado que destinara el 4.65% de la producción total (4.65% de 19.500 suéteres, 19.500 chales, y 19.500 bufandas tejidos en punto fino, de tal forma tenemos:  $19.500 * 4,12\% = 803$  suéteres.

En nuestro caso, el producto de mayor demanda, y empleado para la promoción serán los suéteres, entonces tenemos:  $8.03 * 10.18 = 8.160,75$  dólares. Por tanto el costo de promoción asciende a, 8.160,75 dólares anuales, y 680,06 dólares mensuales.

**Combustibles, Lubricantes, Y Mantenimiento de Vehículo.** Para la comercialización del producto se considera un costo promedio de 30 dólares: desglosados de la siguiente manera, 15 dólares semanales para gasolina, y un costo de 15,00 dólares por concepto lubricantes, y mantenimiento mecánico, lo que dt120, 00 dólares mensuales, y un total de 1.440,00 dólares al año. En gastos del vehículo. Con ello tenemos que **los gastos totales mensuales por ventas ascienden a \$1.065,06 dólares.**

**Cuadro N° 59**

**GASTOS DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO 1er AÑO
Publicidad	265,00	3.180,00
Promoción especial	680,06	8.160,72
Mantenimiento del vehículo	120,00	1.440,00
<b>Total</b>	<b>1.065,06</b>	<b>12.780,72</b>

Fuente: Cuadros N° 42,43, 44, 49,50

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 60**

**TOTAL CAPITAL DE TRABAJO OPERACIÓN**

	COSTO MENSUAL	COSTO 1er AÑO
<b>Materia Prima Directa</b>	15.626,00	187.512,00
<b>Materiales Indirectos</b>	390,00	4.680,00
<b>Mano de Obra Directa</b>	944,23	11.330,76
<b>Gastos de Administración</b>	1.835,00	22.020,00
<b>Gastos de venta</b>	1.065,06	12.780,72
<b>TOTAL</b>	<b>20.410,86</b>	<b>244.930,32</b>

Fuente: Cuadros N° 42,43, 44, 49,50

Elaboración: La Autora

**El monto necesario para el Capital de Operación asciende al valor de 19.379,06 dólares, mensuales., y un total de 232.548,72 dólares en el primer año.**

En este monto no están consideradas las depreciaciones por ser un valor que se calcula anualmente.

### **RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES**

Con la creación de la empresa, y el monto de inversión que se requiere para llevar a cabo el proyecto, y crear fuentes de trabajo a por lo menos 3 puestos administrativos de empleo.

**Cuadro N° 61**

<b>RESUMEN DE LAS INVERSIONES</b>		
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>	<b>%</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
Maquinaria y Equipo de Producción	45.100,00	79,34
equipo de Oficina	1.277,00	2,25
Muebles y Enseres	1.290,00	2,27
Herramientas	177,00	0,31
Vehículo	9.000,00	15,83
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>56.844,00</b>	<b>100%</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS</b>		
Elaboración del proyecto	585,00	36,45
Patente	200,00	12,46
Permiso de Funcionamiento	300,00	18,69
Gastos Organizativos	400,00	24,92
Varios	120,00	7,48
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>1.605,00</b>	<b>100%</b>
<b>CAPITAL DE OPERACIÓN</b>		
Materia Prima Directa	15.626,00	80,63
Materiales Indirectos	390,00	2,01
Mano de Obra Directa	944,23	3,23
Gastos Administrativos	2.374,23	9,47
Gastos de Venta	1.065,06	5,50
<b>TOTAL CAPITAL DE OPERACION</b>	<b>20.462</b>	<b>100%</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>78.859,86</b>	<b>100%</b>

Elaboración: La Autora

## ❖ FINANCIAMIENTO:

Los recursos para la creación de la empresa provienen de dos fuentes de financiamiento, estos son:

- ✓ **Recursos Propios** - Fuentes Internas
- ✓ **Préstamo a Terceros** - Fuentes Externas

### a. FUENTES INTERNAS

**Capital Propio.-** El capital propio está conformado por los aportes de los socios de la empresa; este capital está compuesto de la siguiente manera:

**El 60% del total de la inversión que corresponde a 47.315,92 dólares será financiado con aportaciones de los socios.**

### b. FUENTES EXTERNAS

**Crédito/Préstamo.-** Se financio el 40% a través de un crédito-préstamo gestionado en el Banco Pacifico por la cantidad de 31.543,94 dólares, a 2 años plazo con una tasa de interés del 12% anual. Con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de las adecuaciones de la planta. Cabe indicar que este banco otorga préstamos con una tasa de interés baja, respecto a los demás bancos del país, por tratarse justamente de una entidad que brinda financiamiento a la empresa.

La estructura de financiamiento está compuesta de la siguiente forma:

**Cuadro N° 62**  
**FINANCIAMIENTO**

<b>FUENTE DERECURSOS</b>	<b>%</b>	<b>APORTES MONTO</b>
<i>Capital Propio</i>	59,47	47.315,92
<i>Crédito</i>	40,53	31.543,94
<b>MONTO TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>78.859,86</b>

### ❖ **ANÁLISIS DE COSTOS**

#### **COSTO DE PRODUCCIÓN**

Los Costos de Producción, están calculados sobre la base del programa de producción que se ha determinado,

Para este cálculo se toma en cuenta los recursos, técnicos, humanos y materiales, etc.

Los costos de producción están conformados por los siguientes elementos:

#### ➤ **Costo Primo**

El costo primo está conformado por: Materia Prima Directa, y Mano de Obra Directa

**Materia Prima Directa.-** Para el primer año de operación tenemos un costo de **187.512,00 dólares**

**Mano de Obra Directa.-** Está conformada por la remuneración que se debe pagar al personal que realiza el proceso de producción.

El valor que se requiere para cubrir el pago de mano de obra asciende a **11.330.76 dólares anuales**

➤ **COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.**

Están integrados por los materiales indirectos y la depreciación de maquinaria y herramientas, se obtiene:

**Materiales Indirectos.-** Tenemos 4.680,00 dólares más la depreciación de maquinaria y herramientas nos da un **total de, 8.754,93 dólares anuales**

**DEPRECIACIONES:**

Para calcular la depreciación de los diferentes activos de la empresa, se realiza empleando los coeficientes ya establecidos en el Sistema de Rentas Internas, se considera los siguientes:

- Inmuebles – Edificio 5% anual -----20 años
- Maquinaria, equipos y muebles 10% anual----10 años
- Equipo de computo 33.33% anual-----3 años
- Vehículo 20% anual----- 5 años.

**Cuadro N° 63  
DEPRECIACIÓN DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	% DEPRECIACIÓN	COSTO TOTAL	V.RESIDUAL	AÑOS DEPRECIACIÓN.	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria y Equipo	10%	45.100,00	4.510,00	10	4.059,00
Herramientas	10%	177,00	17,70	10	15,93
<b>TOTAL</b>			<b>4.527,70</b>		<b>4.074,93</b>

Elaboración: La Autora

El valor de la depreciación en el área de producción asciende a: **4.074,93 dólares anuales.**

➤ **COSTO DE OPERACIÓN**

Comprende los gastos administrativos, de ventas, financieros y otros gastos no especificados.

**Gastos de Administración.-** Son los valores en que incurre la empresa para desarrollar las labores administrativas. Estos valores se detallan en el estudio de capital de operación; se agregan los valores correspondientes a las depreciaciones.

Tomando en consideración que el equipo de cómputo tiene una vida útil de 3 años que es menor al tiempo de vida útil del proyecto, se estima que su valor debe reinvertirse a partir del cuarto año de operación; para ello se estima que sus costos se incrementarán en un 50%, con estos nuevos valores se procede a calcular la depreciación correspondiente a los años cuatro y cinco.

**Cuadro N° 64**

**DEPRECIACIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>% DEPRECIACIÓN</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>V. RESIDUAL</b>	<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
Equipo de Oficina	10%	177,00	17,70	10	15,93
Muebles y Enseres	10%	1.290,00	129,00	10	116,10
Equipo de Computación	33.33%	1.100,00	363,00	3	245,67
<b>TOTAL</b>			<b>146,70</b>		<b>377,70</b>



**Cuadro N° 65**

**DEPRECIACIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA, PARA LOS AÑOS 4 Y 5**

DESCRIPCIÓN	% DEPRECIACIÓN	COSTO TOTAL	VALOR RESIDUAL	AÑOS DEPRECIA.	DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipo de Computación	33,33%	1.650,00	549.99	3	366,67
<b>TOTAL</b>			<b>549,99</b>	<b>385,61</b>	<b>366,67</b>

**Elaboración:** La Autora

**Gastos de Ventas.-** Son los valores necesarios para desarrollar las labores de ventas, que permitan que el producto pueda llegar a los usuarios dentro del tiempo previsto.

**Cuadro N° 66**  
**DEPRECIACIONES DEL ÁREA DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	% DEPRECIACIÓN	COSTO TOTAL	V. RESIDUAL	AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Vehículo	20%	9.000,00	1.800,00	5	1.440,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.800,00</b>		<b>1.440,00</b>

**Elaboración:** La Autora

El monto anual por el concepto de ventas asciende a **14.220,72** dólares. Los gastos de ventas comprenden. La depreciación del vehículo, además mantenimiento del mismo, la publicidad, y la promoción.

**Gastos Financieros.-** Están conformados por los intereses a pagar por el crédito obtenido, para el primer año, este valor asciende a **2.987.12**.

