



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOMPAS ELABORADAS CON LANA DE ORLÓN, EN EL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA”

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

AUTORA:

Janeth Odalia Carrión Valarezo

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Com. Carlos Roberto Carpio MAE.

LOJA-ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

Ing. Com.

Carlos Roberto Carpio Ayala MAE.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Haber dirigido el presente trabajo de investigación denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOMPAS ELABORADAS CON LANA DE ORLÓN, EN EL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA”**. El mismo que ha sido presentado por la egresada **Janeth Odalia Carrión Valarezo**, de la Carrera de Administración de Empresas de Modalidad de Estudios a Distancia, investigación que cumple con los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Diciembre del 2016


Ing. Com. Carlos Roberto Carpio MAE

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Janeth Odalia Carrión Valarezo**, declaro ser autora del presente trabajo investigativo y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autora: Janeth Odalia Carrión Valarezo

Firma:



Cédula: 110367748-8

Fecha: Loja, 12 de Diciembre de 2016

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo quiero dedicar primeramente a mis padres y hermanos por el apoyo y su esfuerzo a lo largo de mi vida, por sus consejos y por estar a mi lado pese todas las adversidades.

A mi hija, por ser el motor que impulsa mi vida, con su paciencia, amor y ternura me motiva, me da la fuerza para seguir adelante.

A toda mi familia, por el apoyo incondicional, paciencia y cariño demostrado en todo momento de mi vida.

Janeth Carrión

AGRADECIMIENTO

Luego de haber culminado el presente trabajo investigativo, me es grato expresar mis sinceros agradecimientos a la Universidad Nacional de Loja, la misma que a través de sus docentes proporcionaron las bases académicas necesarias para pulir de la mejor manera un excelente perfil profesional.

De manera especial a mi coordinador y docentes de la Carrera de Administración de Empresas, por la oportunidad que me han brindado para culminar mis estudios universitarios.

Finalmente, quiero agradecer de manera muy especial al Director de Tesis, **Ing. Com. Carlos Roberto Carpio MAE**, quien supo guiar de manera clara, eficiente y oportuna el correcto desarrollo del presente trabajo investigativo.

Janeth Carrión

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOMPAS ELABORADAS CON LANA DE ORLÓN, EN EL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA”

b. RESUMEN

La presente investigación cuyo título es: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOMPAS ELABORADAS CON LANA DE ORLÓN, EN EL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA”, ha sido seleccionado debido a que la labor artesanal en el Ecuador ha provocado grandes perspectivas en los pequeños inversores, lo cual ha permitido que en estos negocios encuentren un sustento económico que les ha permitido subsistir; además esta actividad ha contribuido a crear nuevas fuentes de trabajo, lo cual ha ayudado al desarrollo económico y social del cantón y Provincia de Loja.

El objetivo general del presente trabajo investigativo es: Realizar un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de chompas elaboradas con lana de orlón en el cantón Loja, provincia de Loja, por lo cual se considera necesario determinar la factibilidad del presente proyecto, en vista que en la actualidad existen microempresas que utilizan metodologías y técnicas de administración apoyados en vivencias y tradiciones, sin un sustento técnico que les permita planificar adecuadamente un proyecto y este tenga éxito.

En la presente investigación se utilizaron los siguientes métodos: el método inductivo permitió efectuar el levantamiento de la investigación de campo a fin de determinar la información de la oferta y la demanda del

proyecto, el método deductivo se utilizó para determinar las conclusiones y demostrar los hallazgos principales de la investigación, el método analítico sirvió para interpretar los resultados obtenidos en la investigación de campo e inferir dichos resultados al segmento total del mercado, el método estadístico permitió obtener y tabular la información obtenida del estudio de la oferta y la demanda de la aplicación de los instrumentos y el método matemático se utilizó para efectuar las respectivas proyecciones de los resultados, así como el cálculo del punto de equilibrio y la evaluación financiera; además se utilizaron las técnicas como la encuesta, la entrevista y la observación directa; la encuesta se utilizó para los demandantes y ofertantes del producto; la entrevista fue realizada a los oferentes de las chompas en lana de Orlón y a los demandantes del producto, además la observación directa se efectuó a los talleres y almacenes donde confeccionan las chompas en lana de Orlón.

En el estudio de mercado se obtuvo una demanda potencial de 134.458, una demanda real de 126.390; un promedio de consumo per cápita de 2, una demanda esperada anual de 245.196 chompas en lana de Orlón, una oferta de 39.960 y una demanda insatisfecha de 205236; además en la capacidad instalada tenemos una producción anual de 15.360 chompas en lana de Orlón, que permitirá cubrir el 7,48% de la demanda insatisfecha.

El estudio organizacional determino que se debe implementar una compañía de responsabilidad limitada con una razón social de Empresa Productora y Comercializadora de chompas en lana de Orlón, cuyo

domicilio será la ciudad de Loja, Provincia de Loja y el objetivo principal de la empresa será realizar actividades de: producción y comercialización de chompas en lana de Orlón.

En el aspecto financiero, el proyecto alcanza una inversión inicial de 46.600,42 y el financiamiento será: el 53,64% que son USD. 25000, corresponden al crédito del Banco Nacional de Fomento y el 46,35% o USD. 21.600,42, corresponderá al Capital Social; en el presupuesto de costos proyectados tenemos que en el primer año será de USD. 131.815,03 y los ingresos serán de USD. 191.131,80 producto de la venta de las chompas en lana de Orlón y en el estado de pérdidas y ganancias tenemos que en el primer año de operaciones se obtiene como utilidad líquida USD. 35.394,31. Lo que confirma la factibilidad de la empresa.

En la Evaluación Financiera presenta los siguientes resultados: el VAN del proyecto da un valor positivo de 216.565,26, la relación beneficio costo es: 1,45; el periodo de recuperación de capital es de 1 año, 2 meses y 12 días, la TIR es 84,78%; en la sensibilidad tenemos que la empresa soporta un aumento de costos hasta el 22% y una disminución de sus ingresos del 15,20%, estos resultados alcanzan un nivel de rendimiento satisfactorio y de factibilidad del proyecto.

Todos los estudios realizados en el presente análisis determinan que el proyecto puede y debe ejecutarse, por cuanto se ha demostrado que existe una demanda insatisfecha considerable del producto, pudiendo ser aprovechada a objeto de poner en marcha el negocio.

ABSTRACT

This research entitled: "PROJECT FEASIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF A COMPANY PRODUCER AND DISTRIBUTOR OF SWEATERS PROCESSED WITH WOOL ORLÓN, IN LOJA CANTON, PROVINCE OF LOJA" has been selected because the craftsmanship in the Ecuador has caused great prospects for small investors, which has allowed these businesses find economic support that has allowed them to survive; This activity also has helped to create new jobs, which has helped the economic and social development of the canton and province of Loja.

The overall objective of this research work is: Conduct a feasibility project for the implementation of a producer and marketer of sweaters made in wool orlon in the canton Loja province of Loja, a company for which it is considered necessary to determine the feasibility of this project, given that at present there are micro using methodologies and management techniques supported by experiences and traditions, if a technical support that enables them to properly plan a project and its success.

In this research the following methods were used: the inductive method allowed to carry out lifting the field research to determine the information on the supply and demand of the project, the deductive method was used to determine the findings and demonstrate the findings leading research, analytical method was used to interpret the results obtained in the field research and infer these results the total market segment, the statistical method allowed to obtain and tabular information obtained from the study of supply and demand application instruments and mathematical method

was used to make the respective projections of results and calculating breakeven and financial evaluation; plus techniques were used as survey, interview and direct observation; the survey was used for the plaintiffs and product vendors; the interview was conducted bidders of Orlon wool sweaters and direct observation was carried out at all workshops and warehouses where they make and sell wool sweaters Orlon. In the market study of 134.458 potential demand, real demand of 126.390 was obtained; an average of 2 per capita consumption, an annual 245.196 expected demand for wool sweaters Orlon, an offer of 39960 and an unmet demand for 205236; also in the installed capacity we have an annual production of 15.360 Orlon sweaters in wool, which will cover the 7,48 of unmet demand.

The organizational study determined that must implement a limited liability company with a corporate name of producer and marketer of sweaters in wool Orlon, whose head is the city of Loja, Loja Province and the main objective of the company will carry out activities of: production and marketing of sweaters in wool Orlon.

Financially, the project reaches an initial investment of 46.600,42, and funding will be: 53,64% are USD. 25000, correspond to credit the National Development Bank and 46,35% or USD. 21.600,42 designated, the Social Capital; in the budget we projected costs in the first year will be USD. 131,815,03 and income will be USD. 191.131,80 proceeds from the sale of wool sweaters Orlon and the state have profit and loss in the first year of

operations is obtained as utility liquid USD. 33.394,31. confirming the feasibility of the company.

In the Financial Assessment presents the following results: the NPV of the project gives a positive value of 216,565.26, the cost benefit ratio is 1.45; the capital recovery period is 1 year, 2 months and 12 days, the IRR is 84.78%; sensitivity supports the company have increased costs up to 22% and a decrease in income 15,20, these results a satisfactory level of performance and feasibility of the project.

All studies in this analysis determined that the project can and should be implemented, since it has been shown that there is considerable unmet demand for the product, and therefore this information should be disseminated in order to be used by the general public so that they can undertake in this type of business.

c. INTRODUCCIÓN

La ausencia de emprendimientos y el desaprovechamiento de oportunidades de fomento empresarial; es evidente en el Ecuador; sin embargo los gobiernos de turno, el sector productivo y las instituciones de educación superior motivan constantemente a través de programas de emprendimiento, la elaboración y asesoría de proyectos de inversión. Estas son las razones por las que se ha considerado el presente título para la investigación y por lo cual se ha planteado los siguientes objetivos específicos: realizar el estudio de mercado para determinar la demanda potencial, real, efectiva, el análisis de la oferta y la demanda insatisfecha; realizar el estudio técnico para determinar el tamaño, la localización, y la ingeniería del proyecto; realizar el estudio organizacional para determinar la estructura orgánica, empresarial y legal; realizar el estudio financiero para determinar las inversiones, los costos de producción, el financiamiento, los ingresos por ventas, y la elaboración de los estados financieros; y realizar la evaluación financiera, aplicando los indicadores de evaluación tales como: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, periodo de recuperación del capital, y el análisis de sensibilidad. Finalmente como parte de las recomendaciones más relevantes tenemos que los emprendedores deben aprovechar la demanda de chompas en lana de Orlón existente en el cantón Loja, por cuanto el estudio financiero aporta con cifras positivas y los indicadores en la evaluación muestra resultados positivos, lo que confirma la viabilidad de la puesta en marcha del proyecto.

Además es menester realizar una descripción del contenido de la tesis, el mismo que inicia con el TÍTULO, donde se presenta el tema de la investigación; el RESUMEN, en inglés y en español aquí se hace constar los puntos más importantes, que incluye los datos más sobresalientes obtenidas en todas las etapas de investigación; en la INTRODUCCIÓN, se ofrece una visión panorámica de toda la investigación referentes a la contextualización del problema, razones que motivaron la realización del proyecto, objetivos específicos, métodos y el resumen general.

En la estructura se tiene, la REVISIÓN DE LA LITERATURA, que comprende el marco referencial y el marco conceptual; así mismo se enunciaron los MATERIALES Y MÉTODOS, que incluyen los métodos e instrumentos que fueron utilizados en el presente trabajo investigativo; se detalló la población y muestra y distribución muestral.

Posteriormente en los RESULTADOS, se detalló la encuesta aplicada a los demandantes y oferentes con la respectiva tabulación, interpretación, gráficos estadísticos y análisis de cada una de las preguntas planteadas a los demandantes; luego en la DISCUSIÓN, se analizó la demanda potencial, real, efectiva, y la demanda esperada que tiene la empresa, se analizó la oferta y se determinó la demanda insatisfecha. Seguidamente se diseñó el plan de comercialización para la empresa enfocando los resultados de la demanda y de la oferta en relación a las 4 P de mercadeo; que son producto, precio, plaza y promoción.

Además se efectuó los estudios respectivos, técnico, organizacional, financiero, para dar paso a la evaluación financiera, la misma que permitió a través de la aplicación de diferentes criterios de evaluación, determinar la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

Finalmente se plantean las CONCLUSIONES, y RECOMENDACIONES, respectivas, la BIBLIOGRAFÍA y los ANEXOS, que fueron utilizados en el presente trabajo investigativo.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Marco Referencial

Contexto Geográfico

A continuación nos referimos al análisis del factor geográfico de la Provincia de Loja, con respecto a este tema, (Ayala, 2008, pág. 10) en su trabajo investigativo dice.

“La provincia de Loja se encuentra ubicada, al sur del Ecuador, entre las Provincias del Oro y Azuay al Norte; al Sur y al Oeste, con la República del Perú y al Este con la Provincia Oriental de Zamora Chinchipe”

Además la página web (ecuale, 2016), acota citando algunas características de la ciudad de Loja:

La ciudad de Loja como todas las ciudades del Ecuador cuentan con su Catedral, ornamentada con interesantes esculturas; iglesia de San Francisco, San Agustín, Santo Domingo, San Sebastián y Fátima que tienen obras de arte religioso, el teatro Bernardo Valdivieso, muy parecido al teatro Sucre de Quito; la colina de la virgen de Loja, en el que se puede admirar toda la ciudad. En el centro de la ciudad de Loja, la calle Lourdes tiene una gran importancia, ya que ha conservado el estilo colonial y constituye el complejo arquitectónico de la ciudad. Esta calle es el paso obligado para todos los turistas. En donde podrán encontrar varios locales de artesanías de la región.

Contexto Empresarial

En torno al contexto empresarial (Chiriboga, Chehab, & Salgado, 2011, pág. 32), en su libro manifiesta que:

En la construcción de una agenda de desarrollo productivo, además de los recursos con que cuenta una región y las actividades productivas más dinámicas, es necesario identificar una serie de actores e instituciones presentes en el territorio, que se constituyen en los agentes catalizadores, capaces de encausar sus esfuerzos de manera coordinada y sinérgica, para impulsar una articulación productiva de forma integral, armónica e incremental.

Además (Chiriboga, Chehab, & Salgado, 2011, pág. 36). Acota:

En la zona 7, que corresponden a las provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe, se han identificado 22 negocios entre reales y potenciales que han dado su representatividad productiva, económica y social en esta región, así como las interesantes perspectivas de mercado especialmente internacional que presentan, y la disponibilidad de factores y recursos productivos de que se dispone. Los negocios abarcan más de 1000 millones de dólares en facturación incluyendo exportaciones, generando empleo a niveles importantes, donde están inmersas más de 500 personas que involucran desde el sector primario, manufactura y servicios.

De los negocios reales de esta Región, cinco le corresponden a Loja, los cuales están relacionados principalmente con la producción agrícola y el

turismo. La producción y exportación del café, la producción y procesamiento de caña de azúcar, la producción y comercialización de condimentos y hierbas aromáticas y el turismo. (Chiriboga, Chehab, & Salgado, 2011, pág. 36).

De los negocios potenciales, tres le corresponden a Loja por su participación importante a nivel regional. Tienen especial potencial aquellos negocios que se derivan de los negocios actuales pero que pueden desarrollarse a partir de una estrategia de mayor transformación con enfoque de diferenciación y diversificación productiva. Este proceso es posible en los sectores de: producción de cemento, café y producción de aromatizantes, perfumes, aceites esenciales y saborizantes. (Chiriboga, Chehab, & Salgado, 2011, pág. 26).

Sector Manufacturero

Sobre el sector manufacturero en la Provincia de Loja (Chiriboga, Chehab, & Salgado, 2011, pág. 26), en su libro indica:

La producción bruta industrial de manufacturas de Loja, según el dato oficial de la última encuesta de manufactura del año 2007, es de 37 millones de dólares, correspondiente a un consumo interno de 31 millones de dólares y con un total de 6 millones en impuestos pagados, en cuestión de generación de empleo, el sector emplea a 1.014 personas ocupadas y recibe casi 987 mil dólares en inversión. (Chiriboga, Chehab, & Salgado, 2011, pág. 26)

La industria de la Provincia de Loja, aporta con el 25% del total de plazas de trabajo de la Zona 7. La actividad industrial manufacturera es de pequeñas dimensiones, medianamente desarrollada y bastante protegida. Se desarrolló inicialmente al amparo de una política de sustitución de importaciones hacia los años 70 y con la puesta en el descenso de las importaciones, se aplicaron algunas políticas que permitieron aumentar levemente al base industrial de la región; de esta forma, la industria local, se inició en la producción de bienes con escasa base tecnológica y con un limitado uso de mano de obra calificada. (Chiriboga, Chehab, & Salgado, 2011, págs. 26, 27).

Tejidos con lana de Orlón

Con respecto a los tejidos con lana de Orlón (Lucy, 2011)., en su texto hace hincapié con la siguiente información:

En el Ecuador, se elabora tejidos con lana de orlón desde hace muchos años, la misma que es producida y teñida en el país, en este tejido se encuentran plasmados las diferentes expresiones con relación a la naturaleza y las costumbres; estos productos se caracterizan por la buena calidad en el diseño y acabado. Se utiliza como materia prima la elaboración de chumbes (fajas), sayos, cinturones y cintillas. A diferencia de la lana natural o lana virgen, este tipo de material es de fácil manejo y dependiendo del diseño de los símbolos a elaborar en los distintos productos artesanales, se combinan los colores. Los lugares en donde se producen este tipo de artesanías se encuentran en Ambato, Latacunga,

Riobamba, Guano, Pujilí, Saquisilí, Cuenca, Tulcán, Otavalo, Cotacachi, y Azogues.

Producción de la lana de Orlón

Es importante enfatizar en la producción propiamente dicha de la lana de Orlón; en torno a este tópico (Lema, 2005, pág. 59). En su libro manifiesta:

En épocas anteriores se llamó la bonanza de Orlón en Peguche, en vista que se necesitaba bastante Orlón para los tejidos y la materia prima era traída desde Quito, desde la fábrica, allí la materia prima era despachada en camiones, en grandes paquetes; una vez llegada la materia prima, se distribuía en conos de orlón a los indígenas tejedores de los sectores de Peguche, Agato, Quinchuqui, la Compañía, y Carabuela. (Lema, 2005, pág. 60).

Posteriormente se produjo el cambio de telares manuales a telares eléctricos, en donde, se tejía a mano con pura lana de oveja, donde el trabajo de la lana era bastante sencillo, se compraba de igual manera la lana en arrobas y luego se procedía a realizar el trabajo que consistía en seguir los siguientes pasos: (Lema, 2005, pág. 60).

La lavada. La lana era lavada en las piedras del río, utilizando un líquido obtenido de las hojas de los pencos que se llamaba tzawar, con esto se golpeaba en las piedras hasta que la lana quede limpia en forma natural y se procedía al secado inmediato. (Lema, 2005, pág. 60).

Escarmuada. Cuando la lana está completamente seca, de una suave blancura, se la amontona, y se quitan con las manos las espinillas del trébol que vienen pegadas en la lana. (Lema, 2005, pág. 60).

Cardada. Es cuando la lana depurada se la pasa, por la carda, que es un instrumento hecho con los cardos de la planta o clavos. (Lema, 2005, pág. 60).

Hilada. Este trabajo se lo realiza en el huso de mano o en un torno de madera; que girando el huso o el torno de madera con la mano se la va torciendo la lana en hilos gruesos o delgados. (Lema, 2005, pág. 60).

Tintura. Con la planta de campo se puede obtener una variedad de colores, que se quiera dar a la lana, para ello se utiliza las plantas como la chilca, la mora, el zapallo, el capulí, el romerillo, el penco y el tocte para dar colores firmes. Esto se lo pone a hervir en agua en una paila y se introduce la lana, luego el líquido de las hojas y con el tocte tierno bien machucado se lo deja hervir en la paila, hasta que se asienten los colores. Actualmente se utiliza la anilina, una materia de polvo elaborado para tinturar la lana. (Lema, 2005, pág. 60).

Lana de Orlón sintético

Así mismo con respecto a la Lana de Orlón sintético (Lema, 2005, pág. 60). Puntualiza:

Existe la lana de orlón sintético que viene en distintos colores, en presentación en conos de distintos colores; en lo que se refiere al telar,

está compuesto de las siguientes piezas: el marco, el peine, los pedales, el enrollador de urdimbre y el enrollador de tejido y la batidora.

En la urdida se escoge los colores para combinar según la clase de los tejidos que se quiera hacer y luego se envuelve los hilos en una canilla observando el contraste de los colores. La bufanda, el chal, los ponchos requieren combinaciones distintas, se debe atender al uso que se irá a dar al tejido, así mismo al gusto de las personas que usarán la nueva prenda. Luego de esta selección de colores viene la fase de la urdida. Se asientan los conos de hilo fijando en la combinación hecha en el carrizo, en número de cuatro o cinco, según la clase de urdida y tejido que corresponda, con esto se introduce con la mano por unos tornillos de espacios redondos, de aquí pasa al urdidor, que es una madera cuadrada que mide 1,50 de alto por dos metros de ancho. (Lema, 2005, pág. 62).

Finalmente los hilos introducidos por las mallas del marco y las agujas del peine se juntan en el interior del telar y se amarran con un cordón atando en enrollador delantero. (Lema, 2005, pág. 62).

Marco Conceptual

Proyecto

En el marco conceptual y específicamente sobre el concepto de proyecto (Ramirez & Cajigas R, 2004, pág. 42). Manifiesta que:

Un proyecto de inversión es toda iniciativa emprendedora, en una empresa nueva integralmente vista, o en un frente específico de una organización en operación, la cual exige aplicar factores de producción, para obtener beneficios tangibles o intangibles, traducidos en bienes materiales, aportantes de riqueza o bienes sociales que mejoran el capital humano o el sistema de vida en general.

La Formulación del proyecto

Así mismo con respecto a la formulación del proyecto, (Miranda, 2005, pág. 9). Aporta con lo siguiente:

La etapa de formulación del proyecto permite clarificar los objetivos del proyecto y analizar en detalle las partes que lo componen. Dependiendo de los niveles de profundización de los diferentes aspectos se suelen denominar, los estudios como: “identificación de la idea”, “perfil preliminar”, “estudio de pre factibilidad”, “estudio de factibilidad” y “diseño definitivo”; en cada uno de los cuales se examina, la viabilidad técnica, económica y financiera, institucional, ambiental y la conveniencia social de la propuesta de inversión.

Tipos de Proyectos de Inversión

Sobre los tipos de proyecto, (Miranda, 2005, pág. 18), indica lo siguiente:

Dada las características de los productos que elaboran o los servicios que prestan, o de los beneficios que aportan, los proyectos de inversión se pueden clasificar de la siguiente manera: (Miranda, 2005, pág. 18).

- A. Proyectos de interés social: son aquellos destinados principalmente a satisfacer necesidades de una comunidad mediante el aprovechamiento de los servicios ofrecidos. (Miranda, 2005, pág. 18).
- B. Proyectos productivos: estos proyectos tienen como fin instalar y operar una capacidad transformadora de insumos con el fin de producir bienes con destino a atender necesidades de consumo. (Miranda, 2005, pág. 18).
- C. Proyectos de infraestructura: tienen como propósito fundamental crear condiciones, facilitadoras, inductoras, impulsoras o coadyuvantes para el desarrollo económico. El producto que entrega el proyecto sirve de instrumento para que las comunidades y agentes económicos desencadenen actividades productivas que mejoren sus ingresos y condiciones de vida, y propicien efectos económicos positivos hacia otros grupos sociales. (Miranda, 2005, pág. 18).
- D. Proyectos programas: aquellos orientados a producir o fortalecer una capacidad generadora de beneficios a través de otros proyectos. (Miranda, 2005, pág. 18).

E. Estudios Básicos: No suelen generar productos directamente aprovechables pero si permiten identificar nuevas opciones de inversión y de aplicación tecnológica en beneficio de las comunidades. (Miranda, 2005, pág. 18).

Empresa

Sobre la conceptualización de la empresa (Keat & Young, 2004), en su texto indica que:

La teoría tradicional (neoclásica) de la economía definió a la empresa como un conjunto de recursos que se transforman en productos demandados por los consumidores. Los costos que una empresa produce, están regidos por la tecnología disponible, y la cantidad que produce y los precios a los cuales vende, están influidos por la estructura de los mercados en las que opera.

Estudio de Pre factibilidad

Sobre los estudios de pre factibilidad algunos autores puntualizan la siguiente información:

“El estudio de pre factibilidad es la segunda fase en el proceso de selección de proyectos basados en las prioridades establecidas en la parte anterior, y consiste en un análisis más detallado de los proyectos de inversión detectados” (Errosa, 2006, pág. 21).

“Este nivel de estudio está destinado a analizar diferentes alternativas; esa es su principal diferencia con el estudio de factibilidad” (Soto, 2003, pág. 154).

Estudio de Factibilidad

“Un estudio de factibilidad cubrirá tanto las características técnicas como las económicas de un proyecto para poder tomar una decisión positiva. La evaluación técnica debe relacionarse estrechamente con la económica y la decisión final es una combinación razonable de ambos factores.” (Errosa, 2006, pág. 22).

Del estudio de factibilidad se puede esperar, o abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable, conveniente y oportuno; o mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que surgirán de los analistas representantes de las alternas fuentes de financiamiento, o de funcionarios estatales de planeación en los diferentes niveles. En consecuencia, los objetivos de cualquier estudio de factibilidad se pueden resumir en los siguientes términos. (Miranda, 2005, pág. 14)

- a) Verificación de la existencia de un mercado potencial o de una demanda no satisfecha. (Miranda, 2005, pág. 14)
- b) Demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros. (Miranda, 2005, pág. 14).

“El objeto de un estudio de factibilidad consiste en organizar y presentar los antecedentes y la información económica y técnica necesarios para sustentar el proyecto” (Soto, 2003, pág. 171).

Estudio de Mercado

En torno al estudio de mercado, (Ramirez & Cajigas R, 2004, págs. 120, 121), indica lo siguiente:

La investigación de mercados es un sistema de recolección, organización y análisis de datos sobre hechos del mercado, que reduce la brecha de información entre los emprendedores empresariales y los consumidores, a efecto de permitir a los emprendedores configurar la mezcla de mercado optima en distintas coyunturas para suministrar mejores productos o servicios al comprador consumidor quién pagará por ello con satisfacción.

“El estudio de mercado se enfoca a los siguientes aspectos:

- Determinar el volumen de ventas y precios.
- Especificar el bien o servicio.
- Problemas de comercialización. (Errosa, 2006, pág. 27).

Demanda

“La demanda por un bien o servicio se define como, las cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a comprar a distintos precios dentro de un periodo, al mantenerse constantes otros factores distintos al precio”. (Keat & Young, 2004, pág. 79).