**Otros Gastos.-** En este rubro están considerados los valores necesarios para desarrollar las actividades previas a la implementación de la empresa. Están conformados por los activos diferidos, valores que se los recuperan en 5 años

**Cuadro N° 67**

**CUADRO DE AMORTIZACIÓN**

**TASA:** 12,00 % Anual (Banco del Pacifico)

**PLAZO:** 24 Meses

**FÓRMULA:**  $D = (C * I * (1 + I)^n) / ((1 + I)^n - 1)$

**DIVIDENDO:** = 1.484,88

PERIODO. MES	SALDO INICIAL	INTERES	AMORTIZ ACION	DIVIDEND O CUO.	SALDO FINAL
0	31,543,94		\$1.169,44		\$31.543,94
1	\$31.543,94	\$315,44	\$1.181,14	\$1.484,88	\$30.374,50
2	\$30.374,50	\$303,74	\$1.192,95	\$1.484,88	\$29.193,36
3	\$29.193,36	\$291,93	\$1.204,88	\$1.484,88	\$28.000,41
4	\$28.000,41	\$280,00	\$1.216,93	\$1.484,88	\$26.795,53
5	\$26.795,53	\$267,96	\$1.229,10	\$1.484,88	\$25.578,60
6	\$25.578,60	\$255,79	\$1.241,39	\$1.484,88	\$24.349,51
7	\$24.349,51	\$243,50	\$1.253,80	\$1.484,88	\$23.108,12
8	\$23.108,12	\$231,08	\$1.266,34	\$1.484,88	\$21.854,32
9	\$21.854,32	\$218,54	\$1.279,00	\$1.484,88	\$20.587,98
10	\$20.587,98	\$205,88	\$1.291,79	\$1.484,88	\$19.308,97
11	\$19.308,97	\$193,09	\$1.304,71	\$1.484,88	\$18.017,18
12	\$18.017,18	\$180,17	\$1.317,76	\$1.484,88	\$16.712,47
13	\$16.712,47	\$167,12	\$1.330,94	\$1.484,88	\$15.394,71
14	\$15.394,71	\$153,95	\$1.344,25	\$1.484,88	\$14.063,78
15	\$14.063,78	\$140,64	\$1.357,69	\$1.484,88	\$12.719,53
16	\$12.719,53	\$127,20	\$1.371,26	\$1.484,88	\$11.361,84
17	\$11.361,84	\$113,62	\$1.384,98	\$1.484,88	\$9.990,58
18	\$9.990,58	\$99,91	\$1.398,83	\$1.484,88	\$8.605,60
19	\$8.605,60	\$86,06	\$1.412,82	\$1.484,88	\$7.206,78
20	\$7.206,78	\$72,07	\$1.426,94	\$1.484,88	\$5.793,96
21	\$5.793,96	\$57,94	\$1.441,21	\$1.484,88	\$4.367,02
22	\$4.367,02	\$43,67	\$1.455,62	\$1.484,88	\$2.925,81
23	\$2.925,81	\$29,26	\$1.470,18	\$1.484,88	\$1.470,18
24	\$1.470,18	\$14,70	\$31.543,94	\$1.484,88	\$0,00
		<b>\$4.093,25</b>	<b>\$31.543,94</b>		

**Elaboración:** La Autora

**El dividendo mensual a pagar por el concepto del préstamo en el primer año asciende a 1.484,88 dólares.**

## **❖ ESTRUCTURA DE COSTOS**

### **Costos:**

Son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico.

Estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto.

Posee los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable.

**Los valores de los costos se proyectaran para 5 años al 1.80% anual.**

**Cuadro N° 68**  
**PRESUPUESTOS DE COSTOS PARA LOS CINCO (5) AÑOS**

<b>RUBROS</b>					
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	1	2	3	4	5
Mano de Obra Directa	5.556,00	5.656,01	5.757,82	5.861,46	5.966,97
Materiales Indirectos	4.680,00	4.764,24	4.850,00	4.937,30	5.026,17
Materia Prima Directa	187.512,00	190.887,22	194.323,19	197.821,00	201.381,78
<b>TOTAL COSTO PRIMO</b>	203.522,76	207.186,17	210.915,53	214.712,00	218.576,82
<b>COSTO DE FABRICACION</b>					
Depreciación de herramientas	15,93	15,93	15,93	15,93	15,93
Depreciación de Maquinaria y Equipo	4.059,00	4.059,00	4.059,00	4.059,00	4.059,00
<b>TOTAL CARGA PROCESO DE FABRICACIÓN</b>	4.074,93	4.074,93	4.074,93	4.074,93	4.074,93
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>					
Gastos de Administración					
Remuneraciones (Sueldos Administrat.)	22.020,00	22.416,36	22.819,85	23.230,61	23.648,76
Material de Oficina	156,00	158,81	161,67	164,58	167,54
Energía Eléctrica	540,00	549,72	559,61	569,69	579,94
Agua Potable	162,00	164,96	167,88	170,91	173,98
Arriendos	3.600,00	3.664,80	3.730,77	3.797,92	3.866,28
Servicio Telefónico	264,00	268,75	273,59	278,51	283,53
Útiles de Aseo	180,00	183,24	186,54	189,90	193,31
Depreciación de Equipo de Oficina	15,93	15,93	15,93	15,93	15,93
Depreciación de Muebles y Enseres	116,10	116,10	116,10	116,10	116,10
Depreciación Equipo de Computación	245,67	245,67	245,67	366,67	366,67
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	29.004,07	29.520,03	30.044,55	30.699,56	31.243,16
<b>Gastos de Venta</b>					
Publicidad	3.180,00	3.237,24	3.295,51	3.354,83	3.415,22
Promoción	8.160,72	8.307,61	8.457,15	8.609,38	8.764,34
Combustible y Lubricantes	1.440,00	1.465,00	1.492,30	1.519,16	1.546,50
Deprec. de Vehículo	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	14.220,72	14.449,85	14.684,96	14.923,37	15.166,06
Gastos Financieros					
Intereses	2.987,12	1.106,13			
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	2.987,12	1.106,13	0,00	0,00	0,00
Otros Gastos					
Amortización del Activo Diferid.	327,00	327,00	327,00	327,00	327,00
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	327,00	327,00	327,00	327,00	327,00
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>254.137,23</b>	<b>256.664,11</b>	<b>260.046,97</b>	<b>264.736,86</b>	<b>269.387,97</b>

**Fuente:** Cuadros de inversiones, depreciaciones, amortizaciones y proyecciones

**Elaboración:** La autora

## **INGRESOS TOTALES**

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso, los ingresos corresponden a la venta de: suéteres, chales, y bufandas tejidos en punto fino. A partir del segundo año, el margen de utilidad se incrementará en un 5% anual. A continuación se presenta el cuadro de proyección de ingresos para la vida útil del proyecto.

**CT\*MU=INVER.**

**Cuadro N° 69**  
**INGRESO TOTAL SUÉTERES, CHALES, Y BUFANDAS**

<b>AÑO</b>	<b>PRESUPUESTO COSTOS TOTALES</b>	<b>PRODUCCIÓN TOTAL SUÉTERES, CHALES Y BUFANDAS</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>INGRESO TOTAL</b>
1	<b>254.137,23</b>	19.500	25%	16.30	<b>317.671,92</b>
2	<b>256.664,11</b>	20.800	30%	16.30	<b>333.663,34</b>
3	<b>260.046,97</b>	22.100	35%	16.30	<b>351.063,41</b>
4	<b>264.736,86</b>	23.400	40%	16.30	<b>370.631,60</b>
5	<b>269.387,97</b>	24.700	45%	16.30	<b>390.612,56</b>

Para este cálculo se a determinara el costo según la cantidad de Materia Prima necesaria para la elaboración de cada producto, se aplicara una regla de tres para determinar el porcentaje real para cada producto, siendo, el 62,50 % para suéteres, el 25% para chales, y el 12,50% para bufandas. Estos porcentajes serán tomados del Total de los Costos Producción.

**Proyección de Ingresos.-** Para establecer el Precio de venta para el producto, se multiplica el costo total por el margen de utilidad.

**Cuadro N°70**

**PROYECCIÓN DE INGRESOS**

La Proyección de Ingresos para **Suéteres** es del 62.50% de los Costos Totales

<b>AÑO</b>	<b>PRESUPUESTO COSTOS AÑOS 62.50%</b>	<b>PRODUCCIÓN TOTAL SUÉTERES</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>INGRESO TOTAL</b>
1	158.835,96	19.500	25%	10.18	<b>198.544,95</b>
2	160.434,94	20.800	30%	10.18	<b>208.565,42</b>
3	162.570,49	22.100	35%	10.18	<b>219.470,16</b>
4	165.447,33	23.400	40%	10.18	<b>231.626,26</b>
5	168.380,88	24.700	45%	10.18	<b>244.152,28</b>

Fuente: Cuadro N° 59

Elaboración: La Autora

La Proyección de Ingresos para **Chales** es del 25% de los Costos Totales

<b>AÑO</b>	<b>PRESUPUESTO COSTOS AÑOS 25%</b>	<b>PRODUCCIÓN TOTAL CHALES</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>INGRESO TOTAL</b>
1	63.534,38	19.500	25%	4.08	<b>79.417,98</b>
2	64.173,98	20.800	30%	4.08	<b>83.426,17</b>
3	65.028,20	22.100	35%	4.08	<b>87.788,07</b>
4	66.178,93	23.400	40%	4.08	<b>92.650,50</b>
5	67.350,35	24.700	45%	4.08	<b>97.658,00</b>

La Proyección de Ingresos para **Bufandas** es del 12,50% de los Costos Totales

<b>AÑO</b>	<b>PRESUPUESTO COSTOS AÑOS 12.50%</b>	<b>PRODUCCIÓN TOTAL BUFANDAS</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>INGRESO TOTAL</b>
1	31.767,19	19.500	25%	2.04	<b>39.708,99</b>
2	32.086,99	20.800	30%	2.04	<b>41.713,09</b>
3	32.514,10	22.100	35%	2.04	<b>43.894,04</b>
4	33.089,47	23.400	40%	2.04	<b>46.325,26</b>
5	33.675,18	24.700	45%	2.04	<b>48.829,01</b>

Elaboración: La Autora

## **COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN**

Para establecer la rentabilidad del proyecto y realizar el análisis financiero es necesario determinar el costo de producción y para su cálculo consideramos los siguientes elementos:

Costo de Fabricación, Gastos de Administración, Gastos de venta, gastos Financieros y otros gastos especiales. A continuación se detalla en el cuadro.