Sobre la demanda (Miranda, 2005, pág. 95), indica que:

La demanda es una relación de casualidad, que liga al precio de un bien con su cantidad demandada, y también con otras variables, que afectan su comportamiento, tales como; el nivel de ingreso y los hábitos de consumo de los potenciales usuarios, el precio de otros bienes sustitutos, etc.

Oferta

La oferta de un bien o servicio se define como, las cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a vender a distintos precios dentro de un cierto periodo al mantenerse constantes otros factores distintos al precio. La oferta está basada en un periodo en el que el precio y los otros factores pueden aumentar la cantidad ofrecida. Recuerde que la ley de la demanda establece que la cantidad demanda está relacionada de forma inversa con el precio, al mantenerse otros factores constantes. Por otro lado, la ley de la oferta establece que la cantidad ofrecida se relaciona de forma directa con el precio, al

mantenerse constantes otros factores. (Keat & Young, 2004, págs. 83, 84).

“La oferta es una variable que depende de otras tales como, los costos y disponibilidad de los insumos, las restricciones determinadas por el gobierno, los desarrollos tecnológicos, las alteraciones del clima (especialmente en la oferta agrícola y agroindustrial), los precios de los bienes sustitutos y complementarios, la capacidad instalada de la competencia. etc.) (Miranda, 2005, pág. 101).

Producto

Un producto es cualquier cosa que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que además puede satisfacer un deseo o una necesidad. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas” (Ramirez & Cajigas R, 2004, pág. 122).

Precio

El precio de venta de un producto es determinado por los siguientes factores: la elasticidad, precio de la demanda; el concepto general de mercadotecnia de la empresa y su comportamiento en el mercado; la estructura de mercado en cuanto a la oferta y al número de consumidores; fijación de precios oficiales; tipo de naturaleza del mercado y del sistema de distribución y la estructura de los costos de operación del proyecto. (Errosa, 2006, pág. 68).

El estudio de precios tiene que ver con las distintas modalidades que toma el pago de los bienes o servicios, sea a través de precios, tarifas o subsidios. El precio suele aparecer con algunas restricciones, como resultante del juego entre la oferta y la demanda; de ahí la importancia de medir la conducta de estas ante alteraciones en el comportamiento del nivel de los precios. Dependiendo de la clase de producto o servicio y teniendo en cuenta la estructura de mercado se puede identificar algunas modalidades empleadas para la fijación de los precios: (Miranda, 2005, págs. 103, 104).

- 1) Los precios determinados por la estructura de costos de la empresa.
- 2) Los precios fijados por el mercado.
- 3) Fijación de precios con base en la competencia.
- 4) Los precios políticos.
- 5) Los precios vigentes en el mercado internacional.
- 6) Los precios o tarifas en proyectos de servicios públicos. (Miranda, 2005, págs. 103, 104).

Comercialización

“El estudio de la comercialización señala las formas específicas de procesos intermedios que han sido previstos para que el producto o servicio llegue al usuario final”. (Miranda, 2005, pág. 105).

El canal de comercialización o de distribución, está determinado por el camino que recorre un bien o servicio desde el productor hasta el consumidor; esto supone de hecho, vinculaciones que se pactan entre la

empresa que produce el bien o atiende el servicio y los intermediarios que garantizan la relación con los usuarios finales. (Miranda, 2005, pág. 105).

Estudio Técnico

“El estudio técnico constituye el núcleo ya que todos los demás estudios derivados dependen de él, y en cualquier fase del proyecto es importante, saber si técnicamente es factible y en qué forma se pondrá en funcionamiento”. (Errosa, 2006, pág. 98).

El estudio técnico abarca la descripción del proyecto como:

- Las investigaciones técnicas y preliminares y los problemas especiales de ingeniería que plantea el proyecto.
- Selección de procesos de elaboración.
- Especificación de los equipos y estructuras y la justificación del grado de mecanización adoptado.
- La cantidad y calidad de insumos requeridos.
- Los problemas técnicos y diagramas de circulación relativos al montaje y realización del proyecto.
- La determinación de la capacidad de producir a instalar
- Determinación de la nueva unidad productora. (Errosa, 2006, pág. 27 y 28).

Tamaño

“El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del producto”.
(Miranda, 2005, pág. 119).

Factores condicionantes del tamaño del proyecto

Al definir la magnitud del proyecto es preciso adelantar algunas consideraciones en torno a: la dimensión del mercado, a la capacidad financiera de los promotores del proyecto, a la disponibilidad de insumos, a la existencia y eficiente suministro de servicios, a la situación del transporte, a aspectos de tipo institucional (legislación política y económica, a planes de desarrollo, programas sectoriales, regionales o locales), a la capacidad de gestión, a la localización del proyecto, etc).
(Miranda, 2005, pág. 120).

Localización del Proyecto

Con respecto a la localización del proyecto (Pasarge, 2006, pág. 96).

Manifiesta que:

La localización a su vez depende, de los costos de transporte de insumos y productos, de razones de geografía física, de la facilidad de acceso físico al mercado, de la disponibilidad y precio relativo de los insumos, de las economías externas, de la ubicación y reparto del mercado y también de factores institucionales. (Pasarge, 2006, pág. 96).

Así mismo (Ramirez & Cajigas R, 2004, pág. 163). En torno a la localización del proyecto:

La decisión de ubicación obedece a evaluar criterios relacionados con integrarse en la zona o área donde se localizan los competidores directos, indirectos y las empresas conexas tales como los proveedores o compradores. También influye en la decisión la disponibilidad de trabajadores y empleados con la calificación necesaria para sustentar la administración, producción y ventas del negocio.

Capacidad Instalada

Desde un principio es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto que permita dimensionarlo y compararlo con otros similares. La forma más utilizada es establecer la cantidad de producción o de prestación del servicio por unidad del tiempo; si se trata; por ejemplo, de una fábrica de telas sería, entonces, el número de metros producidos en un mes o un año; si de un hospital, el número de camas disponibles; de un matadero, el número de sacrificios al día; de un banco, la magnitud de las transacciones diarias; de un supermercado, el nivel de ventas al día, etc. Existen, además algunas medidas que permiten complementar la apreciación del tamaño del proyecto, pueden ser entre otras: el monto de la inversión asignada al proyecto, el número de puestos de trabajo creados, el área física ocupada, la participación en el mercado o los niveles de ventas alcanzados, entre otras. . (Miranda, 2005, pág. 119).

Distribución de la Planta

Para determinar la distribución del interior de una fábrica existente o en proyecto, es necesario diseñar un plano para colocar las máquinas y demás equipos de manera que permita a los materiales avanzar con mayor facilidad, al costo más bajo y con el mínimo de manipulación, desde que se reciben las materias primas, hasta que se despachan los productos terminados. (Errosa, 2006, pág. 99).

Principios a Considerar en un Estudio de Distribución:

- Principio de integración de conjunto

Materia prima

Mano de obra

Maquinaria

- Principio de mínima distancia
- Principio de flujo de material
- Principio de flexibilidad
- Empleo de la distribución de la línea. (Errosa, 2006, pág. 109).

Maquinaria y Equipo de Producción

Selección y Especificación del Equipo y Maquinaria:

“Resulta conveniente proporcionar orientación para la selección de maquinaria y equipos, incluyendo cotizaciones, especificaciones, las

evaluaciones de la propuestas de los proveedores y preparativos para la instalación”. (Errosa, 2006, págs. 106, 107).

“Especificación de equipos:

Los criterios de evaluación del equipo están determinados por: características técnicas, costos, atención de proveedores y comportamiento. (Errosa, 2006, pág. 108).

Insumos

“Son los recursos humanos, tecnológicos, logísticos, de infraestructura o de dotación que necesitan para realizar las actividades, producir los resultados y alcanzar el objetivo específico” (Miranda, 2005, pág. 45).

Talento Humano

Con respecto al talento humano que debe poseer cada empresa de servicios o de producción, (Ramirez & Cajigas R, 2004, pág. 167).
puntualiza que:

Dada la capacidad instalada a imprimir al proyecto y la naturaleza del producto, se decide la cantidad de personas requeridas a nivel de operarios, técnicos y administrativos para las cinco áreas funcionales: gestión y dirección, producción, mercadeo y ventas, talento humano y contabilidad y finanzas. Adicionalmente se valora el perfil de las personas de la comunidad a invitar para integrar la junta directiva de la empresa, las cuales acompañaran a los socios para acotar en dar luces a los ejecutivos

de la administración, sobre la orientación estratégica y táctica a dar a la organización.

Estudio Administrativo

El estudio organizacional para la ejecución analiza los elementos requeridos para la prestación de servicios y acciones de apoyo a la ejecución de las actividades productivas, comerciales y de procesos. Define esquemas organizativos, procedimientos y actividades para el fortalecimiento institucional. (Soto, 2003, pág. 172).

Estructura Orgánica de la Empresa

“Toda empresa necesita una estructura organizativa con el objeto de alcanzar los objetivos fijados”. (Ramos, 2007, pág. 61)

Organigrama

El organigrama es la representación gráfica del sistema de autoridad formal o jerárquica de la organización. Es importante mencionar los tipos de relaciones que refleja el organigrama; relaciones de tipo jerárquico, relaciones de dependencia horizontal, y relaciones colaterales. (Ramos, 2007, pág. 61).

Manual de Funciones

Dentro de la empresa organizacional, de cualquier empresa, una vez que se ha diseñado la distribución del trabajo por áreas y por puestos, así como establecidos sus niveles de autoridad, es necesario darle

fundamentación a dicho diseño; para ello, resulta indispensable plasmar en un documento, la descripción de cada uno de los puestos establecidos, sus funciones, tareas, líneas de comunicación y relaciones de autoridad que tengan. A este documento se le denomina “manual de funciones”, su utilidad es muy grande cuando se sabe utilizar. Facilita la identificación de los puestos, sus límites, soporta la organización en el orden que necesita para su buen funcionamiento y, sobre todo, permite la fluidez del trabajo, su complementación y eficiencia. (Garcés, 1999, pág. 25).

El manual está constituido por:

Nombre del puesto: es el título que la empresa le da al puesto. La persona que lo ocupé, derivará en él su gentilicio; por ejemplo: Gerencia de ventas, su titular será, por ende, Gerente de Ventas. (Garcés, 1999, pág. 25).

Descripción Genérica: Es la justificación del puesto, la razón por la que existe y resumen el objetivo fundamental del puesto. (Garcés, 1999, pág. 25).

Funciones: Describe las responsabilidades que la persona deberá cumplir en su puesto. Se anuncian en infinitivo; por ejemplo supervisar el trabajo de los asistentes. (Garcés, 1999, pág. 25).

Tareas: señala las actividades concretas que se realizarán, correspondientes a cada función; por ejemplo: revisa los informes de actividades de cada supervisor. (Garcés, 1999, pág. 25).

Relaciones de los Puestos: Internas, se refiere a las relaciones que el puesto tiene con otros puestos de otras áreas, por razones de trabajo; por ejemplo: el encargado de compras con el encargado de cobranzas. Externas, se refiere a las relaciones que tiene el puesto con entidades o personas fuera de la empresa; por ejemplo: el contador con el Seguro Social. (Garcés, 1999, pág. 25).

Líneas de Autoridad: Es la relación de dependencia del puesto. Cuál es el puesto inmediato superior (jefe) y que puesto le reportan (subalterno). (Garcés, 1999, pág. 26).

Estudio Financiero

El estudio financiero determina, por medio de varios indicadores, la conveniencia de invertir o no en términos de ingresos y costos. Esto incluye rentabilidad del capital invertido, indicadores de incremento patrimonial y un análisis de la capacidad del ejecutor de pagar los créditos tomados (capacidad de repago de deudas). (Soto, 2003, pág. 172).

Activos Fijos

Al utilizar la metodología de la contabilidad, se agrupan los conceptos en activos fijos que comprenden el conjunto de bienes que no son objeto de transacciones corrientes por parte de la empresa; son su patrimonio, son bienes que se adquieren durante la etapa de instalación del proyecto y se usan durante toda la vida útil del proyecto. (Errosa, 2006, pág. 99).

Los conceptos de activo fijo son:

- El terreno o la preparación del terreno.
- Los edificios y construcciones.
- Maquinaria y equipo
- Herramientas y accesorios
- Insumos (Errosa, 2006, pág. 150).

Depreciación

Con excepción de los terrenos, la mayoría de los activos fijos tienen una vida limitada, es decir, ellos serán de utilidad para la empresa por un número limitado de periodos contables futuros. Lo anterior significa que el costo de un activo deberá ser distribuido adecuadamente en los periodos contables en los que el activo será utilizado por la empresa. El proceso contable para esta conversión gradual de activo fijo en gasto es llamado depreciación. (Bu, 2005, pág. 91).

“El estudio financiero se construye mediante la comparación de los costos del proyecto y de los beneficios económicos que genera. Aquí, tal como lo hemos señalado, topamos con una dificultad, la cual radica en el hecho de que los beneficios de estos proyectos, no están cuantificados adecuadamente, e inclusive, existen proyectos, que no generan directamente un flujo de ingresos” (Blanco, Motoya Maquin, & Cambronero Esquivel , 2003, pág. 153).

El estudio financiero comprende varios aspectos:

- La estimación de la inversión del proyecto

- La proyección de los ingresos
- La proyección de los costos
- La utilización de los recursos en el tiempo
- Los indicadores del proyecto. (Blanco, Motoya Maquin, & Cambronero Esquivel , 2003, pág. 155).

Financiamiento

Aquí se trata de aclarar el origen, la cronología y las formas de participación previstas en el financiamiento total del proyecto, según se indica a continuación: (Pasarge, 2006, pág. 134).

- *Orígenes del financiamiento:* Indique las fuentes del financiamiento para el capital fijo y capital de trabajo, clasificándolas según sean: capital propio o créditos de otras entidades; públicas o privadas; de aportes reembolsables o no reembolsables. (Pasarge, 2006, pág. 134).
- *Distribución en el tiempo:* señale las fechas previstas para hacer efectiva cada parte del financiamiento. (Pasarge, 2006, pág. 134).
- *Formación del Capital Propio:* caracterice las formas de participación del capital propio, indicando: la fecha de disponibilidad; el monto respectivo; derechos y participación exigibles que impliquen compromisos financieros. (Pasarge, 2006, pág. 134).
- *Modalidades de Crédito:* Especifique las modalidades crediticias, dando para cada línea de crédito las siguientes informaciones: entidad; monto; tasa de interés; plazos de amortización; fecha de contratación prevista; modalidades de amortización; garantías

ofrecidas; condiciones especiales que impliquen ventajas o desventajas financieras. (Pasarge, 2006, pág. 134).

Costos de Producción

Costos de inversión:

“Se refieren a aquellos aplicados a activos que tienen vida útil prolongada, tales como construcciones, maquinaria agrícola, árboles frutales o forestales, obras de riego, pasturadas mejoradas de larga duración, animales reproductores” (Soto, 2003, pág. 198).

Costos de Operación:

“Se refieren a los que se aplican en insumos o actividades dentro del ciclo de producción, tales como fertilizantes, semillas, mano de obra, transportes, arrendamiento de la tierra, asistencia técnica e impuestos.” (Soto, 2003, pág. 200).

Costo Fijo Total

“Un costo que permanece constante al variar el nivel de producción. En un análisis de corto plazo, se incurre en el costo fijo, aun si la empresa no genera ninguna producción” (Keat & Young, 2004, pág. 339).

Costos Variables

“El costo total asociado con el nivel de producción. Este también se puede considerar como el costo total de una empresa por usar sus insumos variables” (Keat & Young, 2004, pág. 338).

Punto de Equilibrio

“Se designa punto de equilibrio al vértice, donde se juntan las ventas y los gastos totales, es decir, que no existen ni utilidades ni pérdidas, este dato es de gran importancia para la elaboración de los presupuestos y se logra por medio de algebraicos con base en una fórmula, o bien a través de una gráfica. (Perez, 2005, pág. 141).

Evaluación Financiera

“Indicadores de Evaluación: constituyen el conjunto de parámetros que permiten sustentar valoraciones sobre los distintos aspectos o ejes de evaluación. Estos indicadores o parámetros, permiten concretar los ejes de evaluación, mediante la medición o el establecimiento de relaciones.” (Blanco, Motoya Maquin, & Cambroner Esquivel, 2003, pág. 218).

“En el documento del proyecto la evaluación constituye un balance de las ventajas y desventajas en asignar al proyecto analizando los recursos necesarios para su realización”. (Pasarge, 2006, pág. 137).

Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros costos. El concepto en este caso los flujos positivos se descuentan a una tasa que representa el costo de oportunidad de las inversiones del proyecto, para luego analizar el resultado. Si el VAN es mayor a cero indica que el proyecto genera mayores beneficios que la otra opción de inversión (rendimiento mayor al mínimo aceptable); en tal caso, el proyecto se aprueba; si es menor a cero se rechaza. (Blanco, Motoya Maquin, & Cambronero Esquivel , 2003, pág. 158).

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR de un proyecto es la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos de beneficio positivos, sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos. Esta definición le confiere al dinero el valor en el tiempo, ya que supone que no es lo mismo 1000 colones hoy que 1000 colones dentro de un año; por esto, para comparar beneficios y costos en distintos momentos se recurre al concepto del valor actual. (Blanco, Motoya Maquin, & Cambronero Esquivel , 2003, pág. 158).

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Relación Costo - Beneficio (RCB)

Con respecto a la relación costo beneficio (Miranda, 2005, pág. 23), manifiesta que:

Este criterio permite determinar y comparar la rentabilidad de los proyectos, contrastando el flujo de costos y beneficios actualizados, que se desprenden de su implementación. Los costos corresponden al valor de los recursos utilizados, en tanto que los beneficios son el valor de los bienes o servicios producidos por el proyecto.

$$C/B = \left(\frac{\sum_{i=1}^n \frac{Y_i}{(1+i)^i}}{\sum_{i=1}^n \frac{E}{(1+i)^i} + I_0} \right)$$

Periodo de Recuperación de Capital

En torno al periodo de recuperación del capital en una empresa (Eveliatrujillo, 2014), aporta:

El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo requerido para que la empresa recupere la inversión inicial de un proyecto calculado a partir de las entradas de efectivo.

Fórmula:

$$PR = a + [(b - c) / d]$$

□ Donde:

□ **a**= Año anterior inmediato a que se recupera la inversión.

□ **b**= Inversión inicial.

□ **C**= Suma de los flujos de efectivo anteriores.

□ **d**= FNE del año en que se satisface la inversión.

Análisis de Sensibilidad (PRC)

Con respecto a este indicador de la evaluación del proyecto (Bu, 2005, pág. 239)., añade:

La sensibilidad de una propuesta individual debe hacerse con respecto al parámetro más incierto. Por ejemplo, es posible que en la evaluación de una propuesta se tenga mucha incertidumbre con respecto al precio unitario de venta de los productos o servicios que se pretenden comercializar. En estos casos, es muy conveniente determinar qué tan sensible es el TIR o el VPN a cambios en las estimaciones del precio unitario de venta, es decir, para este tipo de situaciones es muy recomendable determinar el precio unitario de venta a partir de la cual la propuesta sería económicamente atractiva.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales

Físicos y Tecnológicos

- Libros, Manuales, Revistas, Folletos y Artículos de Prensa.
- Cuaderno, Hojas, Lápices, Marcadores, Esferos y Borrador.
- Equipos de Cómputo.

Humanos

- Director de Tesis.
- Autora de la Tesis.

Métodos

En la presente investigación se hizo uso de los siguientes métodos y técnicas:

El método inductivo: Es aquel que alcanza las conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular. Este método que permitió efectuar el levantamiento de la investigación de campo a fin de determinar la información de la oferta y la demanda del proyecto.

El método deductivo: Es un método científico que considera que la conclusión se halla dentro de las premisas, esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas, cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera, en la

investigación el presente método ayudó a determinar las conclusiones y demostrar los hallazgos principales de la investigación.

El método analítico: El método analítico de investigación consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los demás efectos, en la presente investigación se utilizó para interpretar los resultados obtenidos en la investigación de campo e inferir dichos resultados al segmento total del mercado.

El método estadístico: El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación, este método permitió obtener y tabular la información obtenida del estudio de la oferta y la demanda de la aplicación de los instrumentos.

El método matemático: El método matemático se refiere al uso de las matemáticas para investigar otros fenómenos referidos a la investigación científica, este método permitió efectuar las respectivas proyecciones de los resultados, así como el cálculo del punto de equilibrio y la evaluación financiera.

Técnicas:

Encuesta: La encuesta se aplicó a la muestra de la población económicamente activa del cantón Loja, segmentada y proyectada al año 2016, y que son potenciales compradoras de nuestro producto.

Entrevista: Se utilizaron entrevistas a posibles oferentes de las chompas de lana orlón en el cantón Loja.

Observación Directa: Se aplicó la observación directa a productores de chompas de lana orlón con el fin de definir los detalles del proceso productivo.

Población y Segmentación del Mercado

El cantón Loja cuenta con una población de 214.855 habitantes y una tasa de incremento poblacional del 2,65%.

En el Ecuador la Población Económicamente Activa (PEA), está comprendida entre los 15 hasta los 69 años de edad y son aquellos ciudadanos que están en la capacidad de comprar y decidir sobre sus gustos y preferencias.

El porcentaje de la población que conforman la Población Económicamente Activa es del 62,2% de la población total dato que fue obtenido del censo del año 2010.

De la información procesada se pudo determinar que la población objeto de estudio será de 133.639,81 habitantes, datos que son demostrados en la siguiente tabla:

Cuadro 1
Segmentación de Posibles Clientes o Demandantes

	Población 2010	Tasa de crecimiento	Porcentaje	Total rango de edad 15-69 años
Ciudad Loja	214855	2,65%	62,2%	133640

Elaborado: La Autora
Fuente: INEC 2010

Proyección

A los 133.640 habitantes que es la población segmentada en estudio, es necesario realizar la proyección para el año 2016, considerando una tasa de crecimiento anual del 2,65% y se aplica la siguiente fórmula:

SIMBOLOGIA:

pf = Población futura

po = Población inicial

1 = Constante.

r = Tasa de crecimiento poblacional.

n = Número de años.

Formula.

$$pf = po(1 + r)^n$$

$$pf = 133640(1 + 0.0265)^6 = 156347$$

Determinación de la Muestra

La población proyectada y segmentada para el año 2016 del cantón Loja es de 156.347, siendo esta la muestra poblacional y para el cálculo del tamaño de la muestra se aplica la siguiente fórmula:

SIMBOLOGIA:

n = Muestra.

N = Población

1 = Constante.

e = Margen de error del 5%

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

$$n = \frac{156347}{1 + 156347(0.05)^2}$$

$$n = \frac{156347}{383,085}$$

$$n = 399$$

Con lo que se determina que se deberán aplicar 399 encuestas a personas del cantón Loja. Se determina la distribución muestral según distritos, división realizada por el Ilustre Municipio de Loja.

Cuadro 2
Distribución Muestral

Distritos	Barrios	%	No. De Encuestas
Distrito N°1	15	14,71	59
Distrito N°2	21	20,59	83
Distrito N°3	30	29,41	117
Distrito N°4	35	35,29	140
TOTAL	101	100%	399

Fuente: Municipio de Loja

Elaborado: La autora

f. RESULTADOS

Estudio de Mercado

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS CIUDADANOS DEL CANTÓN LOJA PARA DETERMINAR LA DEMANDA DE LAS CHOMPAS EN LANA DE ORLÓN.

Pregunta 1

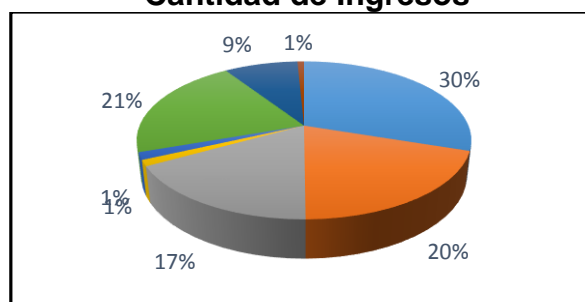
¿Cuáles son sus ingresos mensuales? Marque con una X una sola opción

Cuadro 3
Cantidad de Ingresos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
366 a 400	120	30%
401 a 500	79	20%
501 a 600	68	17%
601 a 700	5	1%
701 a 800	6	1%
801 a 900	84	21%
901 a 1000	34	9%
1000 en adelante	3	1%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 1
Cantidad de Ingresos



Fuente: Cuadro 3
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

El 30% de los encuestados indicaron que sus ingresos están entre 366 a 400 dólares; el 20% tienen sus ingresos entre 401 a 500 dólares; el 17% tienen sus ingresos entre 501 a 600 dólares; el 1% tienen sus ingresos

entre 601 a 700 dólares; el 1% entre 701 a 800 dólares; el 21% entre 801 a 900 dólares; el 9% entre 900 a 1000 dólares y el 1% de 1000 dólares en adelante. Sobresale el 30% de los encuestados con ingresos entre 366 a 400 dólares.

Pregunta 2

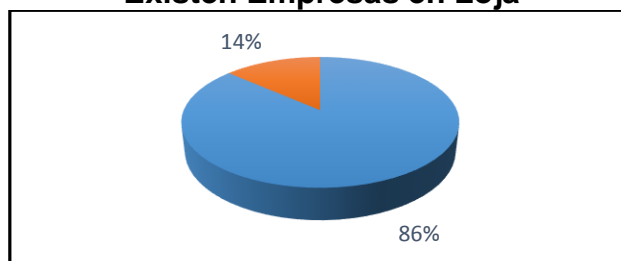
¿Conoce si existen empresas que se dediquen a la confección de chompas en lana en la ciudad de Loja? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 4
Existen Empresas en Loja

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	345	86%
No	54	14%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 2
Existen Empresas en Loja



Fuente: Cuadro 4
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

El 86% de los encuestados que corresponden a 345 encuestados, si conocen de la existencia de empresas que se dedican a la producción de chompas de lana en la ciudad de Loja; mientras que el 14% que corresponde a 54 encuestados manifestaron que no conocen; por lo que se infiere que la mayoría de los encuestados si conocen de la existencia de las empresas productoras en la ciudad de Loja.

Pregunta 3

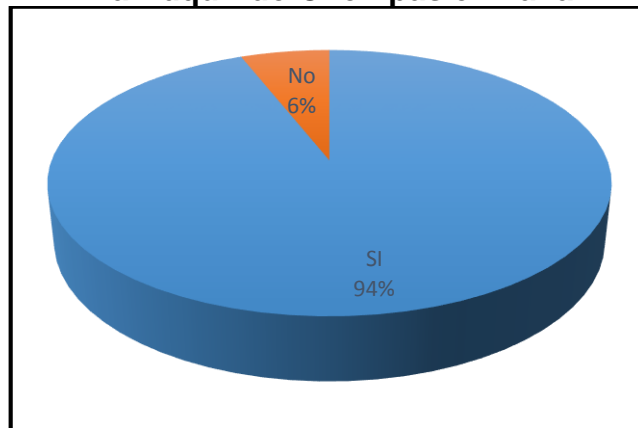
¿Ha adquirido en algún momento chompas en lana? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 5
Ha Adquirido Chompas en Lana

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	375	94%
No	24	6%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 3
Ha Adquirido Chompas en Lana



Fuente: Cuadro 5
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

Los resultados indican que el 94% de los encuestados que corresponden a 375 ciudadanos han adquirido las chompas en lana; mientras que el 6% que son 24 encuestados no han adquirido las chompas en lana; de lo cual podemos indicar que la mayoría de los ciudadanos si han adquirido las chompas en lana en forma general.

Pregunta 4

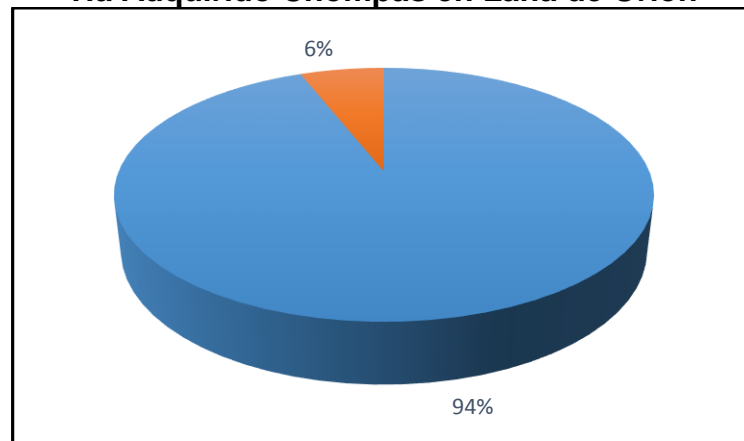
¿Ha adquirido alguna vez las chompas en lana de Orlón en la ciudad de Loja? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 6
Ha Adquirido Chompas en Lana de Orlón

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	375	94%
No	24	6%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 4
Ha Adquirido Chompas en Lana de Orlón



Fuente: Cuadro 6
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

Los resultados indican que el 94% de los encuestados que corresponden a 375 ciudadanos han adquirido las chompas en lana de Orlón; mientras que el 6% no han adquirido las chompas en lana de Orlón; de lo cual podemos indicar que la mayoría de los ciudadanos han adquirido las chompas en lana en Orlón y se repiten los resultados de la pregunta anterior, infiriéndose que el ciudadano común no distingue el tipo de lana que adquiere en el mercado.

Pregunta 5

¿Dónde adquirió usted las chompas en lana de Orlón? Marque con una X una sola opción.

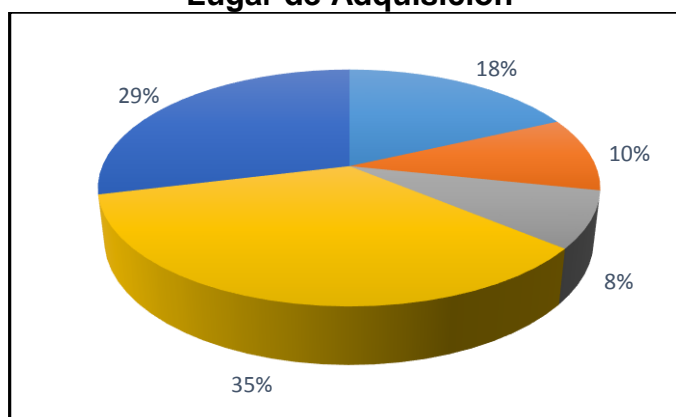
Cuadro 7
Lugar de Adquisición

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mercado	68	18%
Boutique	38	10%
Supermaxi	29	8%
Feria Libre	132	35%
Fábrica	108	29%
TOTAL	375	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes

Elaboración: La Autora

Gráfico 5
Lugar de Adquisición



Fuente: Cuadro 7

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

Se obtuvo como resultados: el 18% ha adquirido las chompas de lana en el Mercado; el 10% en Boutiques; el 8% en el Supermaxi; el 35% en Ferias Libres; el 29% en Fábricas, de lo cual podemos indicar los ciudadanos prefieren comprar en las ferias libres y en las fábricas, se presume estos resultados por cuanto en estos lugares se puede conseguir con bajos precios.

Pregunta 6

¿Cuántas chompas en lana de Orlón usted adquiere en forma anual para usted y su familia? Marque con una X una sola opción.

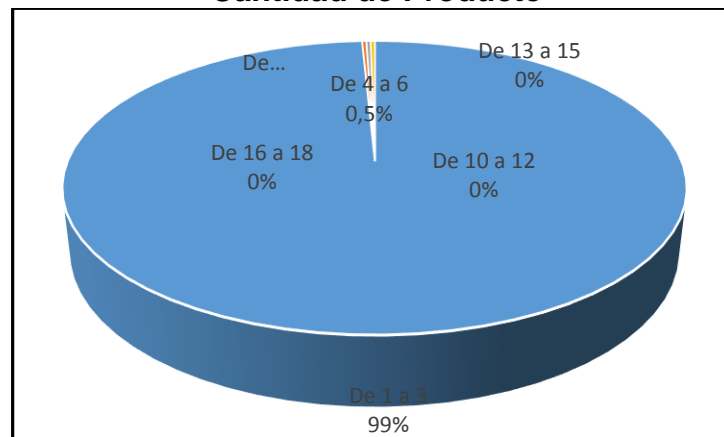
Cuadro 8
Cantidad de Producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 3	373	99%
De 4 a 6	1	0,5%
De 7 a 9	1	0,5%
De 10 a 12	0	0%
De 13 a 15	0	0%
De 16 a 18	0	0%
TOTAL	375	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes

Elaboración: La Autora

Gráfico 6
Cantidad de Producto



Fuente: Cuadro 8

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

Los resultados son el 99% que son 373 ciudadanos encuestados manifestaron que la cantidad del producto que adquieren en forma anual se encuentran en el rango de 1 a 3 chompas; el 0,5% adquiere de 4 a 6; el 0,5% de 7 a 9; el 0% de 10 a 12; el 0% de 13 a 15, El 0% restante de 16 a 18, y 24 no consumen; entonces los encuestados adquieren de 1 a 3 chompas en forma anual.

Pregunta 7

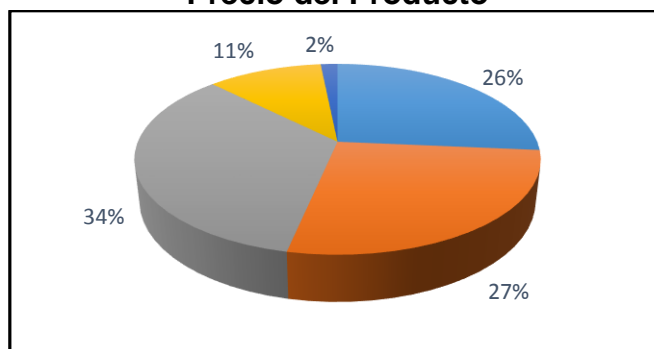
¿Cuál es el precio que paga en dólares por una chompa en lana de Orlón? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 9
Precio del Producto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
\$ 5 a 10	99	26%
\$ 11 a 15	101	27%
\$16 a 20	128	34%
\$21 a 30	41	11%
\$ 31 en adelante	6	2%
TOTAL	375	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 7
Precio del Producto



Fuente: Cuadro 9
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

En cuanto al precio los resultados son el 26% de los encuestados indican que el precio por una chompa de lana que han pagado en dólares esta entre 5 a 10 dólares; el 27% entre 11 y 15 dólares; el 34% entre 16 a 20 dólares; el 11% entre 21 a 30 dólares; y el 2% restante de 31 dólares en adelante; de lo cual se puede inferir que una prenda de estas características esta entre 16 a 20 dólares en el mercado local.

Pregunta 8

¿Cuál de las siguientes características de las chompas en lana de Orlón son de mayor relevancia para usted? Marque con una X una sola opción.

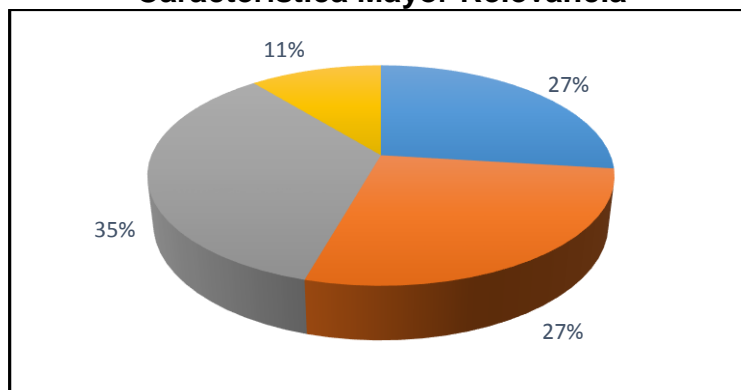
Cuadro 10
Característica Mayor Relevancia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Precio	102	27%
Calidad	102	27%
Diseño	130	35%
Colores	41	11%
TOTAL	375	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes

Elaboración: La Autora

Gráfico 8
Característica Mayor Relevancia



Fuente: Cuadro 10

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

El 27% del total de encuestados que son 102 ciudadanos, manifestaron que la característica de mayor relevancia para ellos es el precio; el 27% o 102 ciudadanos es la calidad; el 35% o 130 encuestados es el diseño y el 11% que corresponde a 41 ciudadanos son los colores; por lo que podemos indicar que a la mayoría de los ciudadanos les llama la atención el diseño de las chompas de lana.

Pregunta 9

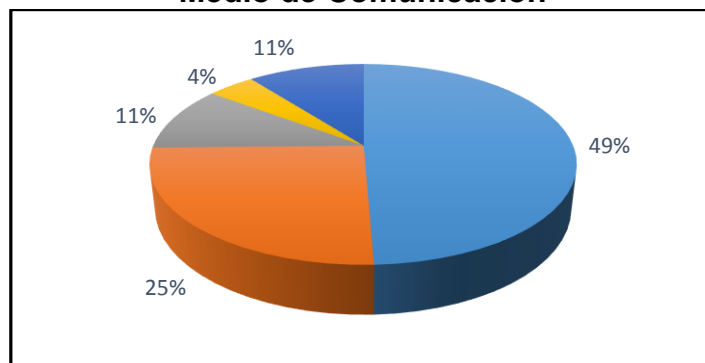
¿De los siguientes medios de comunicación, cual es el que más utiliza para informarse? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 11
Medio de Comunicación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	197	49%
Radio	101	25%
Prensa Escrita	42	11%
Vallas Publicitarias	17	4%
Redes Sociales	42	11%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 9
Medio de Comunicación



Fuente: Cuadro 11
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

El 49% de los encuestados que corresponden a 197 ciudadanos, manifestaron que el medio de comunicación que utiliza para informarse es la televisión; el 25% o 101 ciudadanos la radio; el 11% o 42 ciudadanos, es la prensa escrita; el 4% o 17 ciudadanos a través de vallas publicitarias y el 11% o cuarenta y dos personas a través de las redes sociales. Se concluye que el medio más utilizado por los ciudadanos es la televisión.

Pregunta 10

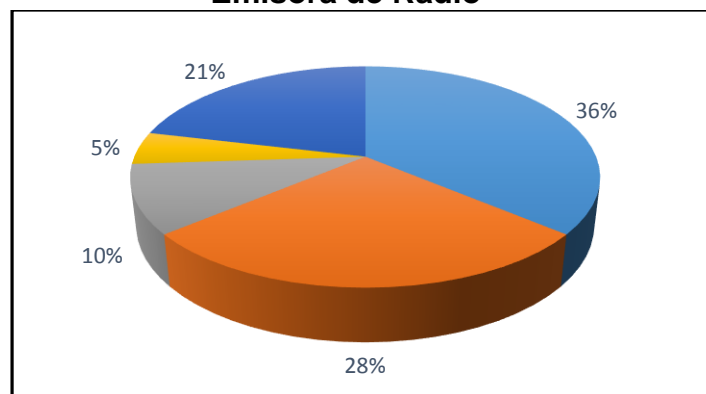
¿De las siguientes emisoras de radio, cual es la que más utiliza con mayor frecuencia? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 12
Emisora de Radio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Radio Centinela del Sur	37	36%
Radio Luz y Vida	28	28%
Radio Zapotillo	10	10%
Radio Ecuasur	5	5%
Radio La Hechicera	21	21%
TOTAL	101	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 10
Emisora de Radio



Fuente: Cuadro 12
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 36% que corresponden a 37, manifestaron que sintonizan la radio Centinela del Sur; el 28% que son 28 demandantes, manifestaron que prefieren radio Luz y Vida; el 10% que son 10 ciudadanos prefieren radio Zapotillo, el 5% que son 5 Ecuasur y el 21% que son 21 ciudadanos la Hechicera, de esta manera la radio que sobresale en sintonía es la radio Centinela del Sur.

Pregunta 11

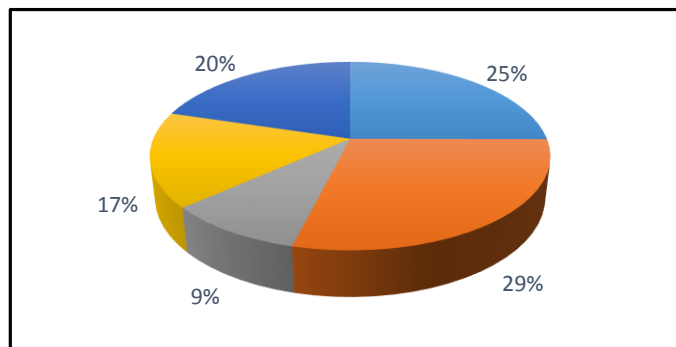
¿De los siguientes canales de televisión, cual es el que más utiliza con mayor frecuencia? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 13
Canal de Televisión

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Ecotel (web)	49	25%
UV Televisión	57	29%
Tele sur	19	9%
Tele amazonas	33	17%
Canal Uno	39	20%
TOTAL	197	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 11
Canal de Televisión



Fuente: Cuadro 13
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

De los encuestados, el 25% que son 49, manifestaron que prefieren Ecotel; el 29% que son 57 sintonizan UV televisión; 9% que son 19 encuestados prefieren Telesur; el 17% que son 33 prefieren Tele Amazonas y el 20% o 39 encuestados prefieren Canal uno; por los resultados, podemos determinar que una alta sintonía la tiene el canal UV televisión.

Pregunta 12

¿Cuál es su horario preferido para sintonizar los medios de comunicación? Señale con una X una sola opción.

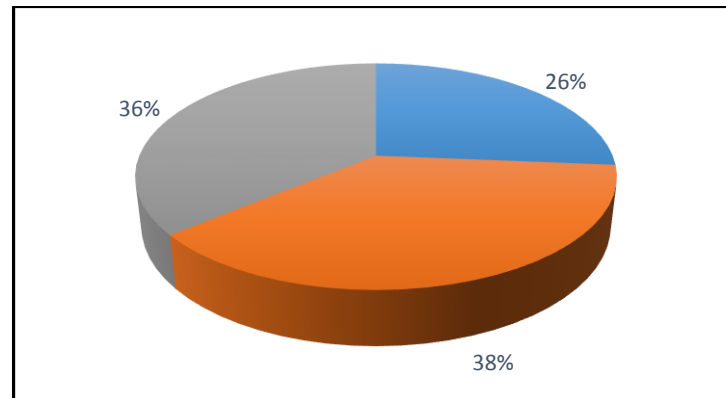
Cuadro 14
Horario Acceso a Medios

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	105	26%
Tarde	150	38%
Noche	144	36%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes

Elaboración: La Autora

Gráfico 12
Horario Acceso a Medios



Fuente: Cuadro 14

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

El 26% de los ciudadanos de los encuestados que corresponden a 105 personas del total de la muestra, manifestaron que acceden usualmente en horas de la mañana; el 38% que son 150 indicaron acceden en horas de la tarde y el 36% que son 144 acceden en horas de la noche, esto indica que la mayoría accede a los medios de comunicación en la noche.

Pregunta 13

¿En caso de implementarse una empresa productora y comercializadora de chompas en lana de Orlón en la ciudad de Loja, adquiriría su producto? Marque con una X una sola opción.

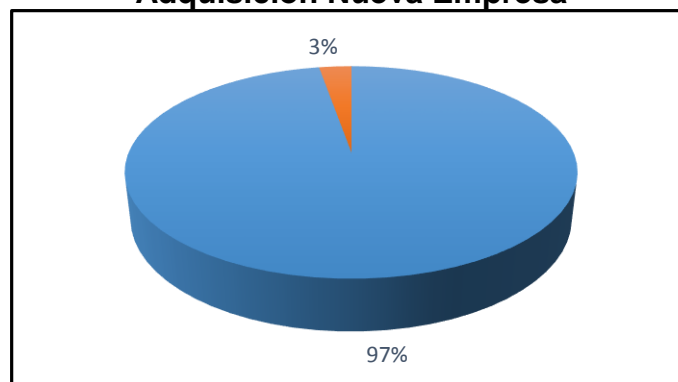
Cuadro 15
Adquisición Nueva Empresa

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	388	97%
No	11	3%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes

Elaboración: La Autora

Gráfico 13
Adquisición Nueva Empresa



Fuente: Cuadro 15

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

La adquisición del producto de la nueva empresa tiene una aceptación positiva del 97% del total, que corresponde a 388 encuestados, y el 3% o 11 encuestados, no comprarían el producto, esto significa que la gran parte de la población está interesada en adquirir el nuevo producto de la empresa a implementarse en la ciudad de Loja.

Pregunta 14

¿Cuáles de las promociones desearía que ofrezca la nueva empresa?

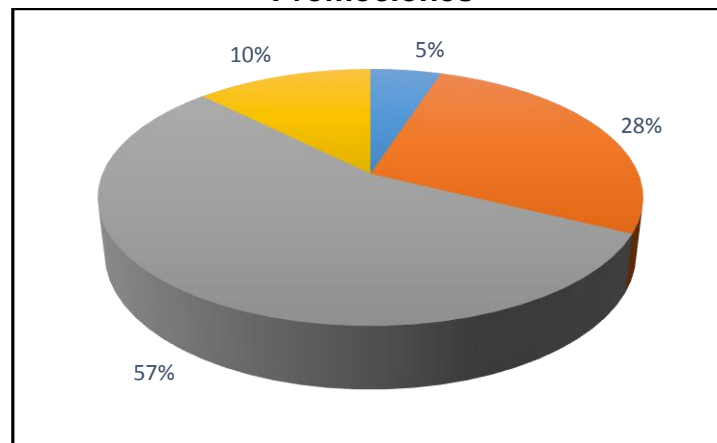
Marque con una X una sola opción.

Cuadro 16
Promociones

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Rifas	20	5%
Descuentos	109	28%
Llaveros	220	57%
Recuerdos	39	10%
TOTAL	388	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 14
Promociones



Fuente: Cuadro 16
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

En relación a las promociones tenemos que; el 5% que corresponden a 20 encuestados desearían las rifas; el 28% desearía los descuentos; el 57% prefieren los llaveros y el 10% que corresponde a 39 encuestados desearían recuerdos de la empresa. Esta manera podemos afirmar que la mayoría de los encuestados prefiere que la empresa obsequie llaveros.

Pregunta 15

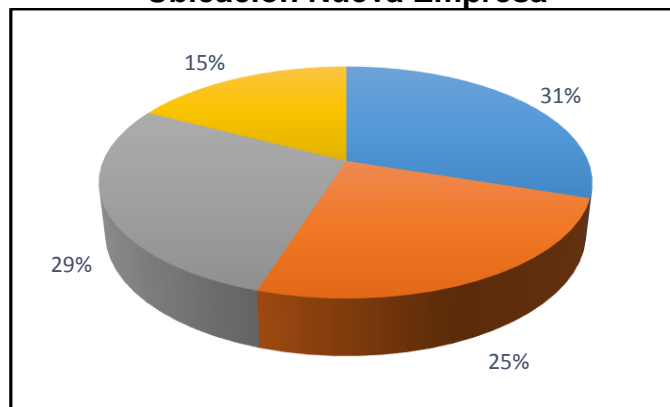
¿En qué lugar le gustaría que se ubique la nueva empresa? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 17
Ubicación Nueva Empresa

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Afuera de la ciudad	120	31%
Centro de la ciudad	99	25%
Junto al Supe maxi	111	29%
Feria del Jean	58	15%
TOTAL	388	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 15
Ubicación Nueva Empresa



Fuente: Cuadro 17
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

En relación a la ubicación de la nueva empresa tenemos; el 31% prefiere que la nueva empresa se ubique en las afueras de la ciudad; el 25% prefiere en el centro de la ciudad; el 29% prefieren que se ubiquen junto al Supermaxi; el 15% prefiere que se instale junto a la feria del Jean, La mayor parte prefiere que la nueva empresa en las afueras de la ciudad.

Pregunta 16

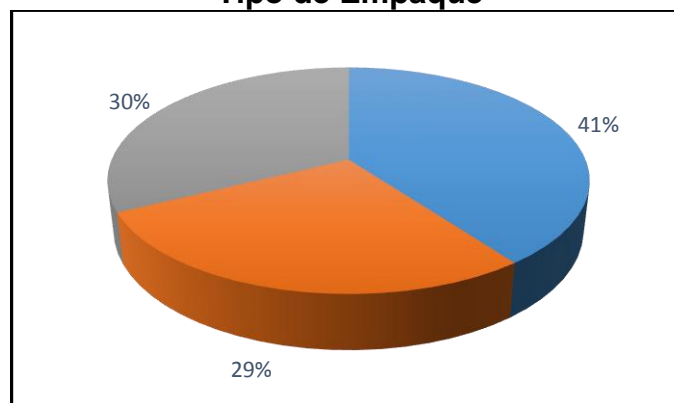
¿Cómo le gustaría a usted que sea el empaque de las chompas en lana Orlán? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 18
Tipo de Empaque

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Funda Plástica	159	41%
Funda de Papel	111	29%
Caja de Cartón	118	30%
TOTAL	388	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 16
Tipo de Empaque



Fuente: Cuadro 18
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

Los resultados de esta pregunta indican que; el 41% o 159 encuestados, prefieren que el producto se venda con un empaque de funda plástica; el 29% o 111 encuestados prefieren que se venda en una funda de papel y el 30% o 118 encuestados prefieren el producto se venda en una caja de cartón; con los resultados podemos indicar que la mayor parte de los encuestados prefieren adquirir el producto en una funda plástica.

Pregunta 17

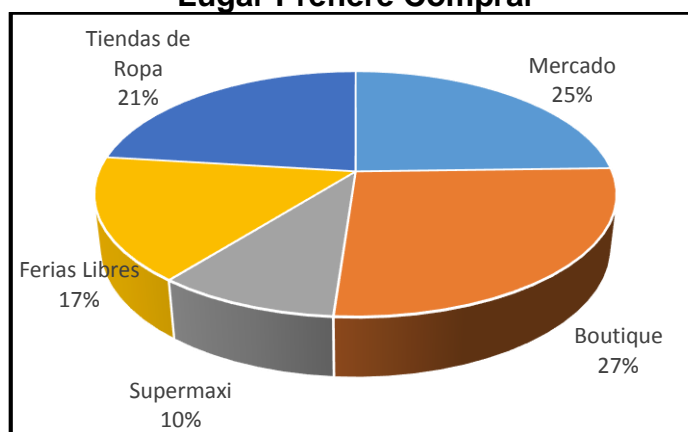
¿Dónde le gustaría adquirir el producto? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 19
Lugar Prefiere Comprar

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mercado	98	25%
Boutique	106	27%
Supermaxi	38	10%
Ferias Libres	65	17%
Tiendas de Ropa	81	21%
TOTAL	388	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 17
Lugar Prefiere Comprar



Fuente: Cuadro 19
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

Los resultados de esta pregunta indican que; el 25% prefieren que se venda el producto en el mercado; el 27% en Boutiques; el 10% en el Supermaxi; el 17% en las ferias libres; y el 21% en las tiendas de ropa de la ciudad de Loja; con los resultados podemos indicar que la mayor parte de los encuestados prefieren adquirir en Boutiques, Mercados y Tiendas de Ropa.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS PROPIETARIOS DE EMPRESAS PRODUCTORAS Y COMERCIALIZADORAS DE CHOMPAS EN LANA DE ORLÓN PARA DETERMINAR LA OFERTA DEL PRODUCTO

Pregunta 1

¿Indique el nombre de su empresa comercializadora? Ponga el nombre de su empresa en el espacio en blanco.

Cuadro 20
Produce Chompas de Lana

Orden	Nombre de la Empresa	Tipo de Empresa
01	Jarmos Premamá – Bebe y niños	comercializadora
02	Almacén Deportivo Rey	comercializadora
03	Almacén Terán	comercializadora
04	Tienda de Ropa Catinabel	comercializadora
05	Boutique “El Caballero”	comercializadora
06	Almacén “Viste Bien”	comercializadora
07	Almacén “Tu moda”	comercializadora
08	Almacén “Solo para ti”	comercializadora
09	Tienda de Ropa Illumino	productora y comercializadora
10	Tienda de Ropa Cañarito	productora y comercializadora
11	Almacén “Otavalo”	productora y comercializadora
12	Almacén “Tres Lanass”	productora y comercializadora

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes

Elaboración: La Autora

Pregunta 2

¿En su empresa usted produce chompas en lana? Marque con una X una sola opción.

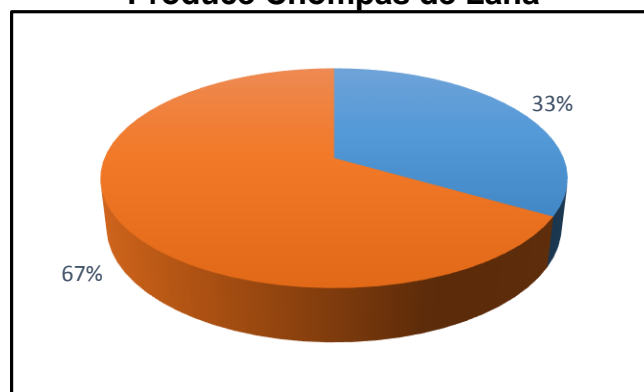
Cuadro 21
Produce Chompas de Lana

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	33%
No	8	67%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes

Elaboración: La Autora

Gráfico 18
Produce Chompas de Lana



Fuente: Cuadro 21

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

Los resultados de esta pregunta indican que; el 33% o 4 empresas del 12 empresas producen chompas de lana de Orlón, mientras que 8 empresas que son el 67% no lo hacen, estas solamente sirven de intermediarios; de los resultados podemos afirmar que la mayoría de las empresas son comercializadoras de este producto en el cantón Loja.