**Cuadro N° 71**  
**COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN Resumen**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR ANUAL</b>	<b>V. DEPREC. ANUAL</b>	<b>VALOR REAL</b>
Costos de Fabricación	203.522,76	4.074,93	207.597,69
Gastos de Administración	28.627,00	377,70	29.004,70
Gastos de Venta	12.780,72	1.440,00	14.220,72
Gastos Financieros	2.987,12	----	2.987,12
Otros Gastos (Act. Diferí)	327,00	----	327,00
<b>TOTAL</b>			<b>254.137,23</b>

Elaboración: La Autora

### **VALORES COSTOS TOTALES DE PRODUCCION**

<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
254.137,23	256.664,11	260.046,97	264.736,86	269.387,97

### **VALORES COSTOS ORIGINALES LIBRE DE DEPRECIACIONES**

<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
248.244,60	250.771,48	254.154,34	258.723,23	263.266,97

$$CTP = CF + GA + GV + GF + OG$$

CTP= Costo Total de Producción

CF= Costos de Fabricación

GA= Gastos de Administración

GV= Gastos de Ventas

OG= Otros Gastos

$$CTP = CF + GA + GV + GF + OG$$

$$CTP = 207.597,69 + 29.005,00 + 14.220,72 + 2.987,12 + 327,00$$

$$CTP = 254.137,23$$

### **COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN**

Inmediatamente se determinara el costo unitario de producción, el cual resulta de la relación existente del costo total y el número de unidades producidas durante el primer año, en este caso tenemos:

#### **SUETERS:**

$$CUP = \frac{CTP}{NUP}$$

$$CUP = \frac{158.835,96}{19.500,00}$$

$$\underline{\underline{CUP = 8.15}}$$



**CHALES:**

$$\text{CUP} = \frac{\text{CTP}}{\text{NUP}}$$

$$\text{CUP} = \frac{63.534,38}{19.500,00}$$

**CUP= 3.26**

**BUFANDAS:**

$$\text{CUP} = \frac{\text{CTP}}{\text{NUP}}$$

$$\text{CUP} = \frac{31.767,19}{19.500,00}$$

**CUP= 1.63**

**ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS**

Para establecer el precio de venta al público, de suéteres, chales y bufandas tejidos en punto fino, en el primer año, al costo se le agregara un margen de utilidad del 25%, siendo un rubro que se considera que esta dentro de los limites de utilidad, y a su vez nos permitirá competir en el mercado y comercializar el producto generando utilidad a la empresa, y que a su vez nuestros intermediarios también puedan obtener un margen de utilidad, que les brinde bienestar y satisfacción personal.

A continuación se detalla la forma en que se obtendrá el precio del producto.

Costos Fijos:	<b>CF=</b>	48.208,47	dólares	Costo Total:	<b>CT= CF+CV</b>	<b>254.137,23</b>
Costos variables:	<b>CV=</b>	205.928,76	dólares	Costo Unitario:	<b>CU=CT/UP</b>	<b>13,03</b>
Unidades Producidas	<b>UP=</b>	19.500,00	Unidades	M. de Utilidad	<b>MU= CU*%M</b>	<b>2,27</b>
Margen de Utilidad	<b>%M =</b>	25%		Precio de Venta	<b>Pvu= CU+MU</b>	<b>16,30</b>
Ingresos Totales					<b>VT= UP*PV</b>	<b>317.850,00</b>

### **PUNTO DE EQUILIBRIO**

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

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

Para realizar este cálculo es necesario clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo.

Estos costos que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1,3, 5 de vida útil del proyecto.

## **CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

El cálculo del punto de equilibrio se deriva de la clasificación de los costos fijos y variables.

### **COSTOS FIJOS Y VARIABLES.**

**COSTOS FIJOS.-** Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción.

Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

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

En nuestro proyecto se calculará el punto de equilibrio utilizando el Método Matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas.

Además utilizaremos la forma gráfica para su representación.

Cuadro N° 74

## CLASIFICACION DE LOS COSTOS DE LA EMPRESA PUNTADA FINA

DESCRIPCION	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	COSTO S FIJOS	COSTOS VARIABLE S	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLE S	COSTO S FIJOS	COSTOS VARIABLE S
COSTO DE PRODUCCIÓN						
Costo Primo						
Materia Prima Directa		187.512,00		194.323,19		201.381,78
Mano de Obra Directa		11.330,76		11.742,34		12.168,87
COSTOS INDIR. DE FABRI						
Materiales Indirectos de Fabri		4.680,00		4.850,00		5.026,17
Depreciación de Herramienta	15,93		15,93		15,93	
Depreciación de Maqui y Eq.	4.059,00		4.059,00		4.059,00	
Depreciación de Equi de Ofi.	15,93		15,93		15,93	
Depreciación de Muebl y Ens	116,10		116,10		116,10	
Depreciación Equi. de Comp	245,67		245,67		366,67	
Depreciación. de Vehículo	1.440,00		1.440,00		1.440,00	
SUB TOTAL	5.892,63	203.522,76	5.892,63	210.915,53	6.013,63	218.576,82
COSTO DE OPERACIÓN						
Gastos de Administración						
Remuneraciones (Suel. Adm)	23.725,00		24.586,79		25.479,88	
Material de Oficina	156,00		161,67		167,54	
Luz ( Energía Eléctrica)		540,00		559,61		579,94
Agua Potable		162,00		167,88		173,98
Arriendo	3.600		3.730,77		3.866,28	
Servicio Telefónico	264,00		273,59		283,53	
Útiles de Aseo	180,00		186,54		193,31	
Amortización del Activo Diferido	327,00		327,00		327,00	
Gastos de Venta						
Publicidad	3.180,00		3.295,51		3.415,22	
Promoción	8.160,72		8.457,15		8.764,34	
Combustible y Lubricantes	1.440,00		1.492,30		1.546,50	
Gastos Financieros						
Intereses	2.987,12		0,00		0,00	
TOTAL \$:	48.208,47	205.928,76	49.625,18	213.408,91	51.214,32	221.160,77

Elaboración: La Autora

**RESUPUESTO DE INGRSO POR VENTAS SUÉTERES, CHALES,  
Y BUFANDAS AÑO 1**

<b>Costos Fijos:</b>	<b>CV=</b>	48.208,47	dólares	Costo Total:	<b>CT= CF+CV</b>	<b>254.137,23</b>
<b>Costos variables:</b>	<b>CV=</b>	205.928,76	dólares	Costo Unitario:	<b>CU=CT/UP</b>	<b>13,03</b>
<b>Unidades Producidas</b>	<b>UP=</b>	19.500,00	Unidades	M. de Utilidad	<b>MU= CU*%M</b>	<b>2,27</b>
<b>Margen de Utilidad</b>	<b>%M =</b>	25%		Precio de Venta	<b>Pvu= CU+MU</b>	<b>16,30</b>
				<b>Ingresos Totales</b>	<b>VT= UP*PV</b>	<b>317.850,00</b>

**PRESUPUESTO DE INGRSO POR VENTAS DE SUÉTERES AÑO AL  
62,50 % DE LOS COSTOS TOTALES**

Costos Fijos:	<b>CF=</b>	30.130,29	dólares	Costo Total:	<b>CT= CF+CV</b>	158.835,96
Costos variables:	<b>CV=</b>	128.705,48	dólares	Costo Unitario:	<b>CU=CT/UP</b>	8,14
Unidades Producidas	<b>UP=</b>	19.500,00	Unidades	M. de Utilidad	<b>MU= CU*%M</b>	2.04
Margen de Utilidad	<b>%M =</b>	25%		Precio de Venta	<b>Pvu= CU+MU</b>	10,18
				<b>Ingresos Totales</b>	<b>VT=UP*PV</b>	<b>198.510,00</b>

**PRESUPUESTO DE INGRSO POR VENTAS DE CHALES AÑO 1 al 25 %  
DE LOS COSTOS TOTALES**

Costos Fijos:	<b>CF=</b>	12.052,12	dólares	Costo Total:	<b>CT=CF+CV</b>	63.534,38
Costos variables:	<b>CV=</b>	51.482,26	dólares	Costo Unitario:	<b>CU=CT/UP</b>	3.26
Unidades Produ.	<b>UP=</b>	19.500,00	Unidades	M. de Utilidad	<b>MU=</b>	0.82
					<b>CU*%M</b>	
Margen de Utilidad	<b>%M</b>	25%		Precio de Venta	<b>Pvu= CU+MU</b>	4.08
	<b>=</b>			<b>Ingresos Totales</b>	<b>VT=UP*PV</b>	<b>79.560,00</b>