Pregunta 3

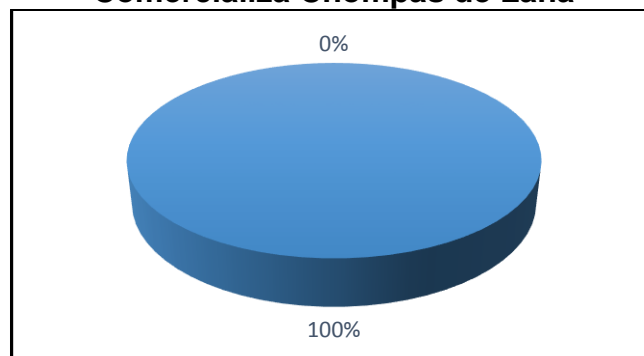
¿En su empresa usted comercializa chompas en lana de Orlón?
Marque con una X una sola opción.

Cuadro 22
Comercializa Chompas de Lana

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	100%
No	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 19
Comercializa Chompas de Lana



Fuente: Cuadro 22
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de los propietarios encuestados, el 100% manifestaron que todos ellos comercializan chompas en lana de Orlón; pese a que según ellos algunos producen este tipo de prendas de acuerdo a la pregunta anterior; por lo tanto podemos afirmar que en el cantón Loja, existe escasa producción de chompas en lana de Orlón.

Pregunta 4

¿Qué tiempo tiene de funcionamiento su empresa? Marque con una X una sola opción.

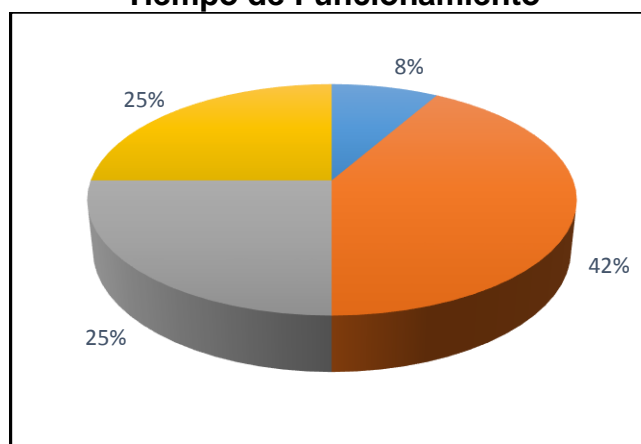
Cuadro 23
Tiempo de Funcionamiento

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De 6 meses a 1 año	1	8%
De 1 año a 3 años	5	42%
De 3 años a 6 años	3	25%
De 6 años en adelante	3	25%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes

Elaboración: La Autora

Gráfico 20
Tiempo de Funcionamiento



Fuente: Cuadro 23

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de los encuestados que son 12 propietarios de empresas productoras y comercializadoras, el 8% manifestó que el tiempo de funcionamiento se encuentre entre 6 meses a un año; el 42% de un año a tres años; el 25% de 3 años a 6 años y el 25% restante; la empresa tiene más de 6 años de funcionamiento.

Pregunta 5

¿Cuál es el crecimiento de las industrias de confección de chompas en lana de Orlón en últimos 5 años en la ciudad de Loja? Marque con una X una sola opción.

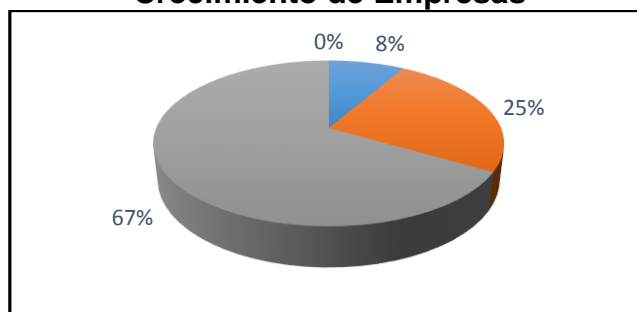
Cuadro 24
Crecimiento de Empresas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Alto	1	8%
Mediano	3	25%
Bajo	8	67%
Nulo	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes

Elaboración: La Autora

Gráfico 21
Crecimiento de Empresas



Fuente: Cuadro 24

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

Con respecto al crecimiento de este tipo de empresas productoras y comercializadoras de chompas en lana de Orlón, se tiene: el 8% considera que el crecimiento ha sido alto; el 25% considera un crecimiento mediano; el 67% considera el crecimiento bajo y el 0% considera el crecimiento nulo, por lo cual se puede afirmar que el crecimiento de este tipo de empresas ha sido relativamente nulo.

Pregunta 6

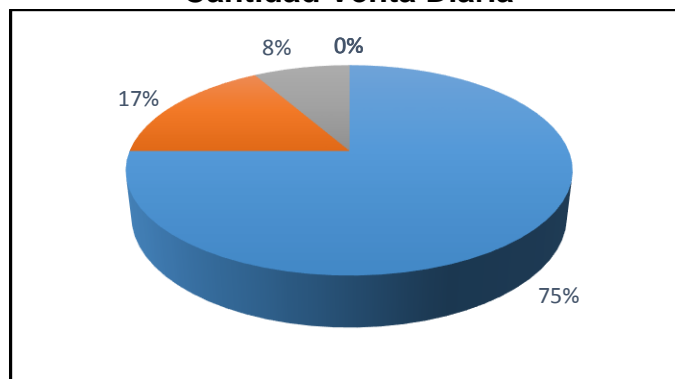
¿Cuántas chompas en lana vende usted diariamente? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 25
Cantidad Venta Diaria

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 10	9	75%
De 11 a 20	2	17%
De 21 a 40	1	8%
De 41 a 60	0	0%
De 61 a 100	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 22
Cantidad Venta Diaria



Fuente: Cuadro 25
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de los encuestados que venden el producto; el 75% indicaron que venden entre 1 a 10 chompas en lana de Orlón; el 17% venden de 11 a 20 prendas; el 8% venden entre 21 a 40 chompas en lana de Orlón; por los resultados podemos afirmar que la mayoría de las empresas productoras y comercializadoras venden entre uno a diez unidades en el cantón Loja.

Pregunta 7

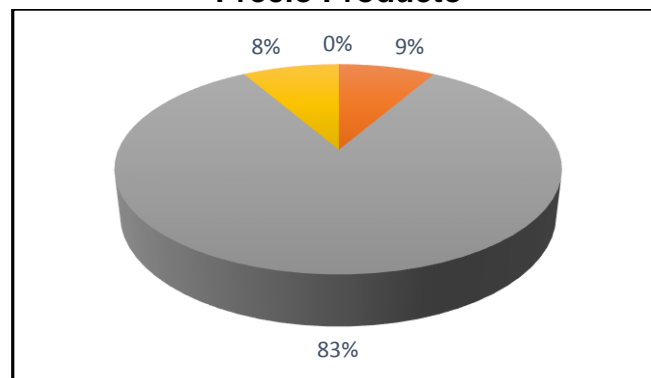
¿A qué precio vende usted cada chompa en lana? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 26
Precio Producto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De 5 a 10	0	0%
De 11 a 15	1	8%
De 16 a 20	10	83%
De 21 a 30	1	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 23
Precio Producto



Fuente: Cuadro 26
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de los encuestados que son 12 empresas; 1 o el 8%, venden en el rango de 11 a 15 dólares por cada prenda; 10 encuestados o el 83% venden en el rango de 16 a 20 dólares; y el 1 o 8% venden entre 21 a 30 dólares. El resto de opciones no obtuvo ningún porcentaje, esto indica que el rango general de venta del producto de la competencia es de 16 a 20 dólares, por cada chompa en lana de Orlón.

Pregunta 8

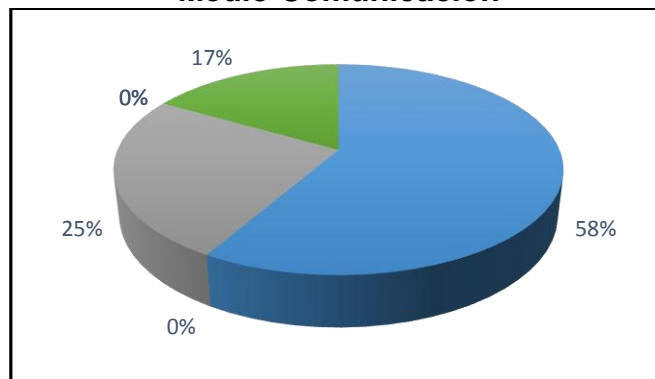
¿Qué medio de comunicación utiliza para realizar la publicidad de su empresa? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 27
Medio Comunicación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Radio	7	58%
Televisión	0	0%
Prensa Escrita	3	25%
Gigantografías	0	0%
Redes Sociales	2	17%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 24
Medio Comunicación



Fuente: Cuadro 27
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

El 58% de las empresas encuestadas utiliza como medio de comunicación las radios; el 25% utiliza la prensa escrita, y el 17% utiliza las redes sociales para hacer publicidad de la empresa; lo que quiere decir que la mayoría de estas empresas utilizan las radios como medios para realizar publicidad de sus productos en general.

Pregunta 9

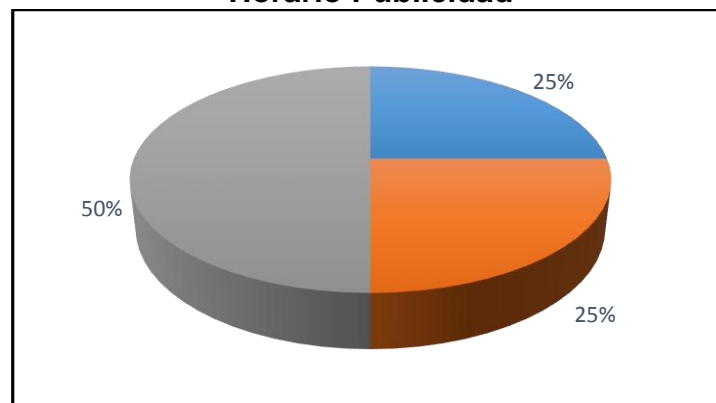
¿Cuál es su horario preferido para contratar la publicidad en los medios de comunicación? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 28
Horario Publicidad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	3	25%
Tarde	3	25%
Noche	6	50%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 25
Horario Publicidad



Fuente: Cuadro 28
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

El 25% de las empresas encuestadas contrata en el horario de la mañana; el otro porcentaje del 25% lo hace en horas de la tarde, y finalmente el otro 50% contrata en horas de la noche. Se confirma que el horario de contrato de publicidad en los medios tiene preferencia en horas de la noche.

Pregunta 10

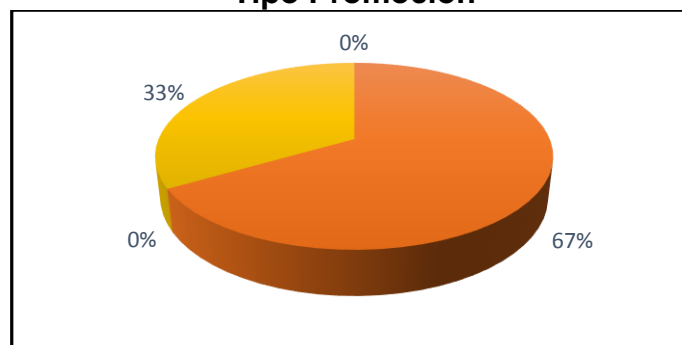
¿Cuáles de las promociones realiza su empresa por la venta del producto a sus clientes? Marque con una X una sola opción.

Cuadro 29
Tipo Promoción

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Rifas	0	0%
Descuentos	8	67%
Llaveros	0	0%
Recuerdos	4	33%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes
Elaboración: La Autora

Gráfico 26
Tipo Promoción



Fuente: Cuadro 29
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación

En referencia al tipo de promociones podemos indicar que; el 67% del total de ocho empresas realiza descuentos en sus ventas como promoción del producto; mientras que el 33% de las empresas prefiere dar recuerdos y el resto de las opciones como: rifas y llaveros, no obtuvieron porcentaje alguno. Por lo cual se evidencia que la mayoría de las empresas como promociones prefieren hacer descuentos.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

El Estudio de Mercado es de vital importancia porque permite explicar el comportamiento de los mercados vinculados al proyecto de inversión, evaluar el efecto del proyecto en el equilibrio de los mercados que afecta, y sobre todo facilita la valoración de los beneficios y costos del proyecto. En este caso para llevar a cabo el estudio de mercado se utilizó la técnica de la encuesta, aplicada a los potenciales clientes, a objeto de obtener la demanda y otra encuesta aplicada a los propietarios y gerentes de empresas productoras y comercializadoras de las chompas en lana de Orlón para obtener la oferta del producto.

Análisis de la Demanda

En la demanda se debe obtener el número de chompas en lana de Orlón que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo de tiempo determinado. Según las condiciones de precio, calidad, ingresos, gustos o preferencias. A continuación se describe como se obtiene la demanda potencial.

Demanda Potencial

Para la obtención de la demanda potencial, se utilizó el total de la población del cantón Loja para el año 2010, la misma que fue de 214.855 habitantes con una tasa de incremento poblacional del 2,65% anual. Primeramente se deduce la *población económicamente activa* que está

comprendida entre los ciudadanos en edades de los 15 hasta los 69 años de edad, que corresponde al 62,2% de la población total, entonces la población objeto de estudio es de 156347.

Formula de la Demanda Potencial **DP = p x c**

DP = Demanda Potencial

p = población

c = ciudadanos que conocen el producto

DP = p x c

DP = 156.347 X 86%

DP = 134.458,42

Cuadro 30
Demanda Potencial

Años	Población Económicamente Activa	86%	Demanda Potencial
0	156.347	86%	134.458
1	157.303	86%	135.421
2	159.851	86%	137.472
3	163.480	86%	140.593
4	167.191	86%	143.784
5	170.986	86%	147.048
6	174.868	86%	150.386
7	178.837	86%	153.800
8	182.897	86%	157.291
9	187.049	86%	160.862
10	191.295	86%	164.513

Fuente: Cuadro No. 4.
Elaboración: La Autora.

Demanda Real

La demanda real se obtiene de multiplicar la demanda potencial por el porcentaje de ciudadanos que si han adquirido en algún momento el producto, que se obtiene del cuadro No. 5.

Formula de la Demanda Real **DR = dp x %PEA**

DR = Demanda Real

dp = Demanda Potencial

%PEA = ciudadanos que han adquirido el producto

DR = dp X %PEA

DR = 134.458 X 94%

DR = 126.390

Cuadro 31
Demanda Real

Años	Demanda Potencial	94 %	Demanda Real
0	134.458	94%	126.390
1	135.421	94%	127.356
2	137.472	94%	129.224
3	140.593	94%	132.157
4	143.784	94%	135.157
5	147.048	94%	138.225
6	150.386	94%	141.363
7	153.800	94%	144.572
8	157.291	94%	147.854
9	160.862	94%	151.210
10	164.513	94%	154.642

Fuente: Cuadros 5 y 30.

Elaboración: La Autora.

Consumo Per Cápita del Producto

Para obtener el consumo per cápita el producto debemos de realizar el cálculo, considerando los resultados del cuadro No. 9 y los resultados son los siguientes.

Cuadro 32
Consumo Per cápita del Producto Anual

Alternativas (X)	Frecuencia (Y)	Promedio \bar{X}	Total $\bar{X} * Y$
De 1 a 3	373	2	746
De 4 a 6	1	5	5
De 7 a 9	1	8	8
De 10 a 12	0	0	0
De 13 a 15	0	14	0
De 16 a 18	0	17	0
TOTAL	375		759

Fuente: Cuadro 8

Elaboración: La Autora

Formula del Promedio Consumo Per cápita

$$CPP = \frac{\sum (\bar{X} * Y)}{\sum Y}$$

$$CPP = \frac{759}{375}$$

$$CPP = 2$$

Los resultados nos indican que cada ciudadano del cantón Loja, Provincia de Loja, adquiere en promedio 2 chompas en lana de Orlón en forma anual.

Demanda Efectiva

La Demanda Efectiva resulta de la demanda real por el porcentaje de ciudadanos que contestaron afirmativamente en referencia al cuadro No. 15, que es del 97%. Y nos da como resultado.

Formula de la Demanda Real **DEf = dr x %PEA**

DEf = Demanda Efectiva

dr = Demanda Real

%c = Ciudadanos que adquirirán el producto

DEf = dr x %PEA

DEf = 123.551 X 97%

DEf = 119.844

Demanda Esperada en Unidades

La Demanda Esperada resulta de la demanda efectiva por el promedio consumo per cápita, que es 2, y nos da como resultado:

Formula de la Demanda Esperada **DEs = DEf x CPP**

DEs = DEf x CPP

DEs = 119.844,47 X 2

DEs = 239.688,94

**Cuadro 33
Demanda Efectiva**

Año	Demanda Real	Demanda Efectiva (97%)	Consumo Promedio Per Cápita Anual	Demanda Efectiva en Unidades
0	126.390	119.844	2	245.196
1	127.356	123.535		247.070
2	129.224	125.347		250.694
3	132.157	128.193		256.385
4	135.157	131.103		262.205
5	138.225	134.079		268.157
6	141.363	137.122		274.244
7	144.572	140.235		280.470
8	147.854	143.418		286.836
9	151.210	146.674		293.347
10	154.642	150.003		300.006

Fuente: Cuadros 31 y 32.

Elaboración: La Autora

Análisis de la Oferta

A continuación se realizará el análisis de la oferta para el presente trabajo investigativo que consiste en determinar la cantidad del producto que las empresas productoras y comercializadores de chompas en lana de Orlón, tienen en el mercado de la ciudad de Loja, para lo cual se consideran los datos de la pregunta No. 6, De la Encuesta a los Oferentes y se realiza el respectivo cálculo para sacar el promedio ofertado del producto en el mercado.

**Cuadro 34
Oferta Existente**

Orden	Nombre de la Empresa	Tipo de Empresa
01	Jarmos Premamá – Bebe y niños	comercializadora
02	Almacén Deportivo Rey	comercializadora
03	Almacén Terán	comercializadora
04	Tienda de Ropa Catinabel	comercializadora
05	Boutique “El Caballero”	comercializadora
06	Almacén “Viste Bien”	comercializadora
07	Almacén “Tu moda”	comercializadora
08	Almacén “Solo para ti”	comercializadora
09	Tienda de Ropa Illumino	productora y comercializadora
10	Tienda de Ropa Cañarito	productora y comercializadora
11	Almacén “Otavalo”	productora y comercializadora
12	Almacén “Tres Lanas”	productora y comercializadora

Fuente: Encuesta aplicada a demandantes

Elaboración: La Autora

**Cuadro 35
Promedio Oferta de Chompas en Lana de Orlón**

Cantidad de Oferta	Frecuencia	Promedio de oferta diaria.	Total del Producto Ofertado
De 1 a 10	9	5,5	49,5
De 11 a 20	2	15,5	31
De 21 a 40	1	30,50	30,50
De 41 a 60	0	0	0
De 61 a 100	0	0	0
TOTAL	12		111

Fuente: Cuadro 25

Elaboración: La Autora

De los datos obtenidos se procedió a determinar el promedio de venta de las chompas de lana de Orlón, para lo cual se realizó el siguiente cálculo:

- 1) El total promedio del producto ofertado es de 111, esta cantidad se dividió para el total de empresa 12. Y se obtuvo 9,25, que es el promedio de venta de cada empresa.

X =	$111/12 =$	9,25
-----	------------	------

- 2) Luego el promedio obtenido se multiplico por 30 días que tiene el mes, dando como resultado 277,50., como promedio de venta al mes.

X =	$9,25 \times 30 =$	277,50
-----	--------------------	--------

- 3) Posteriormente esta cantidad de 277,50 se multiplicó por 12 meses que tiene el año, cuyo resultado es de 3.330.

X =	$277,50 \times 12 =$	3.330
-----	----------------------	-------

- 4) Finalmente tenemos que dividir esta cantidad de 3.330 sobre 12 que es la cantidad de empresas ofertantes y nos da como resultado que el promedio anual de venta de las chompas de lana es de 39.960.

X =	$3.330 \times 12 =$	39.960
-----	---------------------	--------

Entonces tenemos el promedio de oferta diaria de 9,25, mensual de 277,50 y anual de 3.300 por 12 empresas, se obtiene el promedio ofertado anual es de 39.960; para la proyección de la oferta a los 10 años de vida útil se consideró el porcentaje crecimiento empresarial del

Ecuador que es del 3,3% al año 2.016., de acuerdo al Ministerio Coordinador de la Política Ecuatoriana.

Cuadro 36
Proyección de la Oferta de Chompas Lana Orlón

Años	Oferta
0	39.960
1	41.279
2	42.641
3	44.048
4	45.502
5	47.003
6	48.554
7	50.157
8	51.812
9	53.522
10	55.288

Fuente: Cuadros 34

Elaboración: La Autora

Demanda Insatisfecha

La demanda Insatisfecha es el análisis entre la demanda esperada y la oferta, siendo esta la cantidad del producto que es probable que el mercado consuma en los años futuros. *Formula de la Demanda*

Insatisfecha **DI = DEU - O**

DI = Demanda Insatisfecha

DEU = Demanda Efectiva en Unidades

O = Oferta

DI = DEU - O

$$DI = 239.689 - 39.960$$

$$DI = 199.729$$

Cuadro 37
Demanda Insatisfecha

Años	Demanda Esperada	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	245.196	39.960	205.236
1	247.070	41.279	205.791
2	250.694	42.641	208.053
3	256.385	44.048	212.337
4	262.205	45.502	216.703
5	268.157	47.003	221.154
6	274.244	48.554	225.690
7	280.470	50.157	230.313
8	286.836	51.812	235.025
9	293.347	53.522	239.826
10	300.006	55.288	244.719

Fuente: Cuadros: 33 y 36.

Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

En el plan de comercialización se definirán las estrategias que permitirán llegar con toda la información necesaria al mercado objetivo, además se analizarán en forma detallada los cuatro factores fundamentales como: el producto, el precio, la plaza y promoción, iniciando primeramente con la imagen corporativa y el eslogan que utilizará la nueva empresa de producción y comercialización de chompas en lana de Orlón, en el cantón Loja.

* PRODUCTO

El producto que se comercializará serán las chompas en lana de Orlón, cerradas con cuello en V, las mismas que se producirán tanto para hombre como para mujer, en colores en las siguientes tallas: S, M, L.

Imagen del Producto

Gráfico 27



Fuente: Observación y Diseño empresas similares.
Elaborada: La Autora:

Eslogan



*** PRESENTACION DEL PRODUCTO (doblado y enfundado)**

Gráfico 28



Fuente: Observación y Diseño empresas similares.
Elaborada: La Autora:

*** PRECIO**

El precio que se considerará se establecerá en base a los siguientes parámetros:

- 1) Se propondrán en base a los costos de producción y el margen de utilidad, la mano de obra que es el determinante principal de la calidad y la cantidad de producción.
- 2) Se hará referencia a los precios de venta de la competencia de los productos similares en el mercado local, a fin de que el producto se posicione con facilidad en los primeros meses.

3) Se considerará la situación socioeconómica de la población, de esta manera el producto pueda estar al alcance del presupuesto de todos en general.

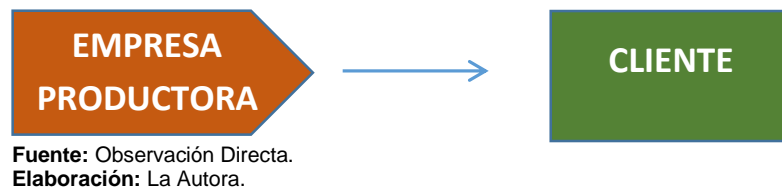
* **PLAZA**

La plaza a ser considerada para la promoción y comercialización de las chompas en lana de Orlón, será el cantón Loja, para lo cual se tiene programada la venta directa como canal de comercialización.

Venta Directa:

La venta directa consistirá en que el demandante de las chompas en lana de Orlón podrá comprar el producto en forma directa en la empresa que se encontrarán en la ciudad de Loja.

Grafico 29
Venta Directa



PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Publicidad:

Para la contratación de la publicidad de la empresa se considerará los resultados obtenidos en el estudio de mercado, de las encuestas a los demandantes del producto en el cantón Loja, en el cual la pregunta No. 9

dice “¿De los siguientes medios de comunicación, cual es el que más utiliza para informarse?, cuyos resultados nos revelan:

- El 49% prefieren informarse por la televisión
- Un 25% que prefiere informarse por la radio.

Y de la pregunta No. 10, “De las siguientes emisoras de radio, cual es la que utiliza con mayor frecuencia”, y los resultados son:

- El 36% por la radio Centinela del Sur,
- El 28% que obtiene la radio Luz y Vida.

Con estos resultados se decidió contratar por la radio Centinela del Sur; la radio por ser un medio de comunicación que no exige ingentes recursos para contratar la publicidad en relación a la televisión y a fin cuidar que los primeros meses no se incurra en gastos excesivos que vayan a afectar el presupuesto de la empresa.

Por lo tanto la cuña publicitaria será contratada en la radio Centinela del Sur, el horario sugerido para la emisora será de: 07:00 a.m.; 12:30 p.m. y 18h30 p.m.

Cuadro 38
Presupuesto de Publicidad Mensual Radio Centinela del Sur

Cuñas Diarias	Cuñas Semanales	Cuñas Mensuales	Valor Unitario	Total
3	15	60	2,50	150
TOTAL				150

Fuente: Medios de Comunicación de la Provincia de Loja.

Elaboración: La Autora.

ESTUDIO TECNICO

Para determinar los requerimientos de los recursos básicos necesarios para el proceso de producción de las chompas en Lana de Orlón y el inicio de las operaciones de la empresa, es necesario realizar el estudio técnico. En donde se proporcionará valiosa información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación que se requieren. Por lo tanto aquí además se establecerá la tecnología a utilizarse y se sustentará las decisiones en los resultados que fueron obtenidos en el estudio de mercado referente al espacio físico, los recursos materiales, el tamaño ideal de la planta, el diseño, la distribución, la localización y el proceso productivo, los recursos humanos y más aspectos inherentes a la puesta en marcha que son muy importantes considerarlos.

Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto de la empresa evalúa la relación de la capacidad productiva durante un periodo determinado de tiempo. De esta manera la determinación del tamaño se refiere al establecimiento adecuado de la capacidad productiva que se va a instalar y se expresará en unidades (chompas de lana en Orlón) por cada año; en donde se toma en consideración la demanda, la oferta y los costos.

Capacidad Instalada

La capacidad instalada se refiere al volumen total de producción de chompas en lana de Orlón al que puede llegar la empresa productora y comercializadora, utilizando el 100% de la capacidad instalada de cada uno de los factores que comprenden el proceso productivo, como la maquinaria y equipo, recursos humanos y duración de las jornadas de trabajo que generalmente son 8 horas diarias. Por lo tanto es necesario realizar el análisis de todos los factores.