**PRESUPUESTO DE INGRESO POR VENTAS DE BUFANDAS AÑO 1 AL  
12,50 % DE LOS COSTOS TOTALES**

Costos Fijos:	<b>CF=</b>	6.026,06	dólares	Costo Total:	<b>CT= CF+CV</b>	31.767.16
		25.741,1				
Costos variables:	<b>CV=</b>	0	dólares	Costo Unitario:	<b>CU=CT/UP</b>	1.63
		19.500,0	Unidade		<b>MU=</b>	
Unidades Producidas	<b>UP=</b>	0	s	M. de Utilidad	<b>CU*%M</b>	0.41
	<b>%M</b>				<b>Pvu=</b>	
Margen de Utilidad	<b>=</b>	25%		Precio de Venta	<b>CU+MU</b>	2.04
				<b>Ingresos Totales</b>	<b>VT=UP*PV</b>	<b>39.780,00</b>

**PRESUPUESTOS DE SUÉTERES, CHALES, Y BUFANDAS**

<b>Costos Fijos:</b>	<b>CF=</b>	48.208,47	dólares	Costo Total:	<b>CT= CF+CV</b>	254.137.23
<b>Costos variables:</b>	<b>CV=</b>	205.928,76	dólares	Costo Unitario:	<b>CU=CT/UP</b>	13,04
<b>Unidades Producidas</b>	<b>UP=</b>	19.500,00	Unidades	M. de Utilidad	<b>MU= CU*%M</b>	3.26
<b>Margen de Utilidad</b>	<b>%M =</b>	25%		Precio de Venta	<b>Pvu= CU+MU</b>	16,30
				<b>Ingresos Totales</b>	<b>VT= UP*PV</b>	<b>317.850,00</b>

**AÑO 1:**

**MATEMATICAMENTE**

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

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{48.208,47}{317.850 - 205.928,76} * 100 = \mathbf{43.14\%}$$

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

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{48.208,47}{1 - \frac{205.928,76}{317.850,00}} = \mathbf{137.050,69 \text{ dólares}}$$

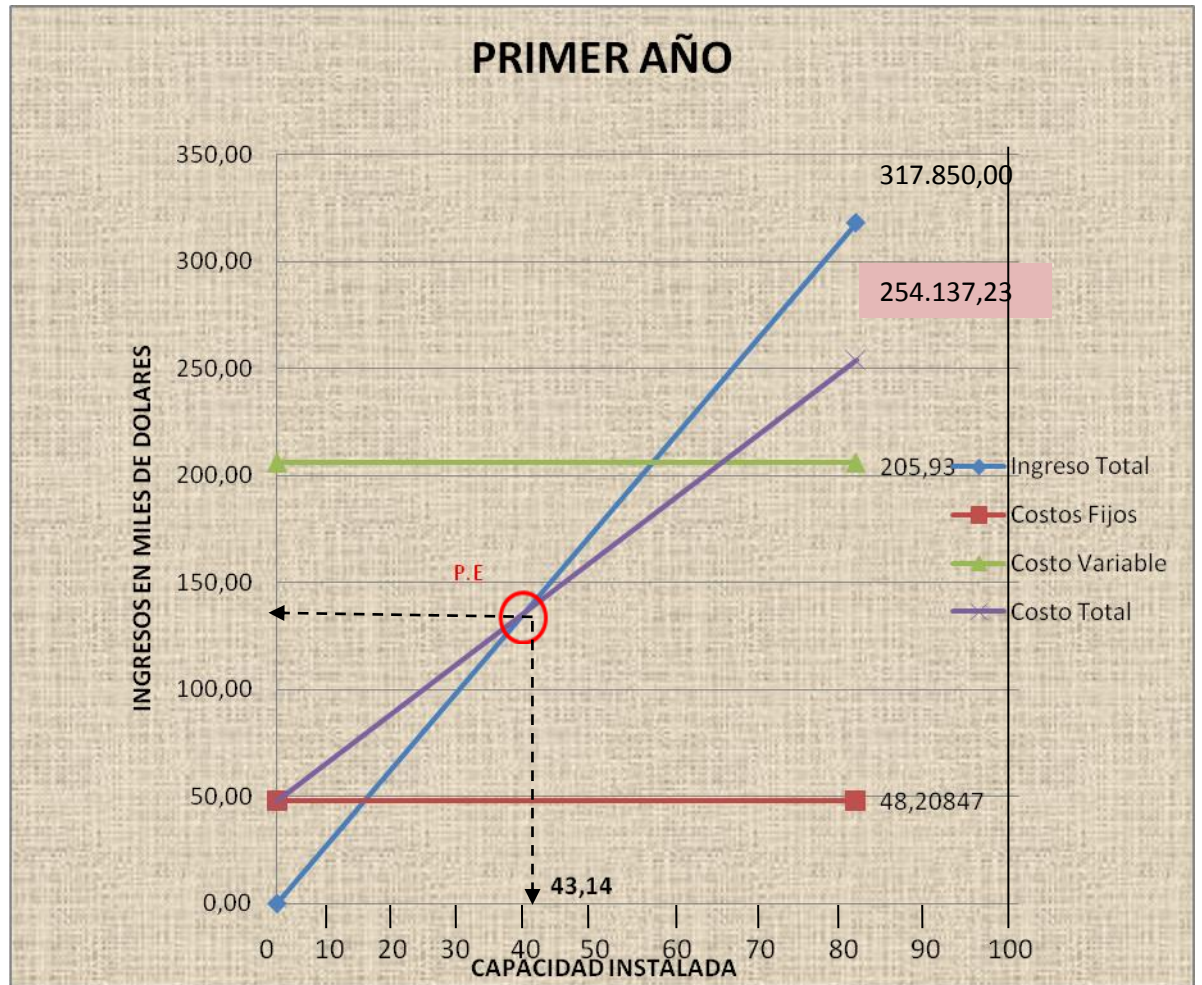
**\* PE en función de las Unidades Producidas**

$$Cvu = \frac{CV}{UP} = \frac{205.928,7}{19.500} = \mathbf{10.56 \text{ Dólares}}$$

$$PE = \frac{CF}{Pvu - Cvu} = \frac{48.208,47}{16.3 - 10.56} = \mathbf{8.398.69 \text{ unidades}}$$

## GRÁFICO AÑO 1

\* PE en función de la Capacidad Instalada y las Ventas



### Análisis:

- El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 43.14%, y tiene unas ventas de 137.050,69 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.



- Cuando la empresa trabaja con menos del 43.14% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a 137.050,69 dólares, la empresa comienza a perder.
- Cuando la empresa trabaja más del 43.14% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a 137.050,69 dólares, la empresa comenzará a ganar.

### AÑO 3

Costos Fijos:	CF=	49.625,18	Dólar.	Costo Total:	CT= CF+CV	263.034,09
Costos variables:	CV=	213.408,91	Dólar.	Costo Unitario:	CU=CT/UP	11,93
Unidades Producid.	UP=	22.100	Unidad.	M. de Utilidad	MU=CU*%M	4,37
Margen de Utilidad	%M =	35%		Precio de Venta	Pvu= CU+MU	16,30
				<b>Ingresos Totales</b>	<b>VT=UP*PV</b>	<b>360.230,00</b>

### MATEMÁTICAMENTE:

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

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{49.625,18}{360.230,00 - 213.408,91} * 100 = 33,80\%$$

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

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{49.625,18}{1 - \frac{213.408,91}{360.230,00}} = 121.749,71 \text{ dólares}$$

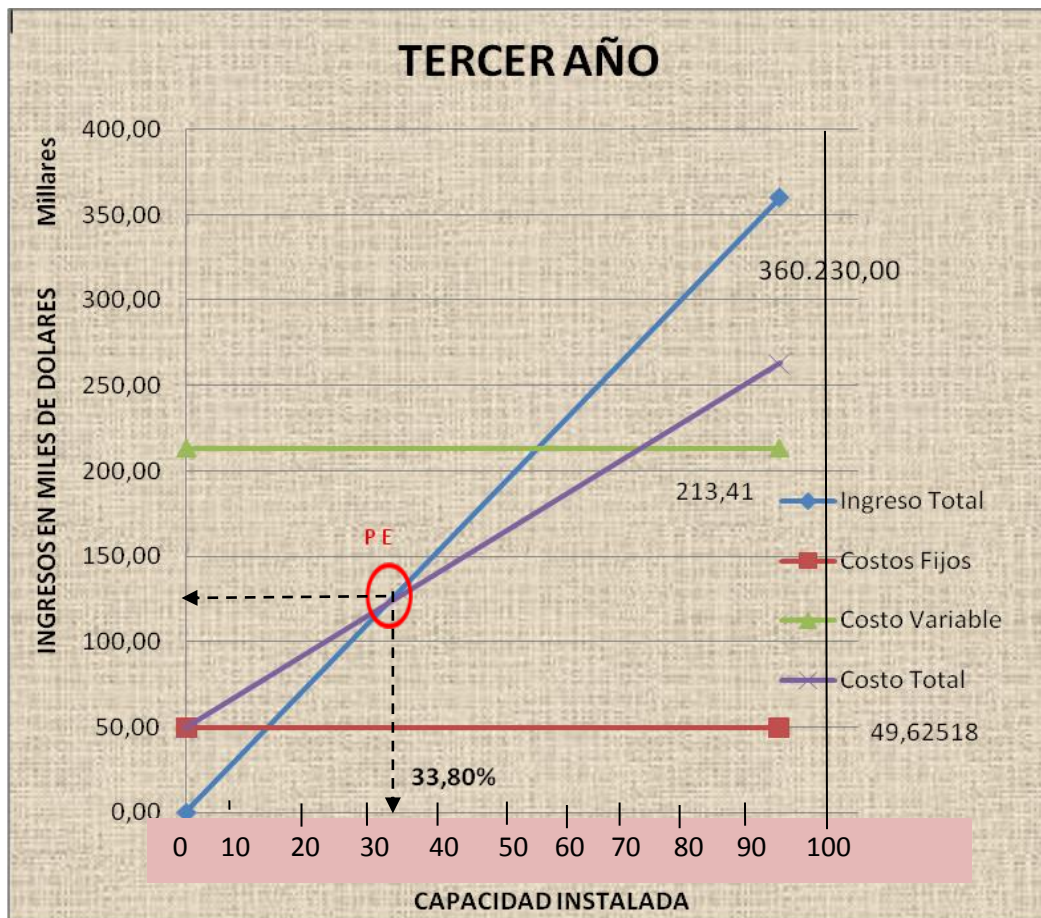
#### \* PE en función de las Unidades Producidas

$$Cvu = \frac{CV}{UP} = \frac{213.408,91}{22.100,00} = 9,67 \text{ dólares}$$

$$PE = \frac{CF}{Pvu - Cvu} = \frac{49.625,18}{16.30 - 9.67} = 7.484,94 \text{ unidades}$$

### GRÁFICO AÑO 3

\* PE en función de la Capacidad Instalada y las Ventas



#### Análisis:

- El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 33,80%, y tiene unas ventas de 121.749,71 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.

- Cuando la empresa trabaja con menos del 33,80% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a 121.749,71 dólares, la empresa comienza a perder.
- Cuando la empresa trabaja más del 33,80% de su capacidad instalada, o cuando sus ventas son mayores a 121.749,71 dólares, la empresa comenzará a ganar.

### AÑO 5

<b>Costos Fijos:</b>	CF= 51.214,32 dólares	Costo Total:	<b>CT= CF+CV 272.375,09</b>
<b>Costos variables:</b>	CV= 221.160,77 dólares	Costo Unitario:	<b>CU=CT/UP 11,33</b>
<b>Unidades Producidas</b>	UP= 24.700 unidades	M. de Utilidad	<b>MU= CU*%M 4,97</b>
<b>Margen de Utilidad</b>	%M = 45%	Precio de Venta	<b>Pvu= CU+MU 16.30</b>
		Ingresos Totales	<b>VT=UP*PV 402.610,00</b>

### MATEMÁTICAMENTE:

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

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{51.214,32}{402.610,00 - 221.160,77} * 100 = \mathbf{28,23\%}$$

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

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{51.214,32}{1 - \frac{221.160,77}{402.610,00}} = \mathbf{113.632,84 \text{ Dólares}}$$

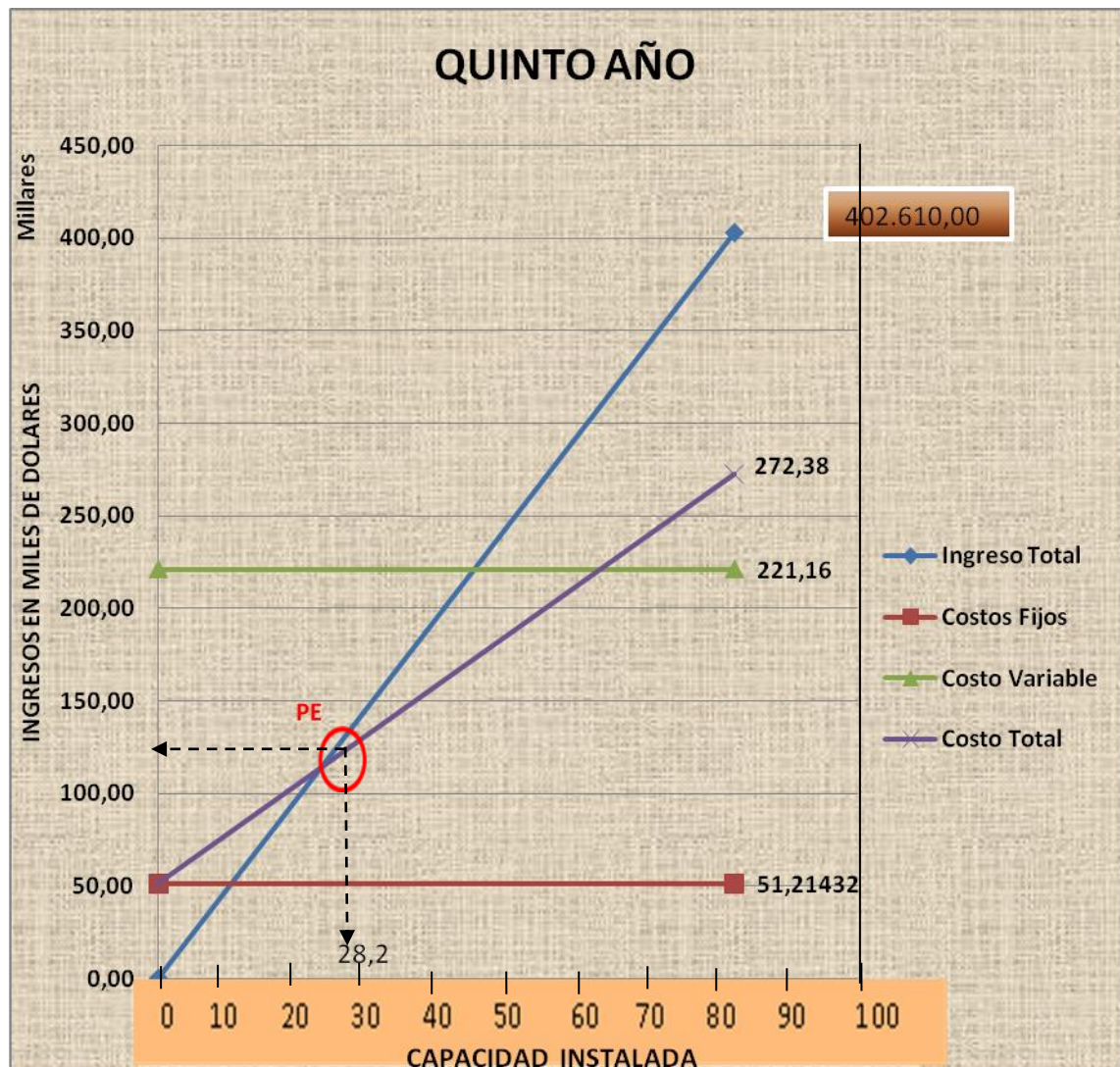
#### \* PE en función de las Unidades Producidas

$$CVu = \frac{CV}{UP} = \frac{221.160,77}{24.700} = 8,95 \text{ dólares}$$

$$PE = \frac{CF}{Pvu - Cvu} = \frac{51.214,32}{16,30 - 8,95} = 7.350,00 \text{ Unidades}$$

### GRÁFICO AÑO 5

\* PE en función de la Capacidad Instalada y las Ventas



### **Análisis:**

- ❖ El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 28,23%, y tiene unas ventas de 113.632,84 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.
- ❖ Cuando la empresa trabaja con menos del 28.23% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a 113.632,84 dólares, la empresa comienza a perder.
- ❖ Cuando la empresa trabaja más del 28,23% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a 113.632,84 dólares, la empresa comenzará a ganar.

### **❖ ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.**

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

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

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos indica 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 el desempeño de la empresa y pronosticar el futuro.

## INGRESOS:

Los Ingresos están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

## EGRESOS:

Los egresos, están conformados por, la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

**Cuadro N° 71**

### ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas	317.671,9 2	333.704,6 8	351.152,27	370.602,02	390.639,27
( - ) Costo Total	254.137,2 3	256.664,1 1	260.046,97	264.736,88	269.887,97
( = ) Utilidad Bruta Ven.	63.534,69	77.040,57	91.105,30	105.865,14	120.751,30
( - ) 15% Utilidad de Trabajadores	9.30,20	11.556,09	13.665,80	15.879,77	18.112,70
( = ) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	54.004,49	65.484,49	77.439,51	89.985,37	102638,61
( - ) 25% Impuesto a la Renta	13.501,12	16.371,12	19.359,88	22.496,34	25.659,65
( = ) Utilidad Liquida ejercicio	40.503,38	49.113,37	58.079,63	67.489,03	76.978,96
( - ) 10% reserva Legal	4.050,31	4.911,37	5.807,96	6.748,90	7.697,90
<b>( = ) Utilidad Neta</b>	<b>36.453,04</b>	<b>44.202,03</b>	<b>52.271,67</b>	<b>60.740,12</b>	<b>69.281,06</b>

Fuente: Cuadro N° 59 y 60

Elaboración: La Autora

## ❖ FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja.

“En el campo financiero el flujo de caja permite calcular los indicadores del valor actual neto y tasa interna de retorno que son los que permiten tomar una decisión a cerca de la inversión a realizar.”<sup>62</sup> El Flujo de Caja se encuentra demostrado en el cuadro N° 65 en el que se comparan los ingresos con los egresos.