En la capacidad instalada de la maquinaria se considera primeramente la capacidad de producción de la maquinaria y equipo a emplear: Hay que considerar que las propiedades estéticas del Orlón y su costo son las más semejantes a la lana de buena calidad, pero son especialmente adecuadas para personas alérgicas a la lana. La producción del producto se lo realiza utilizando la siguiente maquinaria:

Máquina de Tejer computarizada.

- Capacidad de Tejer hasta 4 chompas por hora.

Maquina Bordadora

- * Capacidad Bordar de 15 trabajos por hora.

Máquina de Coser

- Capacidad de coser hasta 15 trabajos por hora.

De acuerdo a las especificaciones técnicas de la maquinaria en cuanto al uso diario que se le debe de dar, no tiene restricciones puede trabajar más de ocho horas diarias, además se destaca que en el proceso de confección de las chompas en lana de Orlón existen actividades en las cuales no es necesario utilizar la maquinaria, por lo que se ratifica que las dos máquinas de tejer y la máquina de bordados, permite el trabajo el 100% y no afectará la producción de la empresa, descartándose que se produzcan desperfectos por el constante funcionamiento.

De acuerdo a la capacidad instalada de la maquinaria analizada anteriormente, se prevé utilizar cuatro operarias las mismas que trabajarán el área de producción con las siguientes tareas generales a desarrollar:

Cuadro 39
Presupuesto de Recurso Humano

Cargo	Función General	Horas Laborables
Obrera	operaria de máquina de tejer	8 horas
Obrera	operaria de máquina de tejer	8 horas
Obrera	operaria de máquina de bordados	8 horas
Obrera	operaria corte y diseño	8 horas

Fuente: Observación Directa de Empresas Tejedoras.

Elaboración: La Autora.

La infraestructura física a utilizar debe permitir un manejo y utilización de la maquinaria en forma cómoda y segura, de acuerdo a los estándares de calidad y seguridad industrial, de tal manera que los obreros trabajen 8 horas diarias, de acuerdo al art. 47 del Código de Trabajo, que dice “la jornada de trabajo será máximo ocho horas, diarias de manera que no

excedan de 40 horas semanales” los cinco días a la semana. Por lo tanto se prevé que cumplan 40 horas semanales y que cada hora confeccionen 8 chompas en lana de Orlón, 64 chompas en forma diaria, 1.280 en forma mensual y 15.360 en forma anual.

Cuadro 40
Capacidad Instalada de la Empresa

Producción por hora	Número horas laborables	Producción Diaria	Producción Mensual	Producción Anual
8 chompas	8	64	1.280	15.360

Fuente: Análisis de la Capacidad Instalada.

Elaboración: La Autora

La empresa de productora y comercializadora de chompas en lana de Orlón, está en la capacidad de producir 15.360 chompas y estaría en la capacidad de cubrir el 7,69% de la demanda insatisfecha.

✚ Porcentaje de la Cap. Instalada: $\text{Cap. Inst.} \times 100 / \text{Demanda. Insatisfecha}$.

✚ Porcentaje de la Cap. Instalada: $15.360 \times 100 / 205.236 = 7,48\%$.

Cuadro 41
Porcentaje Capacidad Instalada

Demanda Insatisfecha	Porcentaje	Capacidad Instalada
205.236	7,48	15.360

Fuente: Cuadro 37.

Elaboración: La Autora.

Cuadro 42
Proyección Porcentaje Capacidad Instalada

Años	Demanda Insatisfecha	%	Capacidad Instalada
0	205.236	7,48	15.360
1	205.791	7,46	15.360
2	208.053	7,38	15.360
3	212.337	7,23	15.360
4	216.703	7,09	15.360
5	221.154	6,95	15.360
6	225.690	6,81	15.360
7	230.313	6,67	15.360
8	235.025	6,54	15.360
9	239.826	6,40	15.360
10	244.719	6,28	15.360

Fuente: Cuadros 41.
Elaboración: La Autora

Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada se dará en los siguientes porcentajes con respecto a la capacidad instalada:

- Del primer al tercer año será del 80%.
- Del cuarto al sexto año el 85%.
- Del séptimo al noveno el 90%.
- El décimo año el 95%.

Siendo la capacidad utilizada el volumen máximo que se genera efectivamente en cada uno de los años de la producción, es conveniente

que las empresas cuando inician sus operaciones en los primeros años, no trabajen al ciento por ciento de su capacidad instalada; por múltiples razones:

1. Por no disponer de los recursos financieros necesarios.
2. Para que la empresa alcance el grado de confianza en la producción.
3. Para que los trabajadores desarrollen las destrezas al 100% en el manejo del equipo y maquinaria.
4. Porque en condiciones normales, no podrán atender pedidos extraordinarios y si los hace puede verse alterado significativamente la estructura de costos, especialmente por la participación de los costos fijos.

Cuadro 43
Capacidad Utilizada

Años	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad Utilizada
1	15.360	80%	12.288
2	15.360	80%	12.288
3	15.360	80%	12.288
4	15.360	85%	13.056
5	15.360	85%	13.056
6	15.360	85%	13.056
7	15.360	90%	13.824
8	15.360	90%	13.824
9	15.360	90%	13.824
10	15.360	95%	14.592

Fuente: Cuadro 43.

Elaboración: La Autora

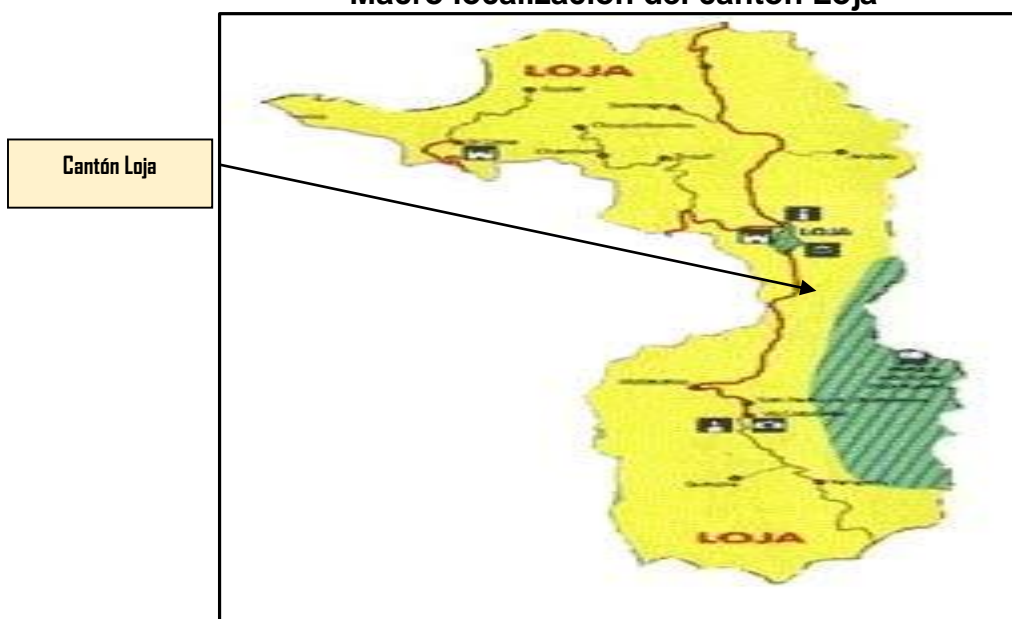
Localización del Proyecto

En la localización del proyecto se establecerá el lugar exacto donde se debe ubicar la empresa, esto permitirá el ahorro de los recursos económicos y el aumento de la producción, en el presente análisis se enfatizará en la macro localización y la micro localización.

Macro localización

La macro localización precisa la zona general en donde se ubicará la nueva empresa, en este caso el proyecto se ubicará en la ciudad de Loja, cantón Loja, corresponde a la cabecera cantonal de la Provincia de Loja, ubicada al sur oriente de la Provincia, con una población de 218.000 habitantes aproximadamente, la cual está distribuida en un 68% en la zona urbana, el 13% en la periferia y el 19% en las parroquias rurales.

Gráfico 30
Macro localización del cantón Loja



Fuente: Mapa Cantón Loja
Elaboración: La Autora

Micro localización

La micro localización consiste en especificar el lugar exacto donde va a estar instalada la empresa, para lo cual se utiliza el método cualitativo por puntos.

Factores Determinantes para la Localización

- **Disponibilidad de materia Prima.-** La materia prima que es la lana de Orlón., podemos indicar que esta se la adquiere al por mayor desde los principales distribuidores de Quito. Por lo tanto este factor no tiene incidencia alguna en el presente análisis, por cuanto la materia prima se lo realiza bajo pedido a los mayoristas.
- **Disponibilidad de la Mano de Obra.-** En la ciudad de Loja, si existe mano de obra calificada y suficiente, lo cual permitirá que la empresa no tenga inconvenientes en el elegir el lugar adecuado y que este factor pueda ser afectado por la falta de mano de obra.
- **Facilidad de acceso para el cliente.-** El acceso del cliente al sector donde se ubicará la empresa es esencial, ya que se prevé incluir como un canal de comercialización directa entre la empresa y el cliente.
- **Servicios Generales.-** Considerando la maquinaria a utilizar se hace necesario que la empresa se ubique en un lugar donde existan todos los servicios básicos como el agua, luz, internet y teléfono. Por lo cual este factor tendrá relevancia en nuestro análisis ya que la ciudad tiene todos los servicios generales.

- **Acceso a transporte.-** Este factor no incide en demasía en el presente análisis en vista que el flujo de materia prima a la empresa no es constante ni voluminoso, por lo tanto no se requiere que exista un acceso al transporte en forma permanente.
- **Estado de Vías.-** El estado de las vías en especial en la ciudad de Loja, es normal, y no afectará en la ubicación que se le dé a la empresa.
- **Índice Delincuencial.-** El aspecto psicosocial que incluye la delincuencia, si afecta en forma leve dependiendo de la ubicación, ya que algunos lugares son considerados zonas rojas, por el alto índice de casos delictivos como asaltos, robos, en especial en horas de la noche. Esto podría afectar el normal desarrollo de la empresa.

Cuadro 44
Determinación de la Micro localización – Método Cualitativo por Puntos

Factor	Peso	Sector 1		Sector 2		Sector 3		Sector 4	
		Calle Román y Av. Universitaria		Emiliano Ortega y José Félix de Valdivieso		Calle entre 24 de Mayo y Macará		Calles Azuay y 18 de Noviembre	
		Cal.	Pond.	Cal.	Pond.	Cal.	Pond.	Cal.	Pond.
<i>Materia Prima</i>	0,15	2	0,30	1	0,15	1	0,15	2	0,30
<i>Mano de Obra</i>	0,15	0	0,00	1	0,15	1	0,15	2	0,30
<i>Facilidad de Acceso</i>	0,20	3	0,60	2	0,40	3	0,60	2	1,40
<i>Servicios Generales</i>	0,15	4	0,60	3	0,45	3	0,45	4	0,60
<i>Acceso Transporte</i>	0,05	1	0,05	2	0,10	1	0,05	4	0,20
<i>Estado de Vías</i>	0,10	7	0,70	2	0,20	6	0,60	3	0,30
<i>Ind. Delincuencial</i>	0,20	4	0,80	3	0,60	4	0,80	4	0,80
TOTALES	1,00		3,05		2,05		2,80		3,90

Fuente: Factores determinantes para la micro localización.
Elaboración: La autora

Ingeniería del Proyecto

En la ingeniería del proyecto se detalla pormenorizadamente todo el proceso productivo, así como como el funcionamiento de la maquinaria y el equipo, herramientas, secuencia de procesos, la distribución física de la planta y el recurso humano que será indispensable en el proceso de producción y comercialización de las chompas en lana de Orlón.

Descripción del Proceso de Chompas en Lana de Orlón

El proceso en forma general es similar para todos los componentes de las chompas en lana de Orlón que se fabrican en la empresa y puede resumirse en las siguientes etapas: recepción de materia prima, tejido, corte, confección, acabados, acabado final y embolsado.

1. Recepción de la Materia Prima

La recepción de la materia prima consiste en recibir los hilares en lana de Orlón del pedido al mayorista, esto generalmente se lo hace en base a un pedido que lo realiza el Gerente o Jefe de Producción. En esta etapa se verifica si la materia prima corresponde al pedido hecho con anterioridad se encuentra en forma completa.

2. Tejido

Esta etapa se inicia cuando se tejen los componentes de las chompas en lana de Orlón, estos componentes son: delanteras, espaldas o cuerpos (dependiendo del diseño), mangas, cuellos, bandas, bolsillos, y pretinas.

Termina con el zafado y doblado de las piezas. Cabe destacar que existen diferencias en el proceso dependiendo del modelo.

3. Vaporizado

Esta etapa consiste en que las piezas tejidas en lana de Orlón deben pasar por el vaporizador, a objeto de que la prenda este totalmente estirada y firme para el siguiente paso.

4. Cortado

En esta etapa se realizan los cortes respectivos, aquí es donde se le da la forma al producto, del corte dependerán las medidas y las secuencias de las figuras de la prenda.

5. Confección

La confección consiste en unir los componentes del tejido, dependiendo del diseño; se realiza el pegado de hombreras y contornos de manga, luego toda la manga con el cuerpo; pegado de cuello (hojales y pegado de botones y finalmente se realiza el pegado de etiqueta; a través de remalladotas de plano y overlock, cuyas operaciones son tecno manuales.

6. Remachar

En esta etapa se fijan las prendas ya unidas anteriormente con costuras más fuertes, a objeto de que la prenda este completamente segura en el lugar de las uniones y en lo posterior la prenda no se rompa.

7. Revisión

En la revisión se ejecutan las últimas operaciones orientadas a la presentación de la prenda, donde se revisa si queda algún punto suelto, se utiliza la cortadora, la vaporizadora y la máquina de cuello.

8. Planchado

En esta etapa se plancha la prenda en forma manual, a objeto de que este completamente firme y pueda continuar al siguiente paso.

9. Doblado

En esta etapa la chompa en lana de Orlón una vez planchada se realiza el proceso de doblado.

10. Enfundado

En esta etapa la chompa en lana de Orlón es enfundado, colocando el producto en una funda plástica y parte de este producto es colocado en exhibición en la sección de ventas.








11. Empaquetado

En esta etapa la chompa es colocada en cartones, si es que va a ser transportada a los intermediarios y finalmente se procede a embalar.

Diagrama de Flujo














Para iniciar a estructurar el diagrama de flujo es necesario primeramente definir la simbología que se va a emplear:

**Cuadro 45
Simbología**

Símbolos	Significado
	Inicio de Proceso
	Fin de Proceso
	Operación
	Operación e Inspección
	Inspección
	Transporte
	Almacenamiento

Fuente: Flujo gramas
Elaboración: La Autora.

Cuadro 46

EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOMPAS EN LANA DE ORLÓN “DENITEX”								Proceso General	
Fases	Operación	Inspección	Operación e inspección	Espera	Transporte	Almacenamiento	Funcionarios	Etapas del proceso	Tiempo (Minutos/horas)
								Inicio del Proceso	
1							JP, O1,O2	Recepción de la Materia Prima	1h.
2							O1,O2	Tejido	2h.
3							O1,O2	Vaporizado	30m.
4							O1,O2	Cortado	30m.
5							O1,O2	Confección	1h.
6							O3, O4	Remachar	30m.
7							JP, O1,O2	Revisión	15m.
8							O3,O4	Planchado	30m.
9							O3,O4	Doblado	45m.
10							O3,O4	Enfundado	30m.
11							O3,O4	Empaquetado	30m.
							O3,O4	Almacenado	
								TOTALES	8 horas

Simbología de Funcionarios: JP (Jefe de Producción, O1 (Obrero No.1); O2 (Obrero No. 2); O3 (Obrero No. 3); O4 (Obrero No. 4).

Fuente: Flujo gramas y Observación Directa.

Elaboración: La Autora

Distribución Física de la Empresa

La empresa productora y comercializadora de chompas en lana de orlón, debe de poseer como parte de su estructura física un área de producción y un área de administración.

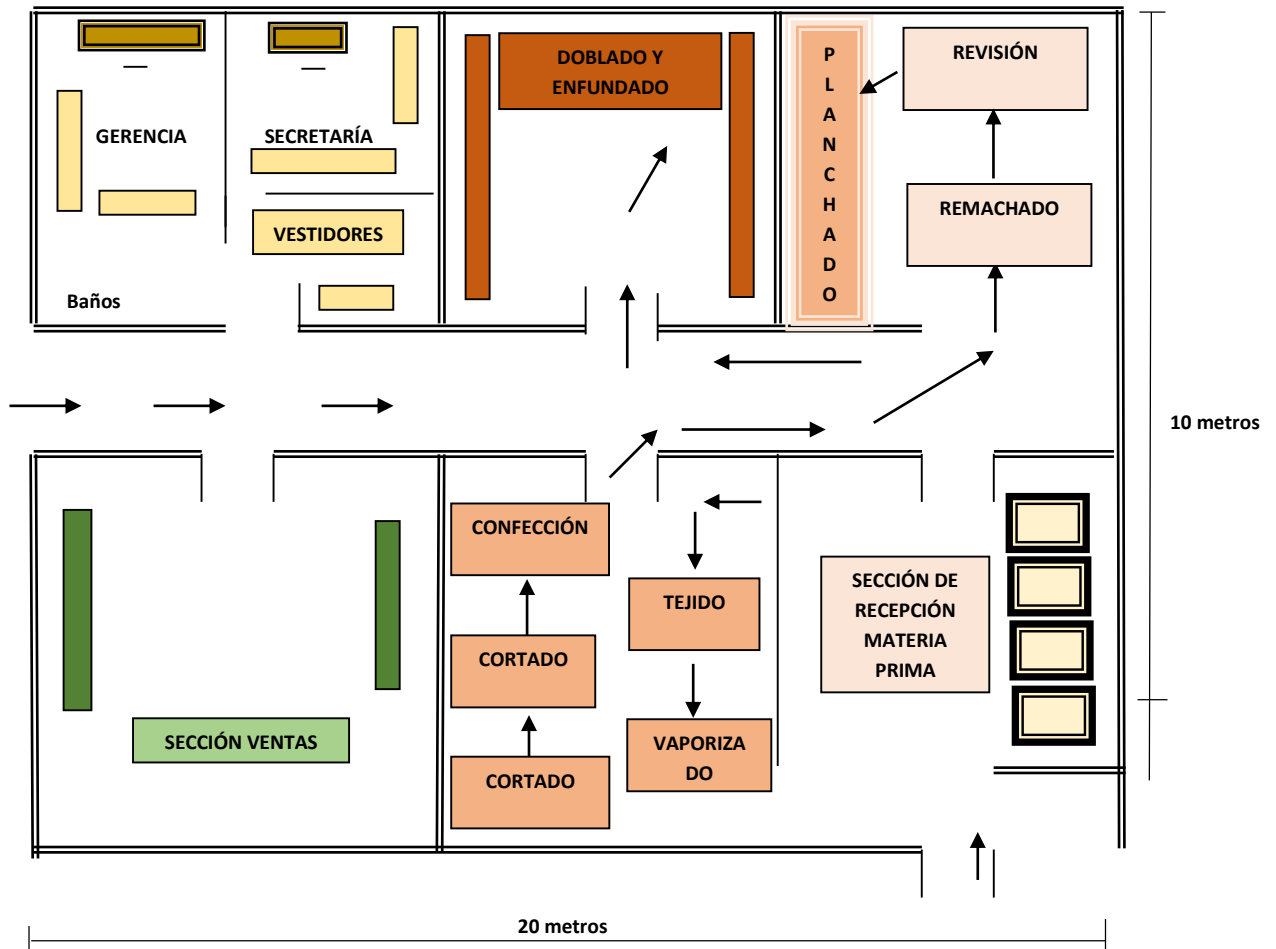
Cuadro 47
Distribución Física de la Empresa

Área de Producción:	Área de Administración
Sección de Recepción MP	Gerencia
Sección de Insumos y materiales	Secretaria
Sección de Corte	Sección de Venta
Sección de Confección	Sala de Espera
Baños	Baños

Fuente: Observación Directa a talleres de confección de chompas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico 32
Plano del Área Física de la Empresa



Fuente: Estudio de Consultoría de Infraestructura de negocios
Elaboración: La Autora

El área total que se dispone para la adecuación de la empresa productora y comercializadora de chompas en lana de Orlón, corresponde a 200 m²: 20 m. de frente y 10 m. de fondo, de las cuales se utilizará para el área de producción 130 m². y para la área administrativa, que incluye la sala de espera y el hall 70 m².

Maquinaria, Equipo, Herramientas, Accesorios, Materia Prima y Recurso Humano necesario que se requiere para que la empresa inicie sus operaciones.

Maquinaria y Equipo: 2 máquinas de tejer, 1 máquina de coser, 1 máquina bordadora.

Gráfico 33
Máquinas de Tejer XT 45 S2


	<p>CARACTERÍSTICAS:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Máquina de Tejer computarizada.▪ 1 carro con sistema doble CAM▪ Amplia pantalla táctil LCD. Para visualización y operación.▪ Tecnología digital de punta que permite transferir diseños pliegues, instaría.▪ Sistema de peine integrado con clip cuchilla.▪ Puede tejer con múltiples colores y de manera irregular <p>DATOS TÉCNICOS:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Peso 1250 kg.▪ Dimensiones: 2,97 m x 0,94 m x 2,01 m.▪ Velocidad máxima 5000 ppm.▪ Aguja 16 x 231▪ Posee un motor trifásico
--	---

Gráfico 34
Máquina de Coser

	<p>CARACTERÍSTICAS:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Máquina Industrial de Pespunte▪ Costura renta y de base plana.▪ Completa y con mesa.▪ Con motor industrial silencioso (servo) <p>DATOS TÉCNICOS:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Velocidad máxima 5.500 cpms.▪ Máximo longitud de la puntada 4,2 mm.▪ Lubricación totalmente automática.
---	---

Gráfico 35
Máquina Bordadora FY-120 IZ

	<p>CARACTERÍSTICAS:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Máquina bordadora industrial computarizada▪ Doble cama con mueble incluido▪ Plana / tubular▪ Pantalla LCD a color que permite ver el bordado en tiempo real▪ Botones: start / stop y parada de emergencia, velocidad - / + , y movimiento del marco.▪ 1 cabezal / 12 hilos.▪ Realiza cambios de color automáticamente <p>DATOS TÉCNICOS:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Velocidad 150 – 1000rpm.▪ Área de bordado plana: 330 x 530 mm / tubular 280 x 280 mm / Gorro 300 x 50 mm▪ Frecuencia 50 hz / 60 hz
---	---

Herramientas Menores y Accesorios

1. Cinta métrica.
2. Reglas para el trazo
3. Metro de Madera
4. Tijeras de Cortar
5. Carretes de Máquinas
6. Calibrador de Modistería
7. Tijeras de Bordar
8. Armadores de Chompa
9. Maniqués de Costura
10. Maniqués de Exhibición
11. Plancha a Vapor

Equipos de Oficina:

1. Sumadora Casio.
2. Teléfono convencional
3. Perforadoras.
4. Grapadoras
5. Calculadora

Equipo de Cómputo:

1. Computadoras Compac 18.
2. Impresora Multifuncional en Gerencia y Contabilidad.
3. UPS

Muebles y Enseres:

1. Mesas Grandes de trazado y corte
2. Mesas medianas para máquinas
3. Escritorio Semi Ejecutivos.
4. Sillón Giratorio.
5. Archivadores Metálicos dos cajones: Gerencia y Contabilidad.
6. Muebles para la Sala de Espera.

Materia Prima:

1. Lana de Orlón
2. Hilo
3. Reata

Materia Prima Indirecta:

1. Etiquetas
2. Fundas Plásticas con el logotipo
3. Tizas de trazado

Suministros de Oficina:

1. Papel Boom
2. Cartucho impresora Negro.
3. Cartucho impresora a colores.
4. Esferos
5. Grapas
6. Facturero

Suministros de Aseo y Limpieza

1. Cestos de Basura
2. Cloro
3. Detergente
4. Pinoklin
5. Escobas
6. Trapeador

Suministros de Seguridad Laboral

1. Extintor
2. Caja de Botiquin Primeros Auxilios

3. Insumos de Primeros Auxilios
4. Mandiles
5. Mascarillas
6. Recarga de Extintores

Recurso Humano

1. Gerente
2. Secretaria-Contable
3. Asesor Jurídico
4. Jefe de Producción
5. Vendedor
6. Trabajadores

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y EMPRESARIAL

La estructura empresarial es parte prioritaria para la instalación de una empresa; por cuanto para que la empresa inicie sus operaciones debe tramitar todos procesos legales y administrativos pertinentes y su estructuración para la puesta en marcha debe tener un sustento legal que le permita afrontar algún inconveniente en todos los 10 años de vida útil de la empresa, por lo que se debe el sustento legal correspondiente.

Organización Legal.

Para que tenga sustento legal la empresa se la debe implementar como una Compañía de Responsabilidad Limitada, por la siguiente consideración: De conformidad con el Art. 93 de la Ley de Compañías,

que en su parte pertinente dice que “La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o denominación objetiva, a lo que analizará, en todo caso, las palabras Compañía Limitada a su correspondiente abreviatura”. De la presente empresa.

ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOMPAS EN LANA DE ORLÓN EN EL CANTÓN LOJA.

En la ciudad de Loja, cabecera cantonal del cantón Loja, Provincia de Loja, a los 02 días del mes de Julio del 2016, por iniciativa propia y contando con el asesoramiento del Dr. Julio Prado Cabrera; en donde se reunieron varias personas naturales que no tienen impedimento legal, por cuanto gozan de todos los derechos como ciudadanos ecuatorianos, quienes han decidido asociarse, dentro de una Compañía de Responsabilidad Limitada, con fines de lucro, la que tendrá por objeto la producción y comercialización de chompas en lana de Orlón en el cantón Loja, Provincia de Loja; los mismos que solicitaron la elaboración de la minuta constitutiva correspondiente. A continuación el detalle de la minuta.