**Cuadro N° 72**  
**FLUJO DE CAJA**

<b>AÑOS / DETALLES</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	317.671,92	333.704,68	351.152,27	370.602,02	390.639,27
Valor Residual			<b>363,00</b>		7.024,39
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>317.671,92</b>	<b>333.704,68</b>	<b>351.515,27</b>	<b>370.602,02</b>	<b>397.663,66</b>
<b>EGRESOS</b>					
Costo de Producción	253.432,53	255.959,41	259.342,27	263.911,86	268.562,97
Reinversiones				1.650,00	
<b>-EGRESOS</b>	<b>253.432,53</b>	<b>255.959,41</b>	<b>259.342,27</b>	<b>265.561,86</b>	<b>268.562,97</b>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>64.239,39</b>	<b>77.745,27</b>	<b>92.173,00</b>	<b>105.040,16</b>	<b>129.100,69</b>
(-) 15% Utilidad Trabajadores	9.635,90	11.661,79	13.825,95	15.756,02	19.365,10
<b>UTILIDAD ANT. IMPUESTO</b>	<b>54.603,49</b>	<b>66.083,48</b>	<b>78.347,05</b>	<b>89.284,14</b>	<b>109.735,00</b>
( - ) 25% Impuesto a la renta	13.650,87	16.520,87	19.586,76	22.321,03	27.433,75
<b>UTILIDAD LIQUIDA</b>	<b>40.952,62</b>	<b>49.562,61</b>	<b>58.760,29</b>	<b>66.963,11</b>	<b>82.301,25</b>
Amortización de Diferidos	327,00	327,00	327,00	327,00	327,00
Depreciaciones	377,70	377,70	377,70	366,67	366,67
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>40.247,92</b>	<b>48.857,91</b>	<b>58.055,59</b>	<b>66.269,44</b>	<b>81.607,58</b>
Amortización del Crédito	14.831,47	16.712,47	0	0	0
<b>FUJO NETO DE CAJA</b>	<b>25.416,45</b>	<b>32.145,44</b>	<b>58.055,59</b>	<b>66.269,44</b>	<b>81.607,58</b>
<b>NOTA: COSTOS ORIGINALES MENOS DEPRECIACIONES Y AMORTIZACION ACTIVO DIFERIDO</b>					
<b>Datos: Estado de Pérdidas y Ganancias</b>					
<b>Elaboración: La Autora</b>					

<sup>62</sup> SAPAG CHAIN, Reinaldo y Nassir, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

## ❖ ESTUDIO FINANCIERO

### EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

“El objetivo de este estudio, es analizar con cada una de las variables cuál es el camino correcto para tener mayor rentabilidad y lograr que el proyecto sea factible. “En el cual el inversionista puede evaluar la utilidad de su inversión y saber si es procedente o no la implementación de la futura empresa como recompensa al riesgo de invertir su capital y su visión para los negocios de inversión”.<sup>63</sup>

**Cuadro N° 73**

#### EVALUACION FINANCIERA

<b>AÑOS</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>INGRESO TOTAL</b>	<b>FLUJO NETO</b>
	<b>ORIGINAL</b>	<b>ORIGINAL</b>	
<b>INVERSIÓN</b>	<b>78.859,86</b>		
<b>1</b>	<b>248.244,60</b>	<b>317.671,92</b>	<b>25.416,45</b>
<b>2</b>	<b>250.771,48</b>	<b>333.704,68</b>	<b>32.145,44</b>
<b>3</b>	<b>254.154,34</b>	<b>351.152,27</b>	<b>58.055,59</b>
<b>4</b>	<b>258.723,23</b>	<b>370.602,02</b>	<b>66.269,44</b>
<b>5</b>	<b>263.266,97</b>	<b>390.639,27</b>	<b>81.607,58</b>

<sup>63</sup> SAPAG CHAIN, Reinaldo y Nassir, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS



## ❖ CRITERIOS DE EVALUACIÓN FINANCIERA:

### ➤ VALOR ACTUAL NETO.

**VAN:** es un parámetro que representa el valor Actual Neto (VAN), de los beneficios netos que se espera obtener, cuando se toma la decisión de invertir en una actividad productiva.

La importancia radica en que el proyecto, se considere aceptable o no financieramente. Si se obtiene una cantidad positiva, es aceptable, pero si la cantidad obtenida es negativa, el proyecto debe ser rechazado, es decir los ingresos resultarían insuficientes para recuperar la inversión.

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

- 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

Fórmula para obtener el VAN.

$$\text{VAN} = - \frac{\text{FNC}}{(1 + n)^{-1}}$$

$$\text{FA} = 1 / (1 + i)^n$$

$$\text{FA} = 1 / (1 + 0.12)^5$$

$$\text{FA} = 1/1.12$$

**Cuadro N° 74**  
**VALOR ACTUAL NETO**

<b>PERIODO</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR ACTUALIZACIÓN 12%</b>	<b>VALOR ACTUALIZADO</b>
0	<b>78.859,86</b>		
1	25.416,45	<b>0,892857143</b>	22.693,26
2	32.145,44	<b>0,797193878</b>	25.626,15
3	58.055,59	<b>0,711780248</b>	41.322,82
4	66.269,44	<b>0,635518078</b>	42.115,43
5	81.607,58	<b>0,567426856</b>	46.306,33
<b>Fuente:</b> Cuadro N° 65			<b>178.063,99</b>
<b>Elaboración:</b> La Autora			<b>78.859,86</b>
			<b>99.204,13</b>

$$FA = 1 / (1 + i)^n$$

**FA = FACTOR A.**

**VAN = SUMATORIA VALOR ACTUALIZADO - INVERSIÓN INI.**

$$VAN = 178.063,99 - 78.859,86$$

$$VAN = 99.204,13$$

**Análisis:** De acuerdo al resultado obtenido, se puede concluir que el VAN = 99.204,13, es positivo, y mayor a 1 por lo tanto el proyecto es conveniente financieramente, por lo cual se realiza la inversión.

➤ **TASA INTERNA DE RETORNO.**

Es conocida como criterio de rentabilidad, y es útil para evaluar criterios de inversión. En la actualidad, esta técnica es muy utilizada por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico.

**Cuadro N° 75**  
**TAZA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
		45%	MENOR	46,00%	MAYOR

0			<b>78.859,86</b>		<b>78.859,86</b>
1	25.416,45	0,6896551724	17.528,59	0,684931506	17.290,10
2	32.145,44	0,4756242568	15.289,15	0,469131169	14.875,95
3	58.055,59	0,3280167289	19.043,21	0,321322718	18.276,46
4	66.269,44	0,2262184337	14.991,36	0,220084053	14.192,01
5	81.607,58	0,1560127129	12.731,82	0,150742502	11.888,96
			<b>724,27</b>		<b>829,74</b>

Fuente: Cuadro N° 65

Elaboración: Los Autores

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

$$\text{TIR} = 45 + 1,00 \left( \frac{724,27}{1.554,01} \right)$$

$$\text{TIR} = 45 + 1,00 \left( 0,47 \right)$$

$$\text{TIR} = 45 + 0,47$$

$$\text{TIR} = 45,47\%$$

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.

**Análisis:**

Por tanto, se puede indicar que la TIR del proyecto es de 45,47%, y mayor que la TIR del costo del capital, (crédito), la cual es del 12%. Por lo cual se acepta el proyecto

## **❖ OTROS CRITERIOS DE DECISIÓN**

### **➤ PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original.

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

**Cuadro N° 76**

**PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)**

<b>PERIODO</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>F. ACUMULADO</b>
0			
1	<b>78.859,86</b>	25.416,45	25.416,45
2		32.145,44	57.561,89
3		58.055,59	<b>115.617,48</b>
4		66.269,44	<b>181.886,92</b>
5		<b>81.607,58</b>	<b>263.494,50</b>
Fuente: Cuadro N° 63			
Elaboración: La Autora		<b>263.494,50</b>	

$$PRC = \frac{\text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{SUMA FLUJOS QUE SUPERE LA INVERS.} - \text{INVERSIÓN}}{\text{FLUJO NETO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}}{1}$$

$$PRC = \frac{3 + \frac{115.617,48 - 78.859,86}{81.607,58}}{1}$$

PRC = 3

**PRC = 3,45**

**3 Años**

0,45 \* 12 = 5,40 **5 Meses**

0,40 \* 30 = 12,00 **12 Días**

**Análisis.** Significa que el periodo de la recuperación del capital de la inversión se recupera en **3 años, 5 meses y 12 días.**

➤ **RELACIÓN BENEFICIO / COSTO.**

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, a esto se lo relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirían durante el periodo del proyecto.

**Cuadro N° 77**

**RELACIÓN BENEFICIO COSTO R/ (BC)**

ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
PERIODO	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 12,00%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 12,00%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	253.432,56	0,8928571429	226.279,07	317.671,92	0,8928571429	283.635,64
2	255.959,41	0,7971938776	204.049,27	333.663,34	0,7971938776	265.994,37
3	259.342,27	0,7117802478	184.594,71	351.063,41	0,7117802478	249.880,00
4	263.911,86	0,6355180784	167.720,76	370.631,60	0,6355180784	235.543,08
5	268.562,97	0,5674268557	152.389,84	390.612,56	0,5674268557	221.644,06
			935.033,65			1,256.697,15

Fuente: Cuadro N° 60 y 63

Elaboración: La Autora

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

$$R (B/C) = \frac{1,256.697,15}{935.033,65}$$

$$R (B/C) = 1,34 \quad \text{Dólares}$$

- Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto
- Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente

- Si  $R (B/C)$  es menor a uno no se acepta el proyecto

**Análisis:** En este caso la relación beneficio costo es mayor que uno por tanto es, financieramente aceptado el proyecto, lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá 0,34 centavos de dólar de rentabilidad o ganancia

### ➤ **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

Para establecer el Análisis de Sensibilidad en la empresa productora de suéteres, chales, y bufandas, se toma como parámetros las variables que son, el incremento en los costos y la disminución en los ingresos

#### **a) Análisis de Sensibilidad con El incremento del 19.5% en los costos**

#### **b) Análisis de Sensibilidad con la disminución del 15% en los ingresos.**

Para la toma de decisiones conviene tomar en cuenta las siguientes observaciones:

- ✓ Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- ✓ Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- ✓ Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.
- ✓ Para el proyecto en estudio, los valores a utilizar son. Con el incremento del 19.5%, en los costos y la disminución del 15% en los ingresos, estos valores arrojan un coeficiente de sensibilidad menores a 1, por lo tanto el

proyecto no es sensible a estos cambios, estos valores no afectan al proyecto.

**Cuadro N° 78**

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 19.5% EN LOS COSTOS**

	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL CON EL 19.5%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 31,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 32,00%	VAN MAYOR

0						<b>78.859,86</b>		<b>78.859,86</b>
1	253.432,56	302.851,90	317.671,92	14.820,02	0,7575757576	11227,29	0,751879699	11142,87
2	255.959,41	305.871,49	333.663,34	27.791,84	0,5739210285	15950,32	0,565322081	15711,34
3	259.342,27	309.914,01	351.063,41	41.149,39	0,4347886579	17891,29	0,425054949	17490,75
4	263.911,86	315.374,67	370.631,60	55.256,92	0,3293853469	18200,82	0,319590186	17659,57
5	268.562,97	320.932,74	390.612,56	69.679,81	0,2495343537	17387,51	0,240293373	16743,60

**Fuente:** Cuadros N° 63, y 68

**Elaboración:** La Autora

**1.797,36**

**-111,73**

$NTIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 31 + 1,00 \left( \frac{1.797,36}{1.797,36 + 111,73} \right) = 31,94$			
<b>1. Diferencias TIR</b>	=	<i>Tir Proyecto - Nueva Tir</i>	<b>45,47 - 31,94 = 12,53%</b>
<b>2. Porcentaje de Variación</b>	=	<i>Diferencia. Tir / Tir del Proyecto</i>	<b>13,53 / 45,47 = 29,75%</b>
<b>3. Sensibilidad</b>	=	<i>Porcentaje de Variación / Nueva Tir</i>	<b>27,55 / 32,94 = 0,903</b>



**Análisis:** El análisis de sensibilidad con el incremento del 19.5% en los costos, es el porcentaje máximo que soporta el proyecto, siendo su sensibilidad de, 0.903 por lo tanto el proyecto no es sensible con el incremento de los costos en un 19,5% durante los 5 años de proyección del proyecto. Se puede señalar que estos cambios no afectan a la rentabilidad del proyecto.

**Cuadro N° 79**  
**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 15. % EN LOS INGRESOS**

$IR = Tm + Dt \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor\ VAN\ mayor} \right) = + 1,00 \left( \frac{1.101,83}{1.101,83+763,04} \right) = 31,59\%$									
1	Diferencias =	TIR ORIGINAL	Tir Proyecto -	Nueva Tir	FACT.	45,47	FACT. -	31,59 =	15,73
	TOTAL	15%	TOTAL	FLUJO	ACTUALIZ.	VAN	ACTUALI	VAN	%
2	Porcentaje de variación		Diferencia. Tir / ORIGINAL	Tir del proyecto NETO	31,00%	13,88 MENOR	/	45,47 =	30,52
		2	1	3	3		3		
						<b>78.859,86</b>		<b>78.859,86</b>	
	<b>253.432,56</b>	<b>270.021,3</b>	<b>317.671,92</b>	16.588,57	0,7633588	12.663,03	0,75757576	12567,10	
	<b>255.959,41</b>	<b>283613,84</b>	<b>333.663,34</b>	27.654,43	0,5827166	16.114,70	0,57392103	15871,46	
	<b>259.342,27</b>	<b>298.403,90</b>	<b>351.063,41</b>	39.061,63	0,4448219	17.375,47	0,43478866	16983,55	
	<b>263.911,86</b>	<b>315.036,86</b>	<b>370.631,60</b>	51.125,00	0,3395587	17.359,94	0,32938535	16839,83	
	<b>268.562,97</b>	<b>332.020,68</b>	<b>390.612,56</b>	63.457,71	0,2592051	16.448,56	0,24953435	15834,88	
	Fuente: Cuadros 63,y 68								
	Elaboración: La Autora					<b>1.101,83</b>		<b>-763,04</b>	

**3.Sensibilidad**                      **Porcentaje de variación / Nueva Tir**                      **30,52**                      /                      **31,59**                      =                      **0.966**

**Análisis:**

El análisis de sensibilidad con la disminución del 15% en los ingresos, es el porcentaje máximo que soporta el proyecto. Siendo su sensibilidad del 0.966% que es inferior a 1. Estos cambios no afectan la rentabilidad del proyecto.

## ***h). CONCLUSIONES***

En el desarrollo de la actual investigación se llegó a determinar varias conclusiones, a continuación señalamos las siguientes:

- Para el análisis, se tomaron en cuenta todos los resultados relevantes de las encuestas que se presentaron a las posibles consumidoras. Lo cual indica que la cantidad de personas que utilizan suéteres en la ciudad de Quito, es del 92.73% de la población, debido a que el lugar de ubicación del proyecto es de clima frío. La cantidad de suéteres que compran por año es, trimestralmente cuatro veces en el año, esto es un indicador que respalda al proyecto de ser viable.
- El proyecto es lo suficientemente adecuado para la producción esperada, es decir se cuenta con un lugar que tiene las condiciones necesarias para el funcionamiento de la empresa, así como la maquinaria necesaria, y todo lo que se requiere para la producción de suéteres, chales, y bufandas, la misma que es distribuida por, almacenes SOTIC, maquinarias ENRIQUES, se la puede adecuar con facilidad maximizando el espacio físico, todo esto con la finalidad de que en el futuro nos ayudara si se requiere adquirir maquinaria extra, con la finalidad de producir con calidad, y garantía satisfaciendo las necesidades de los clientes en el menor tiempo posible.
- El estudio de mercado desarrollado en la Parroquia Centro Histórico, de la ciudad de Quito nos determina que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la oferta y demanda. Se ha confirmado que existe una demanda insatisfecha considerable del producto,

por lo cual con la implementación de nuestra empresa, con su capacidad instalada al 100%, cubrirá la demanda en un 95%.

- El estudio de ingeniería determinó que la capacidad de producción diaria es equivalente a 100 suéteres, 100 chalets, y 100 bufandas, que a su vez representa 19.500 unidades de cada producto en el año. El costo de producción directo que se requiere para elaborar nuestro producto, (suéteres, chalets, y bufandas), es de **253.432,56** en el primer año.
- Para llevar a cabo el proyecto, y para su buena administración de las líneas de dirección representadas en el organigrama propuesto en el estudio, es necesario que este sea conocido dentro de la empresa, así como los perfiles de los puestos, esto ayudaría a una excelente administración, y el buen funcionamiento de la empresa. En el caso de la empresa a fundar, su forma jurídica – administrativa más conveniente será conformar una ***COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA***.
- En el estudio financiero, la inversión del proyecto alcanza un monto de \$ **78.589,86**, el mismo que se financiara de la siguiente forma, con un aporte de los socios del 60% del total de la inversión, que corresponde a **47.315,92** dólares, y un préstamo que mantendrá el proyecto con el Banco del Pacífico conformará el 40% que corresponde a **31.543,94** dólares a 2 años plazo al 12% de interés anual, con la finalidad de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de las adecuaciones de la planta.  
*Realizada la evaluación financiera del proyecto se determinó los siguientes resultados:*

- En el análisis económico del proyecto, ha obtenido un VAN positivo de **99.204,13** dólares, lo que indica que el proyecto es conveniente ejecutarlo, en cuanto a las utilidades que se espera obtener durante la vida útil del proyecto son superiores a la inversión original.
- La TIR del proyecto nos da un valor del **45,47%**, resultado que es mayor que el costo de del dinero, lo que nos indica que la empresa tendrá un rendimiento del 33,47% en relación con el capital invertido.
- P.R.I. En este criterio de evaluación, el tiempo que se requerirá para recuperar la inversión original **será de 3 años, 5 meses y 12 días.**
- RB/C. Este indicador nos demuestra que por cada dólar invertido en la empresa existirá una **utilidad de 0,34 centavos de dólar.**
- El Análisis de Sensibilidad de la empresa indica que puede soportar un **19.5% de incremento de los costos**, arrojando una sensibilidad de 0.903%. Y un **15% de disminución en los ingresos**, con una sensibilidad del 0.966%, por lo tanto estos porcentajes no afectan la rentabilidad del proyecto.

## **i). RECOMENDACIONES**

- Al concluir nuestro proyecto de estudio pensamos que es conveniente realizar las siguientes recomendaciones:
- Consideramos que el mercado donde se encuentra el proyecto es competitivo, por lo cual se debe contar con un sistema de gestión de calidad, que en el futuro ayude a certificar los procesos productivos, administrativos y financieros.
- Es recomendable la implementación y puesta en marcha de la empresa por la factibilidad y rentabilidad demostrada en el estudio financiero, favorable a los inversionistas y de cada una de las personas que adquieran el producto.
- Es recomendable que el proyecto se implemente a la brevedad posible para beneficio de todos los involucrados.
- Es indispensable que al iniciar las actividades de la empresa, paralelamente implementar programas de capacitación al personal, sobre seguridad, tecnología, salud etc.
- Con la certeza que tenemos de saber que el proyecto es viable. Se recomienda la búsqueda de nuevos mercados, esto es a nivel local, provincial y nacional.
- Una vez que ya esté instalado el proyecto, se debe tener en cuenta la actualización de costos de acuerdo a la inflación actual.