MINUTA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA “Empresa Productora y Comercializadora de Chompas en lana de Orlón “DENITEX”

Señor Notario:

Dígnese insertar el Libro de Registro de Compañías la minuta que a continuación se detalla:

En la ciudad de Loja, Cantón Loja, Provincia de Loja, se permiten comparecer los siguientes ciudadanos ecuatorianos: Señor Bolívar Rusbel Caraguay Hurtado, Alfredo Marco Rodríguez Ocaña y María Dolores Jiménez Castillo; de estado civil casados, mayores de edad, capaces de contratar, quienes solicitaron se inscriba la minuta de constitución bajo las siguientes cláusulas:

PRIMERO.- CONSTITUCIÓN: Actuando por sus propios derechos e intereses y bajo su responsabilidad acordaron reunirse para constituir una empresa productora y comercializadora de chompas en lana de Orlón, en la ciudad de Loja, cantón Loja, Provincia de Loja, de responsabilidad limitada, que por esta escritura se constituye, y operará bajo la razón social, **“Empresa Productora y Comercializadora de Chompas en lana de Orlón “DENITEX”**, cuyo domicilio será la ciudad de Loja, cantón Loja, Provincia de Loja.

SEGUNDA.- OBJETO SOCIAL: El objeto principal de la empresa será realizar las actividades de: PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CHOMPAS CON LANA DE ORLÓN.

TERCERA.- CAPITAL: El capital social de la empresa es de USD. 21.600,42 dólares americanos, que ha sido pagado y depositado íntegramente en la Cuenta Corriente denominada de Integración de

Capital No. 1766013480 del Banco Nacional de Fomento por los socios fundadores., conforme se detalla: el Señor Bolívar Rusbel Caraguay Hurtado, con un valor de: USD. 7.200,14; Alfredo Marco Rodríguez Ocaña con un valor de: USD. 7.200,14 y María Dolores Jiménez Castillo con un valor de: USD. 7.200,14, La responsabilidad de los socios queda limitada al monto de sus aportes.

CUARTA.- FORMALIDAD: La sociedad llevará un libro de registro de socios, inscrito en la Cámara de Comercio de la ciudad de Loja, y en la sucursal de la Súper Intendencia de Compañías de la misma ciudad, en el que se anotarán el nombre, nacionalidad, domicilio, documento de identificación, número de acciones y monto del capital aportado por cada socio, así como los embargos, gravámenes y cesiones que se hubieren efectuado, aun a través de la vía de liquidación o remate.

QUINTA.- ADMINISTRACIÓN: La dirección y administración de la sociedad estarán a cargo de los siguientes órganos: a) La Junta General de Accionistas y/o Socios, b) el Presidente, c) el Gerente.

La Junta General de socios la integrarán los socios reunidos con el quórum de por lo menos el 80% y bajo las demás condiciones establecidas en este Estatuto.

SEXTA.- FUNCIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS: son las siguientes:

Estudiar y aprobar las reformas estatutarias; examinar, aprobar o corregir los balances de fin de ejercicio y las cuentas rendidas por los administradores; Disponer de las utilidades sociales conforme a lo

previsto en la Ley y el presente estatuto; Elegir y remover libremente al Presidente y Gerente, así como fijar la remuneración del último; Elegir, remover libremente y fijar la remuneración que corresponda a los demás funcionarios de su elección; conocer y aprobar los informes presentados por el Gerente en las reuniones ordinarias y cuando la misma Junta lo solicite; Constituir las reservas que deba hacer la sociedad y demostrar su inversión provisional; Resolver lo relativo a la cesión de cuotas, así como la admisión de nuevos socios; Decidir sobre el registro y exclusión de socios; Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores de los bienes sociales y el representante legal o contra cualquier otra persona que no hubiere cumplido sus obligaciones u ocasionado daños y perjuicios a la sociedad; Autorizar la solicitud de celebración de convenio provisorio facultativo; Constituir apoderados extrajudiciales, precisándoles sus facultades; y Las demás que le asigne la Ley y este Estatuto.

SÉPTIMA.- DEL PRESIDENTE: La representación de la Compañía estará a cargo del Presidente, quien la representará en todos los actos de tipo legal y financiero y cumplirá con las siguientes disposiciones a más de las que por Ley le corresponden:

Representará y rubricará las actividades legales; Convocará a Junta General de Socios, cuando las dos terceras partes así lo dispongan; Dictará las políticas de la empresa, derivadas de la Junta de Accionistas; Posesionará al Gerente nombrado por la Junta de Accionistas; Se constituirá en apoderado judicial para la defensa de los intereses de la

compañía; Firmará los desembolsos mayores de USD. 1.000,00 y hasta los USD. 6.000,00 dólares americanos.

OCTAVA: DEL GERENTE.- Será el representante legal de la sociedad, y en caso de ausencia temporal y/o definitiva lo remplazará el delegado del Presidente en representación de la Junta General de Accionistas, con idénticas atribuciones.

Además el Gerente tendrá facultades para ejecutar los actos y contratos acordes con la naturaleza de su encargo y que se relacionen directamente con el giro ordinario de los negocios sociales. En especial, cumplirá las siguientes funciones:

- a) Uso de la firma o razón social;
- b) Designar al secretario de la compañía, que será también secretario de la Junta General de Socios.
- c) Designar los demás empleados que requiera para el normal funcionamiento de la empresa y fijarles su remuneración, excepto cuando se trate de aquellos que por Ley o por el presente estatuto deban ser designados por la Junta General de Accionistas.
- d) Corresponde al Secretario llevar los libros de Registro de Socios y de Actas de la Junta General y tendrá además, las funciones adicionales que le encomiende la misma Junta y el Gerente.

- e) Presentar un informe de su gestión a la Junta General de Socios en las reuniones ordinarias y efectuar un análisis del Balance General de fin de ejercicio con un proyecto de sugerencias para la distribución de utilidades;
- f) Convocar previa disposición de la Junta General de Socios a reuniones ordinarias y extraordinarias;
- g) Cumplir y hacer cumplir las políticas y disposiciones de la Junta General y del Presidente de la Compañía.
- h) Firmar los desembolsos de dinero hasta USD. 6.000,00 dólares americanos y cuando excedan de este valor solicitará autorización al Presidente y a la Junta General de Accionistas.

NOVENA.- REUNIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS: Las reuniones serán ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias se celebrarán dentro de los dos primeros meses siguientes al vencimiento del ejercicio fiscal, previa convocatoria del Presidente, hecha mediante comunicación a través de un medio de comunicación escrito y dirigida a cada uno de los socios con ocho (5) días hábiles de anticipación, por lo menos. Si convocada la junta ésta no se reuniere, o si la convocatoria no se hiciera con la anticipación indicada, entonces se reunirá por derecho propio el primer día hábil del cuarto mes del año en curso, a las 17H00, en las oficinas de la administración del domicilio principal.

Las reuniones ordinarias tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, designar los administradores y demás funcionarios de su elección, determinar las directrices económicas de la compañía, analizar y

aprobar las cuentas y balances del último ejercicio, resolver sobre la distribución de utilidades previo informe de sugerencias del Gerente y acordar todas las providencias necesarias para asegurar el cumplimiento del objeto social.

Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando las necesidades imprevistas o urgentes de la empresa así lo exijan, previa convocatoria del Presidente y Gerente y/o a solicitud de un número de socios representantes de por lo menos la cuarta parte de los integrantes del Capital Social.

La convocatoria para las reuniones extraordinarias se hará en la misma forma que para las ordinarias, pero con una anticipación de cinco (5) días comunes, a menos que en ellas hayan de aprobarse cuentas y balances generales de fin de ejercicio, en cuyo caso se hará con la misma anticipación prevista para las ordinarias. Las reuniones de la Junta General de Socios se efectuarán en el domicilio social. Sin embargo, podrá reunirse válidamente cualquier día y en cualquier lugar sin previa convocatoria, cuando se hallare representada la totalidad de las cuotas que integran el capital social.

DECIMA: RESERVA LEGAL.- La sociedad formará una reserva legal con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital social. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la sociedad deberá seguir aplicando el mismo diez por ciento (10%) de las utilidades

líquidas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado.

La Junta General de Socios podrá constituir reservas ocasionales, siempre que tengan una destinación específica y estén debidamente justificadas. Antes de formar cualquier reserva, se harán las apropiaciones necesarias para atender el pago de impuestos. Hechas las deducciones por este concepto y las reservas que acuerde la Junta General de Socios, incluida la reserva legal, el remanente de las utilidades líquidas se repartirá entre los socios en proporción al Capital aportado.

DECIMA PRIMERA: CORTE DE CUENTAS.- Anualmente, el 31 de diciembre, se cortarán las cuentas y se hará el Inventario y el balance general de fin de ejercicio que, junto con el respectivo Estado de Pérdidas y Ganancias, el informe del Presidente Gerente y un proyecto de distribución de utilidades, se pondrá a consideración de la Junta General de Socios para su aprobación.

DECIMA SEGUNDA: CESIÓN DE CUOTAS: Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas de aportación, lo que implicará una reforma estatutaria que se hará por escritura pública, previa aprobación de la Junta de Socios y autorización de la Superintendencia de Compañías.

La escritura será otorgada por el representante legal de la compañía, el cedente y el cesionario. El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios a través del representante legal de la

compañía, quien dará traslado por escrito para que dentro de los siguientes quince (30) días hábiles, manifiesten su interés en adquirirlas. El precio, plazo y demás condiciones de la cesión se expresarán en la oferta. Transcurrido este plazo, los socios que acepten la oferta tendrán derecho a tomarlas a prorrata de las cuotas que posean. En caso de que alguno o algunos no las tomen, su derecho acrecentará a los demás, también a prorrata. Si los socios interesados en adquirir las cuotas no estuviesen de acuerdo respecto del precio o plazo; se designarán peritos, para su fijación, conforme al procedimiento legal, y serán obligatorios para las partes.

DÉCIMA TERCERA.- TÉRMINO: La sociedad durará por el término de cincuenta años (20 años), contados desde la fecha de inscripción de la presente escritura y se disolverá por las siguientes causas:

- a) Por vencimiento del término de su duración. Si antes no fuere prorrogado válidamente;
- b) Por la imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma o por la extinción de la cosa o cosas cuyo motivo constituye su objeto;
- c) Por incremento del número de socios a más de veinticinco (15);
- d) Por la iniciación del trámite de liquidación obligatoria de la sociedad;
- e) Por decisión de la Junta General de Socios, adoptada conforme a las disposiciones para las reformas estatutarias y a las prescripciones de Ley;

- f) Por decisión de la autoridad competente en los casos expresamente previstos en la Ley;
- g) Cuando las pérdidas reduzcan el capital por debajo del cincuenta por ciento (60%);
- h) La sociedad continuará (salvo estipulación en contrario) con los herederos del socio difunto en la forma como lo prescribe la Ley; y,
- i) Por las demás causales señaladas en la Ley.

Disuelta la sociedad, se procederá de inmediato a su liquidación, en la forma legal prevista. El nombre de la sociedad (o su razón social, según el caso), una vez disuelta, se adicionará con la expresión “en liquidación”. Su omisión hará incurrir a los encargados de adelantar el proceso liquidatorio en las responsabilidades establecidas en la Ley.

DÉCIMA CUARTA: - LIQUIDACIÓN - La liquidación del Patrimonio Social se hará a través de un liquidador y/o su suplente, nombrado por la Junta General de Socios. El nombramiento se inscribirá en el Registro Mercantil. Si la Junta no nombra liquidador o liquidadores, la liquidación la hará la persona que figure inscrita como representante legal de la sociedad en el Registro Mercantil y será su suplente quien figure como tal en el mismo registro. No obstante, podrá hacerse la liquidación por los mismos socios, si así lo acuerdan ellos unánimemente. Quien administre bienes de la sociedad y sea designado liquidador no podrá ejercer el cargo sin que previamente se aprueben las cuentas de su gestión por la Junta General de Socios. Por tanto, si transcurridos treinta (30) días hábiles desde la fecha en que se designó liquidador, no se hubieren aprobado las

mencionadas cuentas, se procederá a nombrar nuevo liquidador. El liquidador informará a los acreedores sociales del estado de liquidación en que se encuentra la sociedad, una vez disuelta, mediante aviso que se publicará en un periódico de mayor circulación en el lugar del domicilio social y que se fijará en lugar visible de las oficinas y establecimientos de comercio de la ciudad de Loja, cantón Loja, Provincia de Loja.

Durante el período de liquidación la Junta General de Socios se reunirá en las fechas indicadas en los estatutos para las sesiones ordinarias y, así mismo, cuando sea convocada por los liquidadores y por el revisor fiscal si lo hubiere. Mientras no se haya cancelado el pasivo externo de la sociedad, no podrá distribuirse suma alguna a los socios, pero podrá distribuirse entre ellos la parte de los activos que exceda el doble del pasivo inventariado y no cancelado al momento de hacerse la distribución.

El pago de las obligaciones sociales se hará observando las disposiciones legales sobre preferencia de créditos. Cuando haya obligaciones condicionales se hará una reserva adecuada en poder de los liquidadores para atender dichas obligaciones si llegaren a hacerse exigibles, y se distribuirá entre los socios, en caso contrario.

Pagado el pasivo externo de la sociedad se distribuirá el remanente de los activos sociales entre los socios a prorrata de sus aportes. La distribución se hará constar en acta en que se exprese el nombre de los socios, el valor de sus correspondientes cuotas y la suma de dinero o los bienes que reciba cada uno a título de liquidación.

DECIMA SEXTA: - ARBITRAJE- Toda diferencia o controversia relativa a este contrato y a su ejecución y liquidación, se resolverá por un tribunal de arbitraje designado por la Oficina de Sorteos de la Corte Suprema de Justicia de Loja, mediante sorteo entre los árbitros inscritos en las listas que llevan dicha corte.

Para constancia de lo actuado firman en unidad de acto, los involucrados en la presente acta.

f) Abogado: _____

f) Socios: _____

f) Socios: _____

f) Socios: _____

f) Notario: _____

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA INTERNA

En toda empresa se hace ineludible establecer un modelo de estructura administrativa, que permita principalmente a los integrantes de la nueva empresa ejecutar funciones de la manera más eficiente y por consiguientes se cumpla con los objetivos y metas planteadas por la empresa al inicio de sus operaciones.

Niveles Administrativos

La empresa determina 5 niveles jerárquicos que son: el nivel legislativo, ejecutivo, asesor, auxiliar o de apoyo y operativo.

✓ Nivel Legislativo

Este nivel es el primer nivel jerárquico y está conformado por la Junta General de Socios. Las funciones del nivel legislativo son: crear políticas para la empresa, normar los procedimientos de la empresa, y dictar los reglamentos.

✓ Nivel Ejecutivo

Este nivel está representado por el gerente, presidente o director; el mismo que planifica, orienta y dirige la vida administrativa e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

✓ Nivel Asesor

Este nivel esta conformado por la persona contratada en forma temporal según las necesidades de la misma, estará integrada por un Asesor

Jurídico. Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica y legal.

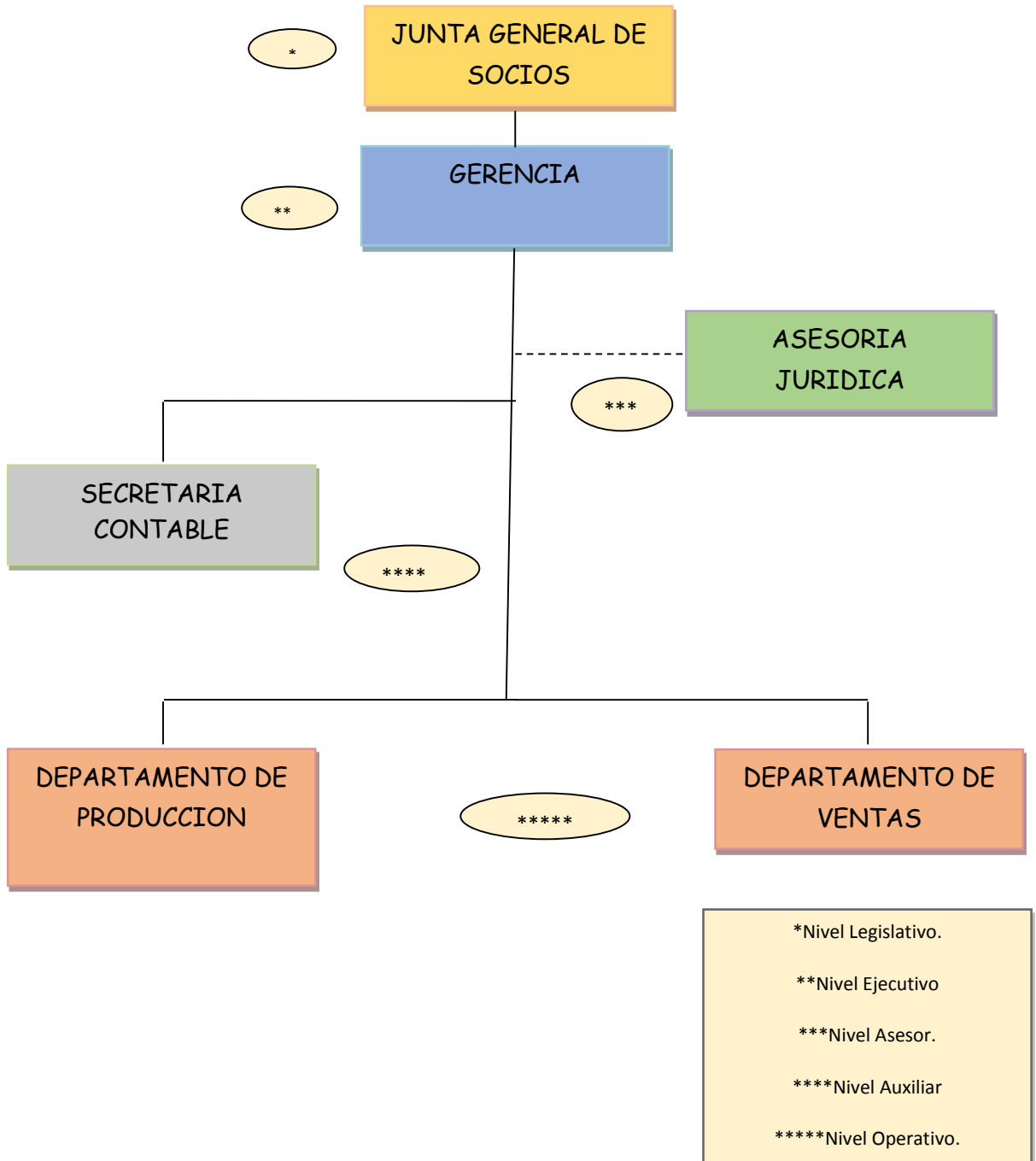
✓ **Nivel Auxiliar o de Apoyo**

Lo conforma la secretaria, la función principal es de ayudar a los otros niveles administrativos en la producción y venta de las chompas en lana de Orlón.

✓ **Nivel Operativo**

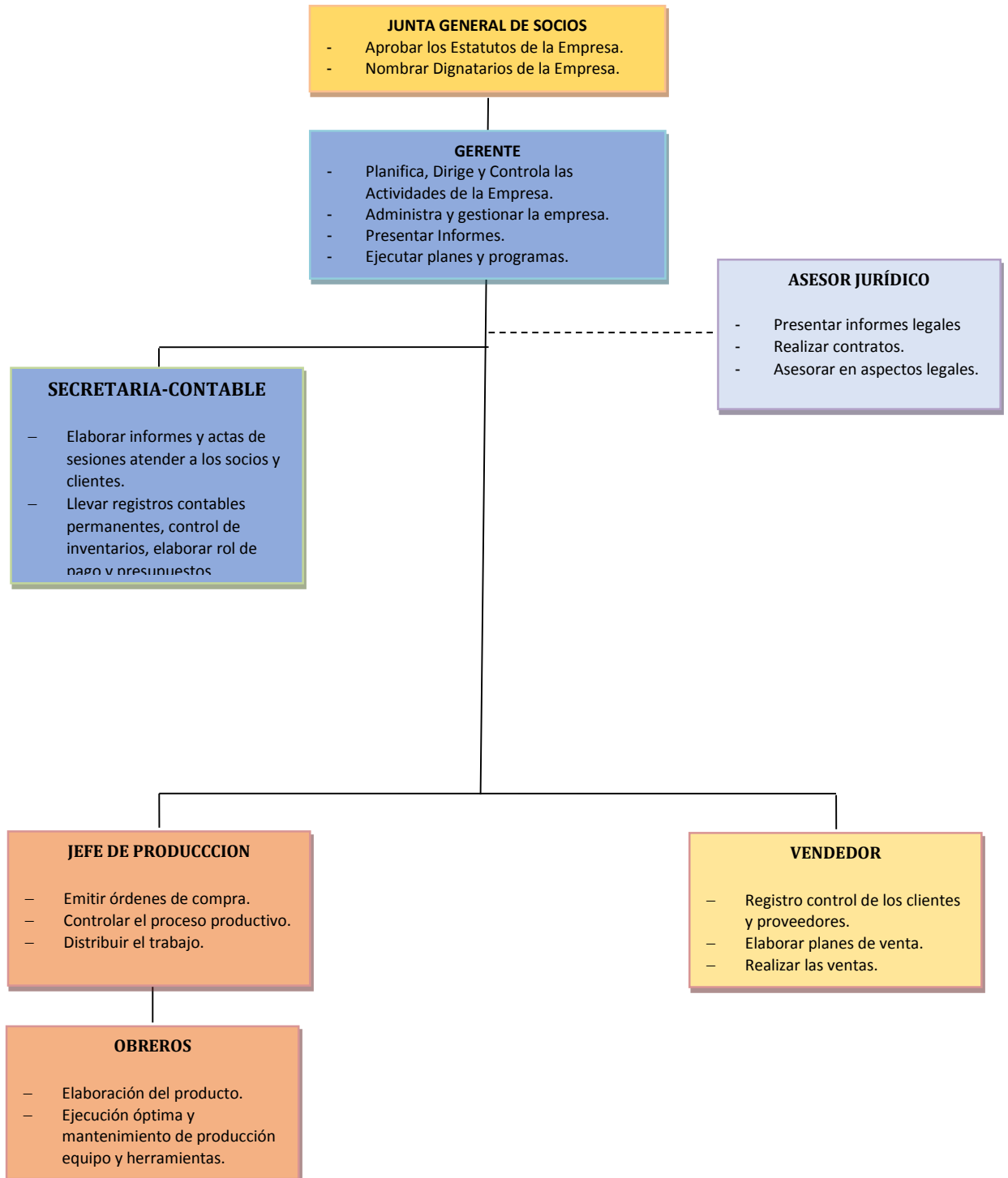
Este personal es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa. En este nivel se incluyen los departamentos de producción y ventas.

Gráfico 36
Organigrama Estructural



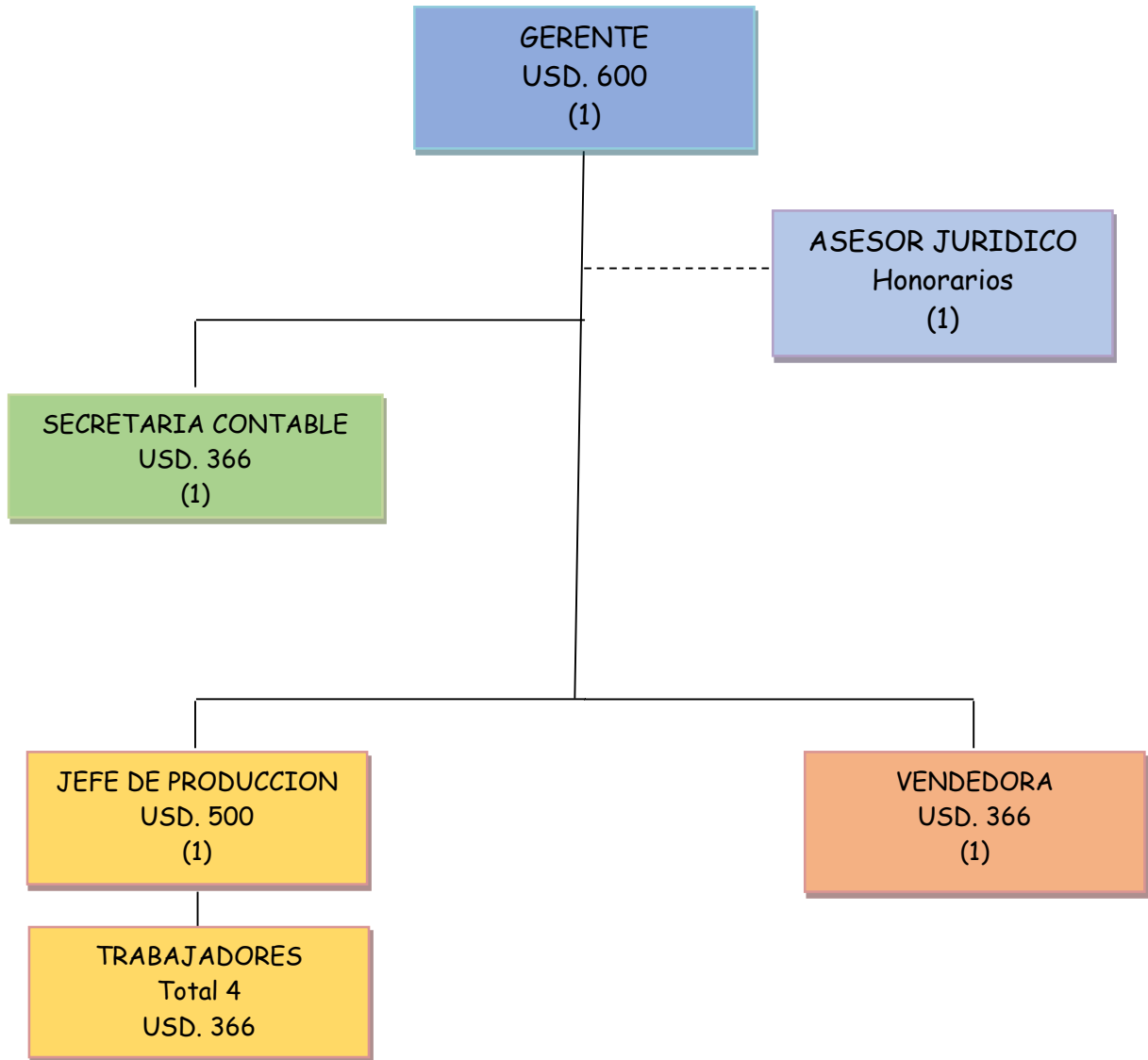
Elaboración: La Autora

Gráfico 37
Organigrama Funcional



Elaboración: La Autora

Gráfico 38
Organigrama Posicional



Elaboración: La Autora

Manuales

Los manuales administrativos son documentos escritos que concentran en forma sistemática una serie de elementos administrativos con el fin de informar y orientar la conducta de los integrantes de la empresa, unificando los criterios de desempeño y cursos de acción que deberán seguirse para cumplir con los objetivos trazados. Incluyen las normas legales, reglamentarias y administrativas que se han ido estableciendo en el transcurso del tiempo y su relación con las funciones procedimientos y la forma en la que la empresa se encuentra organizada.