- En un futuro se recomienda mejorar, la calidad de la materia prima, actualizarse en la tecnología utilizada, para ofrecer productos novedosos y competitivos.
- Es recomendable que al implantar este proyecto, en el área técnica se tomen tiempos del proceso de producción, de esta manera se pueden mejorar los tiempos que toman cada operación para fabricar el producto.
- Con la implementación el proyecto, nos da la oportunidad de contratar mano de obra local, y en cierto modo reducir en alguna forma parte del índice de desempleo existente en la ciudad de Quito.
- En conclusión una vez que la empresa alcance un crecimiento sostenido, es recomendable la sistematización del proceso productivo, con la implementación de nuevas maquinarias que permitan reducir costos de mano de obra, optimizar tiempos y elaborar nuevos productos.
- Finalmente se recomienda implementar un sistema de control, de normas de calidad, ISO 9001-2008, en base a los procesos que admitan un manejo orientado a la eficacia de control de calidad del producto terminado, y por ende a la satisfacción del cliente.

## ***j). BIBLIOGRAFÍA:***

### ***Varios. Internet:***

- EVALUACION DE PROYECTOS, México Tercera Edición Mc.Graw
- KOTLER Philip y ARMSTRONG Gary. Mercadotecnia. 8va. Ed. México: Prentice Hall, 2001
  
- BACA Urbina, Gabriel. Evaluación de proyectos. 3ra. ed. México: Mc.Graw Hill, 1995. p. 360.
- LOAIZA CORTES, Carlos., Práctica de Mercadotecnia., McGraw-Hill., México., 2da. Ed., 1988.
  
- NACIONES UNIDAS., Manual de Proyectos de Desarrollo Económico., México D.F., Diciembre., 1968.
- PLANEACIÓN ESTRATEGICA, Programa de Implementación practica, desarrollo y gestión PYME, Primera Edición.
- SAPAG CHAIN, Reinaldo y Nassir. PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Tercera Edición.
  
- SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG Chain, Reinaldo, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Mc.Graw Hill Interamericana de Chile, Cuarta Edición, Chile 2000, Págs. 439
  
- ROSENBERG J.M., Diccionario de Administración y Finanzas., Edit. Océano., Barcelona-España
  
- MOORE, Franklin., Administración de la Producción., Edit. Diana S.A., México., 1977.
- REVISTA ACADEMICA: ISSN. Contribuciones a la economía. México 1995
  
- BOLTEN, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.



## k). ANEXOS



### FORMATO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SUÉTERES, BUFANDAS Y CHALES, TEJIDOS EN PUNTO FINO Y SU COMERCIALIZACIÓN PARA LAS DAMAS EJECUTIVAS DE LA CIUDAD DE QUITO”**

La presente encuesta es confidencial y se realiza con fines académicos. Por favor seleccione cada una de las respuestas con una X

#### I. IDENTIFICACIÓN

##### GENERAL

1. Barrio	Parroquia Centro Histórico		2. Fecha	día mes año			
3. Edad	18	60	4. Nivel de instrucción	Básica			
				Media		x	
				Superior		x	

#### II. DESARROLLO DEL CUESTIONARIO

##### APLICACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

###### 1. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

Salario básico 318 (.....)

De Usd 318 a 700 (.....)

De Usd 700 en adelante (.....)

Pase pregunta 2

###### 2. ¿En su vestimenta diaria acostumbra Ud., usar suéteres, bufandas y/o chales?

Si (.....) No (.....)

**3. ¿Los suéteres, bufandas y chales que usted usa son?:**

Tejidos (.....)      Tela de punto (.....)      otros (.....)

**4. Los suéteres que usted adquiere, ¿en qué modelos los prefiere?**

Abierto con botone (.....)      Abierto sin botones (.....)

Cuello en V (.....)      Cuello redondo (.....)

Cerrado (.....)

**5. Según su criterio: ¿Por qué prefiere los suéteres, bufandas, y chales Tejidos?**

Calidad (.....)      Precio (.....)      Variedad (.....)

Otras características (.....)

**6. ¿Normalmente, dónde adquiere, sus Suéteres, Bufandas, y Chales?**

Almacén (.....)      Boutique (.....)

Supermercado (.....)      Otro (.....)

7.

**¿Qué opina de la calidad de los suéteres, chales, y bufandas que utiliza?**

Excelente (.....)      Muy Buena (.....)      Buena  
(.....)

Regular (.....)

**8. ¿Conoce si, en este barrio o a sus alrededores, existe una fábrica productora y comercializadora de suéteres, bufandas y/o chales?**

Si (.....)      No (.....)

**9. ¿Estaría usted dispuesta a adquirir, suéter, bufandas, y chales, tejido en punto fino, de mejor calidad y durabilidad que cubra sus expectativas del buen vestir?**

Si (.....)      No (.....)

**10. ¿Si se implantara una empresa nueva que propusiera suéteres, chales, y bufandas, novedosos tejidos en punto fino, además de los ya existentes, ¿compraría nuestro producto?**

Si (.....) No (.....)

**11. ¿Qué cantidad de suéteres, bufandas, y chales, estaría dispuesta a adquirir en forma mensual?:**

Uno (.....) Dos (.....) Tres (.....) cuatro más (.....)

**12. ¿Por qué medios de comunicación conoció sobre nuestros productos?**

Televisión (.....) Radio (.....) Prensa (.....)

Hojas volantes (.....) otros (.....)

**13. ¿Cuánto pagaría Ud. Por un suéter, un chal, o una bufanda, tejido en punto fino?**

Suéteres Usd 20 (.....) Usd. 25 (.....)

Chales Usd 6 (.....) Usd. 7 (.....)

Bufandas Usd 5 (.....) Usd. 5 (.....)

**14. ¿Qué tipo de promoción le gustaría obtener por la compra de los, suéteres, chales, y bufandas tejidos en punto fino?**

-A partir de 12 unidades 5% descuento (.....)

-Por un monto de Usd 300 obsequio prenda adicional (.....)

-Por un monto de compra superior Usd 500 se otorga el descuento 10 (.....)

-Otra promoción (.....)

***Muchas gracias por su colaboración***



## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SEÑORES COMERCIANTES

### “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SUÉTERES, BUFANDAS Y CHALES, TEJIDOS EN PUNTO FINO Y SU COMERCIALIZACIÓN PARA LAS DAMAS EJECUTIVAS DE LA CIUDAD DE QUITO”

La presente encuesta es confidencial y se realiza con fines académicos. Por favor seleccione cada una de las respuestas con una X

#### I. IDENTIFICACIÓN GENERAL

			día	mes	año								
1. Barrio	<table border="1"> <tr> <td>Parroquia Centro</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Histórico</td> <td></td> </tr> </table>		Parroquia Centro		Histórico		2. Fecha	<table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>					
Parroquia Centro													
Histórico													
3. Edad	<table border="1"> <tr> <td>18</td> <td>60</td> </tr> </table>	18	60	4. Nivel de instrucción	Básica	<table border="1"> <tr> <td></td> </tr> </table>							
18	60												
			Media	<table border="1"> <tr> <td>x</td> </tr> </table>	x								
x													
			Superior	<table border="1"> <tr> <td>x</td> </tr> </table>	x								
x													

#### II. DESARROLLO DEL CUESTIONARIO

1. *¿En su establecimiento comercial, usted vende suéteres, bufandas, y chales?*

*Si* (.....) *No* (.....)

*Pase pregunta 2*

2. *¿En su establecimiento, que producto vende más, suéteres chales, o bufandas?*

*Suéteres* (.....) *Chales* (.....) *Bufandas* (.....)

3. *¿Cuál es el precio de los suéteres, chales y bufandas que usted vende?*

*Suéteres* Usd 20 (.....) *Chales* Usd 25 (.....)

*Bufandas* Usd 6 (.....) *Suéteres* Usd 7 (.....)

*Bufandas*                      *Usd 5*    *(.....)*                      *Usd 5*    *(.....)*

**4. *Qué cantidad de suéteres, bufandas, y chales vende usted en su establecimiento mensualmente***

*50 a 100*    *(.....)*                      *100 a 150*    *(.....)*                      *150 a 200*  
*(.....)*

*200 a 250*    *(.....)*                      *250 O más*    *(.....)*

**5. *¿Con que frecuencia usted adquiere el producto, que ofrecen los proveedores?***

*Quincenal*    *(.....)*                      *Mensual*    *(.....)*                      *Trimestral*  
*(.....)*

**6. *¿De los suéteres que Ud. vende, qué modelos son los más comerciales?***

*Abierto con botone*    *(.....)*                      *Abierto sin botones*    *(.....)*

*Cuello en V*                      *(.....)*                      *Cuello redondo*                      *(.....)*

*Cerrado*                      *(.....)*

**7. *¿Estaría dispuesto a adquirir un nuevo producto que consiste: Suéteres, bufandas, y chales, tejidos en punto fino, para ofrecerlo a sus clientes?***

*Si*    *(.....)*                      *No*    *(.....)*

***Muchas gracias por su colaboración***

## **INDICE:**

CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACION.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
<b> ). TITULO.....</b>	<b> 1</b>
<b> b) RESUMEN .....</b>	<b> 2</b>
<b>     ABSTRACT.....</b>	<b> 5</b>
<b> c) INTRODUCCION.....</b>	<b> 7</b>
<b> d) REVISION DE LITERATURA.....</b>	<b> 11</b>
<b> e) MATERIALES Y METODOS.....</b>	<b> 58</b>
<b> f) RESULTADOS.....</b>	<b> 67</b>
<b> g) DISCUSIÓN.....</b>	<b> 86</b>
<b> h) CONCLUSIONES.....</b>	<b> 206</b>
<b> i) RECOMENDACIONES.....</b>	<b> 209</b>
<b> J) BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b> 211</b>
<b> K) ANEXOS.....</b>	<b> 212</b>
<b>     INDICE.....</b>	<b> 217</b>