- **Manual De Funciones**

Los manuales de funciones son instrumentos normativos de gestión institucional que describen las funciones básicas a nivel de puestos de trabajo o cargos contenidos en el cuadro de asignaciones, estos permite detallar cada una de las funciones y responsabilidades existentes en todos los niveles estructurales de la empresa, además son muy útiles para formar una base de datos y de esta manera se pueda buscar el perfil más apto entre los futuros postulantes del cargo disponible o vacante en la empresa.

MANUALES DE FUNCIONES DEL PERSONAL

Manual de Funciones del Gerente	
Código:	01
Dependencia:	Gerencia
Título del Puesto:	Gerente
Depende de:	Junta de Socios
Supervisa a:	Todo el personal de la empresa.
Naturaleza del trabajo:	
La función del gerente es planificar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa de confección de chompas en lana de Orlón, ubicada en la ciudad de Loja.	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none">▪ Representar legalmente a la empresa productora de chompas.▪ Implementar y diseñar procedimientos de producción y comercialización.▪ Tramitar documentos y emitir órdenes y rubricar los cheques de la empresa.▪ Nombrar y contratar personal cumpliendo con los requisitos exigidos.▪ Planificar y organizar cursos de capacitación para el personal.▪ Presentar ante la asamblea de socios los programas de producción y comercialización para que sean aprobados.▪ Manejar las actividades productivas, financieras y comerciales de la empresa.▪ Cumplir y hacer cumplir todas las políticas emanadas por la Junta de Socios.	
Requisitos Mínimos de Contratación:	
Educación:	Ingeniero Comercial
Experiencia:	Mínima de cuatro años en puestos similares
Edad:	28 años

Manual de Funciones de la Secretaria – Contadora

Código:	02
Dependencia:	Secretaria - Contadora
Título del Puesto:	Secretaria
Depende de:	Gerente
Supervisa a:	Ninguno

Naturaleza del trabajo:

La secretaria debe realizar las labores de trámite de documentación y contabilidad así como asiste en forma directa al gerente de la empresa y a todos los clientes que llegan a la misma.

Funciones:

- Receptar toda la documentación de la Empresa.
- Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa.
- Mantener actualizados los archivos de la empresa.
- Preparar los estados financieros en forma mensual y anual.
- Presentar informes y análisis contable-económicos y financieros.
- Receptar valores monetarios por conceptos de ventas.
- Redactar y digitar oficios, memorándum y circulares de la empresa.
- Coordinar con el Jefe de Confección la adquisición de materia prima e insumos.

Requisitos mínimos de contratación:

Educación:	Secretaria ejecutiva con conocimientos contables
Experiencia:	2 años en cargos similares
Edad:	26 años

Manual de Funciones del Jefe de Confecciones

Código:	03
Dependencia:	Área de Producción
Título del Puesto:	Jefe de Confecciones
Depende de:	Gerente
Supervisa a:	Empleados

Naturaleza del trabajo:

El jefe de confecciones debe garantizar el normal funcionamiento de las operaciones, tareas y responsabilidades de la empresa en lo que se refiere a la confección de las chompas en lana de Orlón.

Funciones:

- Planificar, ejecutar, y mantener procedimientos de confección de chompas.
- Elaborar resúmenes e inspecciones a las diferentes etapas del proceso productivo.
- Solucionar imprevistos durante el proceso de confección.
- Disponer la producción según los requerimientos del Gerente.
- Controlar la bodega de materia prima y producto terminados.
- Monitorear y autorizar de las compras necesarias de materia prima y suministros.
- Presentar ante el directorio programas de producción, pronósticos de venta del producto y más documentos de trabajo para su aprobación.
- Controlar el mantenimiento preventivo de la maquinaria y equipo de la empresa.

Requisitos Mínimos de Contratación:

Educación:	Diseño y Confección de Chompas en Lana.
Experiencia:	2 años en cargos similares
Edad:	28 años

Manual de Funciones del Obrero

Código:	04
Dependencia:	Departamento de Confección
Título del Puesto:	Obrero
Depende de:	Jefe de Confección.
Supervisa a:	Ninguno

Naturaleza del trabajo:

Participa en todas las etapas del proceso de confección de chompas en lana de Orllón, así como en todas las actividades como: mantenimiento de maquinaria y equipo e instalaciones.

Funciones:

- Coordinar la participación en el proceso de producción con los demás obreros.
- Formar parte de todo el proceso de confección de chompas.
- Aplicar todas las medidas de seguridad de la maquinaria y equipo de trabajo.
- Realizar la limpieza diaria del taller de trabajo.
- Mantener limpia la maquinaria bajo su responsabilidad.
- Mantener el stop de la materia prima e insumos requeridos.
- Coadyuvar a que se propicie un ambiente adecuado en la empresa.
- Comunicar cualquier novedad que se suscite con el producto terminado o materia prima.

Requisitos Mínimos de Contratación:

Educación: Bachiller con conocimientos básicos de costura y confección.

Experiencia: 1 año en cargos similares.

Edad: 20 años

Manual de Funciones del Asesor Jurídico

Código:	05
Dependencia:	Gerencia
Título del Puesto:	Asesor Jurídico
Depende de:	Gerente
Supervisa a:	Ninguno

Naturaleza del trabajo:

Será contratado en forma casual para realizar el asesoramiento en las diferentes instancias sobre aspectos legales de la empresa y sus empleados.

Funciones:

- Asesorar a los directivos de la empresa sobre aspectos legales.
- Elaborar contratos de trabajo para todo el personal de la empresa.
- Elaborar actas de finiquito de los contratos contraídos por la empresa.
- Elaborar documentos de compromiso con los proveedores.
- Representar a la empresa en conflictos que se contraiga con otras empresas.
- Asesorar al propietario de la Empresa sobre aspectos laborales.
- Representar en las diferentes instancias legales a la empresa.
- Asesor a todos los integrantes de la empresa en conflictos legales.

Requisitos Mínimos de Contratación:

Educación:	Abogado de la República del Ecuador
Experiencia:	1 año en cargos similares
Edad:	25 años

Manual de Funciones del Vendedor

Código:	06
Dependencia:	Ventas
Título del Puesto:	Vendedor
Depende de:	Jefe de Confección
Supervisa a:	Ninguno

Naturaleza del trabajo:

Sera el responsable de la venta del producto y deberá atender cordialmente a los clientes y entregar el producto acorde a los requerimientos de los mismos.

Funciones:

- Atender en forma cordial a todos los clientes.
- Elaborar un registro de ingresos y salida de mercadería.
- Mantener el stop requerido al día.
- Coordinar con el Jefe de Confección el ingreso de mercadería.
- Mantener la sección de ventas completamente limpia.
- Tomar los pedidos de los clientes e inmediatamente despachar.
- Asesorar al cliente en la compra en cuanto a precios y diseños.
- Entregar el dinero de las ventas a la contadora.
- Informar sobre alguna novedad al Jefe de confección y gerencia.
- Delinear estrategias de venta en el punto y para la ciudad de Loja.

Requisitos Mínimos de Contratación:

Educación:	Abogado de la República del Ecuador
Experiencia:	1 año en cargos similares
Edad:	25 años

ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones y Financiamiento

Inversiones

Las inversiones comprenden todos los bienes o derechos de la sociedad o empresa, el presente proyecto presenta tres tipos de inversiones como son: Activo Fijo, Activo Diferido y Activo Circulante o Capital de Trabajo.

Activos Fijos o Tangibles.

- **Maquinaria y Equipo**

De acuerdo al presente estudio técnico los equipos que se van a utilizar en el área de producción y el costo respectivo se detallan en el siguiente cuadro.

**Cuadro 48
Maquinaria**

Artículo Unidad	Unidad	V/U	V/T
Máquinas de Tejer	2	13.000,00	26.000,00
Máquina de Coser	1	1.180,00	1.180,00
Máquinas Bordadora	1	3.200,00	3.200,00
TOTAL			30.380,00

Fuente: Dixmatex, Distribuidora de Máquinas Textiles.

Elaborado por: La Autora.

- **Equipos de Oficina**

Se detallan en la siguiente tabla

Cuadro 49
Equipos de Oficina

Artículo Unidad	Unidad	V/U	V/T
Sumadora Casio	1	11,00	11,00
Teléfono Convencional	1	18,00	18,00
Perforadora	2	5,60	11,20
Grapadoras	2	4,10	8,20
Calculadora	1	7,00	7,00
TOTAL			55,40

Fuente: Comerciales de la ciudad de Loja.

Elaborado por: La Autora.

- **Equipos de Computación**

Se detallan en la siguiente tabla

Cuadro 50
Equipo de Computación

Artículo Unidad	Unidad	V/U	V/T
Computadoras Compac 18	2	620	1.240,00
Impresora multifuncional	1	80	80,00
UPS	2	45	90,00
TOTAL			1.410,00

Fuente: Almacén Master PC-Loja.

Elaborado por: La Autora.

- **Muebles y Enseres**

Los muebles y enseres comprenden los implementos que son necesarios y facilitan el desarrollo de las actividades administrativas y productivas de la nueva empresa. El detalle en el siguiente cuadro.

Cuadro 51
Muebles y Enseres

Artículo Unidad	Unidad	V/U	V/T
Mesas Grandes de trazado y corte	2	124,00	248,00
Mesas Medianas para máquinas	3	89,00	267,00
Escritorios semi-ejecutivos	2	104,00	208,00
Sillón Giratorio	2	60,00	120,00
Archivadores Metálicos dos cajones	2	37,00	74,00
Muebles para la Sala de Espera	1	677,00	677,00
TOTAL			1.594,00

Fuente: Locales Comerciales de Loja.

Elaborado por: La Autora.

▪ **Herramientas de Trabajo**

Las herramientas son indispensables para el correcto funcionamiento de las actividades empresariales en el área productiva de la empresa. se detalla cada una de estas herramientas.

Cuadro 52
Herramientas de Trabajo

Artículo Unidad	Unidad	V/U	V/T
Cinta Métrica	4	2,3	9,20
Reglas para el Trazo	2	8	16,00
Metro de Madera	4	2,5	10,00
Tijeras de Cortar	10	4,6	46,00
Carretes de Máquinas	8	3,2	25,60
Calibrador de Modistería	4	8,2	32,80
Tijeras de Bordar	4	3,2	12,80
Armadores de Chompas	120	2,55	306,00
Maniqués de costura	2	34	68,00
Maniqués de exhibición	2	50	100,00
Planchas a vapor	2	88	176,00
TOTAL			802,40

Fuente: Locales Comerciales de Loja.

Elaborado por: La Autora.

Resumen de Inversiones de los Activos Fijos

El resumen de inversiones de los activos fijos, cuyo valor se estima en USD. 34.241,80 corresponden a la inversión inicial de la empresa.

Cuadro 53
Resumen de inversiones en Activos Fijos

Activos	Monto
MAQUINARIA Y EQUIPO	30.380,00
HERRAMIENTAS	802,40
EQUIPO DE OFICINA	55,40
EQUIPO DE COMPUTACION	1.410,00
MUEBLES Y ENSERES	1.594,00
TOTAL	34.241,80

Fuente: Cuadros: del 48 al 52.

Elaboración: La Autora

Activos Diferidos

Los activos diferidos son las inversiones que se realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización.

Cuadro 54
Permisos de Funcionamiento

Detalle	Costo Total
Cuerpo de Bomberos	15,00
Patente Municipal	48,00
Dirección de Higiene del Ministerio de Salud	12,00
TOTAL	75,00

Fuente: Cuerpo de Bomberos, Municipio y Ministerio de Salud.

Elaboración: La Autora.

Cuadro 55
Registro en Entidades de Control

Detalle	Costo Total
Gremio de Artesanos del Cantón Loja	45,00
Obtención del Ruc (SRI)	0,00
TOTAL	45,00

Fuente: Asociación de Artesanos de Loja y SRI.

Elaboración: La Autora.

Cuadro 56
Elaboración del Proyecto

Detalle	Costo Total
Elaboración del Proyecto	1529,00
Material	100,00
TOTAL	1.629,00

Fuente: Servicios Profesionales en Asesoramiento de Proyectos.

Elaboración: La Autora

Resumen de Inversiones de los Activos Diferidos

El valor total estimado de los Activos Diferidos, asciende a USD. 1.749,00,

Tal como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 57
Resumen de Inversiones en Activos Diferidos

Activos	Monto
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA	75,00
REGISTRO EN ENTIDADES DE CONTROL Y ASOCIACIÓN	45,00
COSTOS DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO	1.629,00
TOTAL	1.749,00

Fuente: Cuadros: del 54 al 56.

Elaboración: La Autora

Activos Circulantes

Son los valores que egresan de la empresa para proporcionar a la misma de todos los componentes a objeto que se desarrollen las operaciones durante un periodo de tiempo establecido permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. Para este proyecto que será el capital de operación para un mes, a continuación se detalla cada uno de estos componentes.

- **Materia Prima Directa**

Se detalla a continuación:

Cuadro 58
Materia Prima Directa

Producto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual
Lana de Orlón	388	8,40	3.259,15
Hilos varios colores de 4000 yardas	120	4,20	504,00
Reata	4.096	0,28	1.146,88
TOTAL			4.910,03

Fuente: Capacidad Utilizada

Elaboración: La Autora

- **Materia Prima Indirecta**

La materia prima indirecta se refiere a todos los insumos necesarios que se requieren indirectamente en el proceso de confección de las chompas en lana de Orlón. Tal como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 59
Materia Prima Indirecta

Producto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual
Etiquetas	256	0,30	76,80
Funda Plástica con el logotipo	1050	0,3	315,00
Caja de Tizas de trazado de varios colores	4	3,2	12,80
TOTAL			404,60

Fuente: Capacidad Utilizada.

Elaboración: La Autora

▪ **Mano de Obra Directa**

La mano de obra directa corresponde al recurso humano que se requiere que intervenga en forma directa en la elaboración de las chompas en lana de Orlón. A continuación el detalle.

Cuadro 60
Mano de Obra Directa

Descripción	Cargo
	Obreros
Salario Básico Unificado	366
13º Sueldo	30,5
14º Sueldo	30,5
Aporte Patronal (12.15%)	44,47
Vacaciones	15,25
Total	486,719
Número de empleados	4
Total Mensual	1.946,88

Fuente: Ministerio de Trabajo, Salario Básico Unificado.

Elaboración: La Autora

▪ **Mano de Obra Indirecta**

La mano de obra indirecta de la empresa es el Jefe de producción, el mismo que participa indirectamente en el proceso de confección de las chompas en lana de Orlón, por consiguiente se origina mensualmente un rubro por este concepto. A continuación el detalle.

Cuadro 61
Mano de Obra Indirecta

Descripción	Cargo
	Jefe de Producción
Salario Básico Unificado	550
13º Sueldo	45,83
14º Sueldo	30,5
Aporte Patronal (12.15%)	66,83
Vacaciones	22,92
Total Mensual	716,07

Fuente: Ministerio de Trabajo, Salario Básico Unificado.

Elaboración: La Autora

▪ **Gastos de Administración**

Los gastos de administración se refieren a los todos los componentes que se requieren para el funcionamiento administrativo de la empresa, estos son los salarios del personal administrativo y los gastos de suministros de oficina de la empresa. A continuación se detalla.

Cuadro 62
Gastos de Administración

Descripción	Cargo	Cargo	Cargo
	Gerente	Secretaria Contadora	Vendedor
Salario Básico Unificado	600	366	366
13º Sueldo	50,00	30,50	30,50
14º Sueldo	30,5	30,5	30,5
Aporte Patronal (12.15%)	72,90	44,47	44,47
Vacaciones	25,00	15,25	15,25
Total	778,40	486,72	486,72
Número de empleados	1	1	1
Subtotal 1/2			1.751,84

Fuente: Observación Directa

Elaboración: La Autora

Cuadro 63
Suministros de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Resma de Papel Bon	200 hojas	0,01	2,00
Cartucho Impresora Negro (recarga)	1	2,5	2,5
Cartucho Impresora Colores (recarga)	1	3,5	3,5
Esferos	6	0,25	1,50
Caja de Grapas	1	1,25	1,25
Facturero (100 facturas)	3	7,30	21,90
Sellos de la Empresa	2	2,40	4,80
SUBTOTAL 2/2			37,45
Total de Gastos Ad. Mensuales			1.789,29

Fuente: Papelería y Librería Cristo Rey.

Elaboración: La Autora

▪ **Servicios Básicos**

Cuadro 64
Servicios Básicos

Descripción	Valor Total
Energía Eléctrica	70
Agua	12
Teléfono	9
Internet	22
TOTAL	113,00

Fuente: Emp. Eléct. Municipio, CNT.

Elaboración: La Autora

▪ **Arriendo**

Cuadro 65
Arriendo Mensual

Descripción	Valor Total
Arriendo Mensual	350,00
TOTAL	350,00

Fuente: Propietario Local.

Elaboración: La Autora

- **Suministros de Aseo y Limpieza**

Cuadro 66
Suministros de Aseo y Limpieza

Descripción	Valor Total
Cloro	1,80
Detergente	10,00
Pinoklin	6,00
Escobas	3,00
Trapeadores	3,50
Cestos de Basura	40,00
Extintores	38,40
TOTAL	102,70

Fuente: Micro mercado Romar.

Elaboración: La Autora.

- **Equipo de Seguridad y Salud Laboral**

Cuadro 67
Suministros de Seguridad y Salud Laboral

Descripción	Valor Total
Insumos Primeros Auxilios	15,00
Caja de Botiquín de Primeros Auxilios	38,00
Mandiles	50,00
Mascarillas	8,00
Recarga de Extintores	16,00
TOTAL	127,00

Fuente: Comercios de la Ciudad de Loja.

Elaboración: La Autora

- **Gastos de Publicidad y Propaganda**

Los gastos de ventas corresponden al monto que se destina por concepto del pago de publicidad, que la empresa realiza por el lapso de un mes de operaciones. A continuación el detalle.

Cuadro 68
Gastos de Ventas

Descripción	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo Total
Radio Centinela del Sur	60	2,5	150
TOTAL			150

Fuente: Cuadro 39

Elaboración: La Autora

Resumen de Inversiones de los Activos Circulantes

El valor total estimado de los Activos Circulantes, que son considerados para un mes de trabajo de la empresa, es de USD. 10.609,58.

Cuadro 69
Inversiones de los Activos Circulantes

Activos	Monto
MATERIA PRIMA DIRECTA	4.910,03
MATERIA PRIMA INDIRECTA	404,60
MANO DE OBRA DIRECTA	1.946,88
MANO DE OBRA INDIRECTA	716,08
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	1.789,29
SERVICIOS BÁSICOS	113,00
ARRIENDO	350,00
SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA	102,70
SUMINISTROS DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL	127,00
GASTOS DE VENTAS	150,00
TOTAL	10.609,58

Fuente: Cuadros: del 58 al 68.

Elaboración: La Autora

Inversión Inicial del Proyecto

La inversión inicial del proyecto, corresponde a los montos totales de inversión que la empresa debe de realizar en lo referente a la inversión en activos fijos, diferidos y circulantes. Cuyo monto es de 46.600,42. Tal como lo detalla el siguiente cuadro.

Cuadro 70
Inversión Inicial del Proyecto

	Rubro	Monto	Porcentaje
T O T A L	Activos Fijos		
	Maquinaria y Equipo	30.380,00	
	Herramientas	802,40	
	Equipo de Oficina	98,60	
	Equipo de Computación	1.410,00	
	Muebles y Enseres	1.672,00	
	Subtotal 1	34.241,80	73,47
	Activos Diferidos		
	Permiso de Funcionamiento	75,00	
	Registro en Ent. de Control	45,00	
A	Costos de Elaboración Proyecto	1.629,00	
	Subtotal 2	1.749,00	3,75
	Activos Circulantes		
L M E N S U A L	Materia Prima Directa	4.986,88	
	Materia Prima Indirecta	327,80	
	Mano de Obra Directa	1.946,88	
	Mano de Obra Indirecta	716,08	
	Gastos de Administración	1.784,49	
	Servicios Básicos	113,00	
	Arriendo	350,00	
	Suministros de Aseo y Limpieza	24,30	
	Suministros de Seguridad y Salud	89,00	
	Gastos de Venta	150,00	
	Subtotal 3	10.609,58	22,77
	INVERSIÓN TOTAL	46.600,42	100,00%

Fuente: Cuadros 53, 57, 69.

Elaboración: La Autora

Financiamiento

Una vez determinado el monto total inicial de inversiones de la empresa, es necesario realizar el análisis sobre el financiamiento que se va a realizar. Se tiene previsto hacer uso de fuentes de financiamiento internas y externas. El financiamiento interno será con aportes propios de los inversionistas y el financiamiento externo será a través de un crédito

otorgado por el Banco Nacional de Fomento, con una tasa efectiva del 10% a diez años plazo. Se detalla a continuación:

Cuadro 71
Financiamiento del Monto de la Inversión

Financiamiento	Valor	Porcentaje
Crédito BNF	25.000,00	53,64%
Capital social	21.600,42	46,35%
Total	46.600,42	100%

Fuente: Banco Nacional de Fomento.

Elaboración: La Autora

Cuadro 72
Tabla Amortización del Préstamo BANCO NACIONAL DE FOMENTO

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	25.000.00	1.568.63	2.500.00	85.80	4.154.43
2	23.431.37	1.725.50	2.343.14	80.42	4.149.05
3	21.705.87	1.898.05	2.170.59	74.49	4,143.13
4	19.807.82	2.087.85	1.980.78	67.98	4.136.62
5	17.719.97	2.296.64	1.772.00	60.81	4.129.45
6	15.423.33	2.526.30	1.542.33	52.93	4.121.57
7	12.897.03	2.778.93	1.289.70	44.26	4.112.90
8	10.118.09	3.056.83	1.011.81	34.73	4.103.36
9	7.061.27	3.362.51	706.13	24.23	4.092.87
10	3.698.76	3.698.76	369.88	12.69	4.081.33

Fuente: Banco Nacional de Fomento.

Elaboración: La Autora

Depreciaciones de los Activos Fijos

Cuando un activo es utilizado para generar ingresos este sufre un desgaste normal durante su vida útil que al final lo lleva a ser inutilizable, por esta razón es necesario realizar los cálculos de depreciación de los activos fijos en la empresa. Para lo cual se utilizará el método de la línea recta, a continuación la fórmula que se utilizará:

VA = Valor del Activo

VR = Valor Residual

AVU = Años de Vida Útil del Activo

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{VA} - \text{VR}}{\text{AVU}}$$

Se considera los coeficientes del Sistema de Rentas Internas, sobre el porcentaje de depreciación anual y los años de vida útil de cada activo, y para actualizar el equipo de computación, se lo hace con el 3,38%, índice de inflación del año 2015 del Ecuador, según el INEC.

Cuadro 73
Depreciación y Vida Útil de Activos Fijos

Activo	% Depreciación	Vida Útil (Años)
Inmuebles	5%	20 años
Maquinaria y Equipo	10%	10 años
Herramientas	10%	10 años
Equipos de Oficina	10%	10 años
Muebles y Enseres	10%	10 años
Equipo de Computo	33%	3 años

Fuente: Servicio de Rentas Internas.

Elaboración: La Autora

Cuadro 74
Depreciación Activos Fijos

Activo	% Depreciación	Vida Útil (Años)	Valor Del Activo	Valor Residual	Depreciación Anual
Maquinaria y Equipo	10%	10	30.380,00	3038	2.734,20
Herramientas	10%	10	802,40	80,24	72,22
Equipos de Oficina	10%	10	55,40	5,54	4,99
Muebles y Enseres	10%	10	1.594,00	159,4	143,46
TOTAL			32.831,80	3.233,18	2.954,87

Fuente: Activos Fijos, SRI, Método Línea Recta y índice de inflación Ecuador 3,38%.

Elaboración: La Autora

Cuadro 75
Actualización del Equipo de Computación

Años	Monto
1	1.410,00
2	1.457,66
3	1.506,93
4	1.557,86
5	1.610,52
6	1.664,95
7	1.721,23
8	1.779,41
9	1.839,55
10	1.901,73

Fuente: Cuadro 70.
Elaboración: La Autora

Cuadro 76
Depreciación Equipos de Computación

Activo	% Depreciación	Vida Útil (Años)	Valor Del Activo	Valor Residual	Depreciación Anual
Años 1, 2, 3.	33%	3	1.410,00	470,00	313,33
Años 4, 5, 6.	33%	3	1.557,86	519,29	346,19
Años 7, 8, 9	33%	3	1.721,23	573,74	382,50
Año 10	33%	3	1.901,73	633,91	422,61

Fuente: Activos Fijos, SRI y Método Línea Recta.
Elaboración: La Autora

Amortización de los Activos Diferidos

Esta amortización de los activos diferidos consiste en dividir el total invertido para los 10 años de vida útil de la empresa. A continuación se detalla.

Cuadro 77
Amortización Activos Diferidos

Denominación	Vida Útil en Años	Monto del Activo	Amortización del Activo
Activo Diferido	10	1.749,00	174,9

Fuente: Activos Diferidos.
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DE COSTOS

El presente análisis permitirá establecer el costo real de las chompas en lana de orlón, durante un periodo contable que generalmente corresponde al primer año base. El presente análisis se divide en los costos de producción y costos de operación. Se analiza cada uno de ellos.

Costos de Producción

Los costos de producción se refieren a los valores económicos que realiza la empresa y estos tienen que ser incorporados al producto a ofertar. Entre ellos tenemos el costo primo y los costos indirectos de fabricación.

- **Costo Primo**

El costo primo es la cantidad que egresa de la empresa por concepto de la adquisición de aquellos elementos que intervienen en forma directa en el procesamiento de las chompas en lana de Orlón, este rubro considera la materia prima directa, y mano de obra directa.

Cuadro 78
Costo Primo

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Directa	4.986,88	59.842,56
Mano de Obra Directa	1.946,88	23.362,51
TOTAL		83.205,07

Fuente: Activos Circulantes.

Elaboración: La Autora

- **Costos Indirectos de Fabricación**

Los costos indirectos de fabricación es el monto que la empresa invierte en la compra de todos los suministros y más elementos que intervienen indirectamente en la confección de las chompas en lana de Orlón y corresponde a los siguientes gastos: la mano de obra indirecta, materia prima indirecta, los gastos indirectos y las depreciaciones de los activos fijos, sin considerar la depreciación de los equipos de computación.

Cuadro 79
Costo Indirecto de Fabricación

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Mano de Obra Indirecta	716,08	8.592,90
Materia Prima Indirecta	327,80	3.933,60
Servicios Básicos	113,00	1.356,00
Arriendo	350,00	4.200,00
Suministros de Aseo y Limpieza	24,30	291,60
Suministros de Seguridad y Salud	89,00	1.068,00
Depreciaciones Activos Fijos	246,24	2.954,87
TOTAL		22.407,87

Fuente: Activos Circulantes.

Elaboración: La Autora

COSTOS DE OPERACIÓN

Los costos de producción o costos de operación, son requeridos para garantizar el funcionamiento de la empresa, estos permiten la continuidad de las operaciones en la empresa, corresponden a los gastos de administración y gastos de ventas, a continuación se pormenoriza cada uno de ellos:

- **Gastos de Administración**

Los gastos de administración corresponden a los gastos que realiza la empresa por concepto de pago de sueldos y salarios del personal administrativo, suministros de oficina y se considera también el monto de la depreciación del equipo de computación. A continuación el detalle:

Cuadro 80
Gastos de Administración

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos y Salarios	1.751,84	21.022,06
Suministros de Oficina	32,65	391,80
Dep. Equipos Computación	26,11	313,33
TOTAL		21.727,19

Fuente: Activos Circulantes.

Elaboración: La Autora

- **Gastos de Ventas**

Los gastos de ventas corresponden al monto que la empresa invierte en la publicidad, durante un año de operaciones. Se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 81
Gastos de Ventas

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad	150	1.800,00
TOTAL		1.800,00

Fuente: Activos Circulantes.

Elaboración: La Autora

- **Gastos Financieros**

Los gastos financieros es el monto que egresa por concepto de pago de los intereses del préstamo otorgado por el BNF, y que corresponde al

primer año de operaciones de acuerdo a la tabla de amortización otorgada por la entidad financiera. se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 82
Gastos Financieros

Detalle	Valor Anual
Intereses del Primer Año	2.500,00
TOTAL	2.500,00

Fuente: Tabla Amortización Banco Nacional de Fomento.

Elaboración: La Autora

Presupuesto de Costos Proyectado

El presupuesto de los costos proyectados se refieren a los costos totales del primer año proyectados a 10 años; de esta manera se conocerán los flujos que se generarán por concepto de egresos. Para la respectiva proyección de los montos se toman en cuenta los datos sobre la inflación del año 2.015 (3,38%) de acuerdo al INEC y el porcentaje del Crecimiento Económico del Ecuador para el año 2.016, que es de 1,00%, de acuerdo a las últimas estimaciones de los medios oficiales económicos ecuatorianos (el ciudadano 12 de Enero del 2016).

Cuadro 83
PRESUPUESTO DE COSTOS PROYECTADOS A 10 AÑOS

DESCRIPCIÓN	Año No. 1	Año No. 2	Año No. 3	Año No. 4	Año No. 5	Año No. 6	Año No. 7	Año No. 8	Año No. 9	Año No. 10
COSTO DEL PRODUCTO										
Costo Primo										
Materias Primas Directa	59.842,56	61.865,24	63.956,28	66.118,01	68.352,79	70.663,12	73.051,53	75.520,67	78.073,27	80.712,15
Mano de Obra Directa	23.362,51	23.596,14	23.832,10	24.070,42	24.311,12	24.554,23	24.799,78	25.047,78	25.298,25	25.551,24
Costo Indirecto de Fabricación										
Mano de Obra Indirecta	8.592,90	8.678,83	8.765,62	8.853,27	8.941,81	9.031,22	9.121,54	9.212,75	9.304,88	9.397,93
Materia Prima Indirecta	3.933,60	4.066,56	4.204,01	4.346,10	4.493,00	4.644,86	4.801,86	4.964,16	5.131,95	5.305,41
Depreciación de Maquinaria y	2.734,20	2.734,20	2.734,20	2.734,20	2.734,20	2.734,20	2.734,20	2.734,20	2.734,20	2.734,20
Depreciación de Herramientas	72,22	72,22	72,22	72,22	72,22	72,22	72,22	72,22	72,22	72,22
SUBTOTAL	98.537,99	101.013,18	103.564,4	106.194,2	108.905,1	111.699,8	114.581,1	117.551,78	120.614,77	123.773,14
COSTOS DE OPERACIÓN										
Gastos Administrativos										
Sueldos y Salarios	21.022,06	21.232,28	21.444,60	21.659,05	21.875,64	22.094,39	22.315,34	22.538,49	22.763,87	22.991,51
Suministros de Oficina	391,80	405,04	418,73	432,89	447,52	462,64	478,28	494,45	511,16	528,44
Depreciación de Equipo de Oficina	8,87	8,87	8,87	8,87	8,87	8,87	8,87	8,87	8,87	8,87
Depreciación de Muebles y	150,48	150,48	150,48	150,48	150,48	150,48	150,48	150,48	150,48	150,48
Amortización de Activos Diferidos	174,90	174,90	174,90	174,90	174,90	174,90	174,90	174,90	174,90	174,90
Depreciación de Eq. Computación	313,33	313,33	313,33	346,19	346,19	346,19	382,50	382,50	382,50	422,61
Servicios Básicos	1.356,00	1.401,83	1.449,21	1.498,20	1.548,84	1.601,19	1.655,31	1.711,26	1.769,10	1.828,89
Arriendo	4.200,00	4.341,96	4.488,72	4.640,44	4.797,28	4.959,43	5.127,06	5.300,36	5.479,51	5.664,71
Suministros de Aseo y Limpieza	291,60	301,46	311,65	322,18	333,07	344,33	355,96	368,00	380,43	393,29
Suministros de Seguridad y Salud	1.068,00	1.104,10	1.141,42	1.180,00	1.219,88	1.261,11	1.303,74	1.347,80	1.393,36	1.440,46
Gastos de Ventas										
Publicidad	1.800,00	1.860,84	1.923,74	1.988,76	2.055,98	2.125,47	2.197,31	2.271,58	2.348,36	2.427,73
Gastos Financieros										
Intereses del Préstamo	2.500,00	2.343,14	2.170,59	1.980,78	1.772,00	1.542,33	1.289,70	1.011,81	706,13	369,88
SUBTOTAL	26.027,19	33.638,23	33.996,24	34.382,73	34.730,65	35.071,34	35.439,45	35.760,49	36.068,67	36.401,78
COSTO TOTAL	131.815,03	134.651,41	137.560,6	140.576,9	143.635,7	146.771,2	150.020,5	153.312,27	156.683,44	160.174,92

Fuente: del Cuadro 71 al 83.

Elaborado : La Autora.

INGRESOS TOTALES

Los ingresos totales se refieren a los valores provenientes de la venta de chompas en lana de Orlón, esto se dará cuando se inicien las operaciones. Y se establecerán: el costo unitario del producto y el precio de venta.

Costo Unitario del Producto

Para definir el costo unitario nos referimos al costo total anual que la empresa debe realizar para confeccionar la chompa en lana de Orlón, que se producirán anualmente de acuerdo al porcentaje de la capacidad que será utilizada en el primer año de operaciones.

Cuadro 84
Costo Unitario del Producto

Años	Costos Anuales	Capacidad Utilizada	Costo Unitario
1	131.815,03	12.288	10,73
2	134.651,41	12.288	10,96
3	137.560,66	12.288	11,19
4	140.576,94	13.056	10,77
5	143.635,79	13.056	11,00
6	146.771,20	13.056	11,24
7	150.020,57	13.824	10,85
8	153.312,27	13.824	11,09
9	156.683,44	13.824	11,33
10	160.174,92	14.592	10,98

Fuente: Cuadro 83 y Capacidad Utilizada.

Elaboración: La Autora

Precio de Venta del Producto

El precio de venta es el resultado del costo unitario del producto por el porcentaje de utilidad que se desea incrementar que es del 45%. De tal

manera que el precio de venta del producto final debe de estar de acuerdo al promedio de venta que maneja la competencia y a la situación socioeconómica de los clientes potenciales del mercado.

**Cuadro 85
Precio de Venta del Producto**

Años	Costo Unitario Del Producto	Utilidad 45%	Precio Final del Producto
1	10,73	4,83	15,55
2	10,96	4,93	15,89
3	11,19	5,04	16,23
4	10,77	4,85	15,61
5	11,00	4,95	15,95
6	11,24	5,06	16,30
7	10,85	4,88	15,74
8	11,09	4,99	16,08
9	11,33	5,10	16,43
10	10,98	4,94	15,92

Fuente: Cuadro 85

Elaboración: La Autora

Ingresos Totales

Los ingresos totales es el efectivo que la empresa debe recibir por la venta del producto y proviene de la multiplicación del precio de venta por el número total de productos o la capacidad utilizada del primer año.

Cuadro 86
Ingresos Totales

Años	Capacidad Utilizada del Producto	Precio Final del Producto	Ingresos Totales
1	12.288	15,55	191.131,80
2	12.288	15,89	195.244,54
3	12.288	16,23	199.462,96
4	13.056	15,61	203.836,57
5	13.056	15,95	208.271,89
6	13.056	16,30	212.818,24
7	13.824	15,74	217.529,83
8	13.824	16,08	222.302,79
9	13.824	16,43	227.190,99
10	14.592	15,92	232.253,64

Fuente: Cuadros 86.

Elaboración: La Autora

Estructura y Clasificación de Costos

El objetivo central de la estructura y clasificación de los costos es crear los fundamentos para la generación de información significativa para la toma de decisiones por parte de los directivos de la empresa. Por cuanto sirve de base para fijar los precios de venta y establecer políticas de comercialización, permite la valuación de inventarios, controla la eficiencia de las operaciones y contribuye al planeamiento, control y gestión de la empresa. Los costos se dividen en costos fijos y costos variables.

- **Costos Fijos**

Son aquellos que no varían con los cambios en el volumen de las ventas o en el nivel de producción. Los costos fijos se producen, efectúese o no la producción o la venta del producto.

- **Costos Variables**

Los costos variables son los costos que varían en proporción al volumen de las ventas, estos costos deben formar parte del costo del producto.

Cuadro 87
Estructura y Clasificación de Costos

Descripción	Año 1		Año 5		Año 10	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
COSTO DEL						
Costo Primo						
Materias Prima		59.842,56		68.352,79		80.712,15
Mano de Obra		23.362,51		24.311,12		25.551,24
Costos Indirectos						
Mano de obra	8.592,90		8.941,81		9.397,93	
Materia Prima	3.933,60		4.346,10		4.346,10	
Servicios Básicos	1.356,00		1.548,84		1.828,89	
Arriendo	4.200,00		4.797,28		5.664,71	
Suministros de Aseo	291,60		333,07		393,29	
Suministros de	1.068,00		1.219,88		1.440,46	
Depreciación de	2.734,20		2.734,20		2.734,20	
Depreciación de	72,22		72,22		72,22	
Depreciación	8,87		8,87		8,87	
Depreciación de	150,48		150,48		150,48	
Amortización de	174,90		174,90		174,90	
Subtotal	22.582,77	83.205,07	24.327,65	92.663,92	26.212,06	106.263,38
COSTOS DE						
Gastos						
Sueldos y Salarios	21.022,06		21.875,64		22.991,51	
Suministros de	391,80		447,52		528,44	
Depreciación de	313,33		346,19		422,61	
Gastos de Ventas						
Publicidad	1.800,00		2.055,98		2.427,73	
Gastos Financieros						
Intereses del	2.500,00		1.772,00		369,88	
Subtotal	26.027,19		26.497,32		26.740,17	
TOTAL	48.609,96	83.205,07	50.971,87	92.663,92	53.911,54	106.263,38
TOTALES		131.815,03		143.635,79		160.174,92

Fuente: Cuadro 84
Elaboración: La Autora

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentajes y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta, generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, El respectivo cálculo se realizará en función de las ventas y en función de la capacidad instalada de la empresa.

En Función de las Ventas

Es la relación con el volumen total de la venta del producto y de los ingresos económicos que estos generen.

En Función de la Capacidad Instalada

Es el porcentaje de la capacidad que debe generar la empresa para poder cubrir los diversos productos que este ofrece.

El punto de equilibrio se efectuará para los años No. 1, No. 5 y No. 10. Por tal razón se debe definir los costos fijos, los costos variables y las ventas realizadas.

Cuadro 88 Punto de Equilibrio Año 1. Método Matemático

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

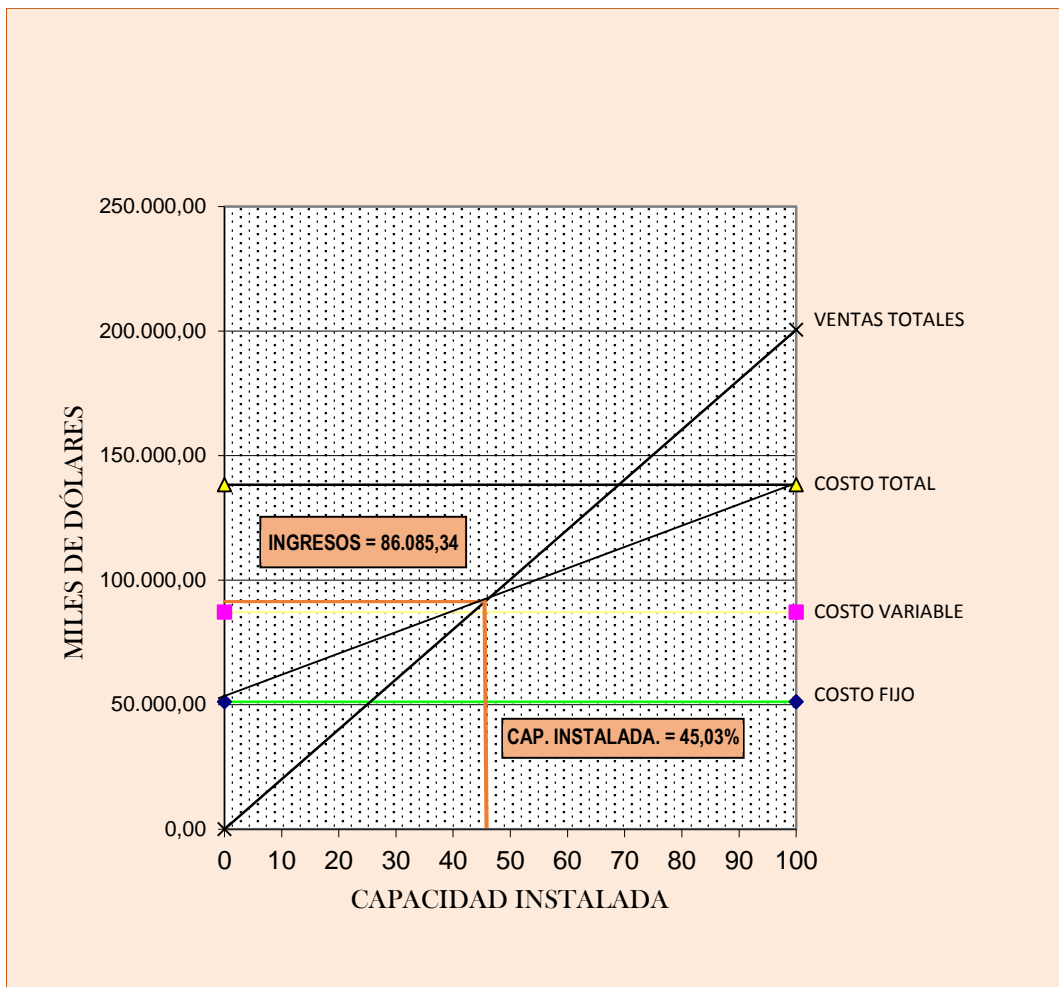
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{48.609,96}{191.131,80 - 83.205,07} * 100 = 45,03\%$$

*** PE en función de los Ingresos**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{48.609,96}{1 - \frac{83.205,07}{191.131,80}} = 86.085,34$$

Fuente: Cuadros 87.
Elaborado por: La Autora.

Gráfico 39
Método Gráfico del Punto de Equilibrio Año 1



Fuente: Cuadro 88. Punto de Equilibrio Nro. 1. Método Matemático.
Elaborado por: La Autora.

Interpretación y Análisis:

De acuerdo al análisis matemático en función de la capacidad instalada y de los ingresos se tiene que el punto de equilibrio para el año No. 1, se produce cuando la empresa productora y comercializadora de chompas en lana de Orlón trabaje a una capacidad Instalada del 45,03% y con un ingreso por la venta del producto de USD. 86.085,34.

Cuadro 89
Punto de Equilibrio Año 5. Método Matemático

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

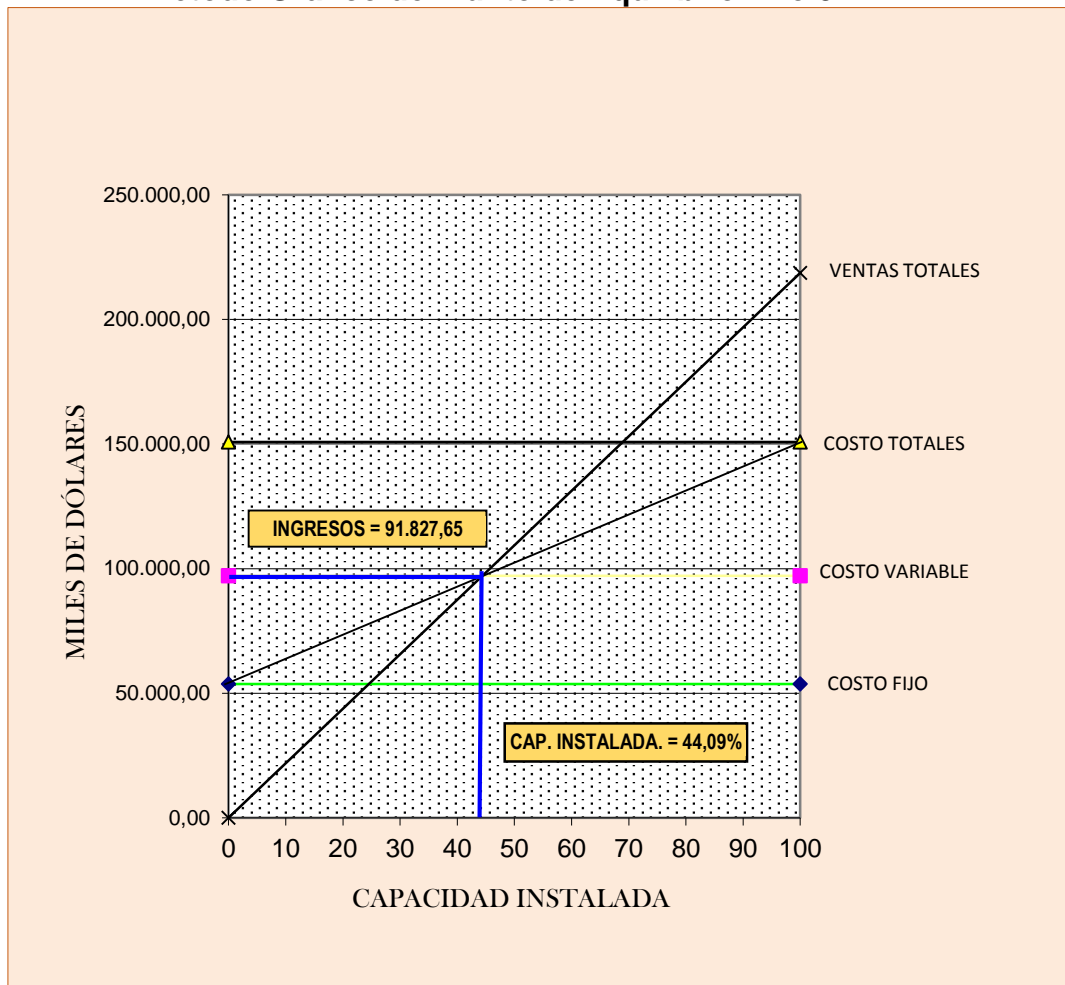
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{50.971,87}{208.271,89 - 92.663,92} * 100 = \mathbf{44,09\%}$$

*** PE en función de los Ingresos**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{50.971,87}{1 - \frac{92.663,92}{208.271,89}} = \mathbf{91.827,65}$$

Fuente: Cuadros 87.
Elaborado por: La autora.

Gráfico 40
Método Gráfico del Punto de Equilibrio Año 5



Fuente: Cuadro 89. Punto de Equilibrio Nro. 5 Método Matemático.
Elaborado por: La Autora.

Interpretación y Análisis:

De acuerdo al análisis matemático en función de la capacidad instalada y de los ingresos se tiene que el punto de equilibrio para el año No. 5, se produce cuando la empresa productora y comercializadora de chompas en lana de Orlón trabaje a una capacidad Instalada del 44,09% y con un ingreso por la venta del producto de USD. 91.827,65.

Cuadro 90
Punto de Equilibrio Año 10. Método Matemático

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

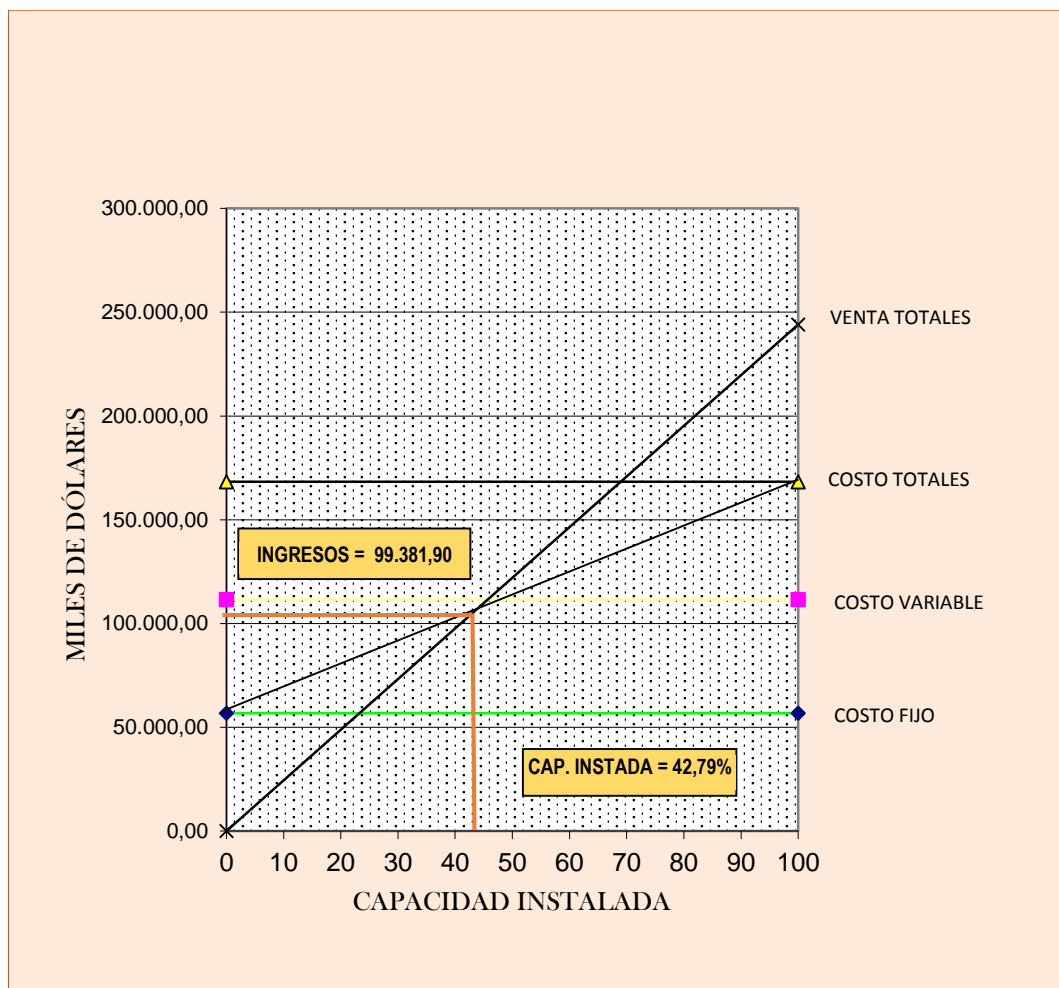
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{53.911,54}{232.253,64 - 106.263,38} * 100 = \mathbf{42,79\%}$$

*** PE en función de los Ingresos**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{53.911,54}{1 - \frac{106.263,38}{232.253,64}} = \mathbf{99.381,90}$$

Fuente: Cuadros 87.
Elaborado por: La autora.

Gráfico 41
Método Gráfico del Punto de Equilibrio Año 10



Fuente: Cuadro 90. Punto de Equilibrio No. 10. Método Matemático.
Elaborado por: La autora.

Interpretación y Análisis:

De acuerdo al análisis matemático en función de la capacidad instalada y de los ingresos se tiene que el punto de equilibrio para el año No. 10, se produce cuando la empresa productora y comercializadora de chompas en lana de Orlón trabaje a una capacidad Instalada del 42,79% y con un ingreso por la venta del producto de USD. 99.381,90.

ESTADOS FINANCIEROS

1. Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias conocido también como estado de resultados es un informe financiero que muestra la rentabilidad de la empresa durante un periodo determinado, es decir las ganancias y o pérdidas que la empresa desea obtener, para lo cual utilizamos los datos de los costos totales, así como los ingresos por las ventas durante un periodo de tiempo determinado que es un año; al resultado de la resta se le debe descontar el 15% de utilidades de los trabajadores, el 22% del impuesto a la renta y el 10% de la reserva legal de la empresa. Para obtener finalmente la utilidad líquida de la empresa que es el monto de ganancias de la empresa en general. A continuación los resultados.

Cuadro 91
Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado a 10 Años

Periodos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	191.131,80	195.244,54	199.462,96	203.836,57	208.271,89	212.818,24	217.529,83	222.302,79	227.190,99	232.253,64
(-) Costo Total	131.815,03	134.651,41	137.560,66	140.576,94	143.635,79	146.771,20	150.020,57	153.312,27	156.683,44	160.174,92
(=) Utilidad Bruta Ventas	59.316,76	60.593,13	61.902,30	63.259,62	64.636,10	66.047,04	67.509,26	68.990,52	70.507,55	72.078,71
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	8.897,51	9.088,97	9.285,34	9.488,94	9.695,42	9.907,06	10.126,39	10.348,58	10.576,13	10.811,81
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	50.419,25	51.504,16	52.616,95	53.770,68	54.940,69	56.139,98	57.382,87	58.641,94	59.931,42	61.266,91
(-) 22% Impuesto a la renta	11.092,23	11.330,92	11.575,73	11.829,55	12.086,95	12.350,80	12.624,23	12.901,23	13.184,91	13.478,72
(=) Utilidad Neta ejercicio	39.327,01	40.173,25	41.041,22	41.941,13	42.853,74	43.789,19	44.758,64	45.740,72	46.746,51	47.788,19
(-) 10% reserva Legal	3.932,70	4.017,32	4.104,12	4.194,11	4.285,37	4.378,92	4.475,86	4.574,07	4.674,65	4.778,82
(=) Utilidad Líquida	35.394,31	36.155,92	36.937,10	37.747,02	38.568,36	39.410,27	40.282,77	41.166,64	42.071,86	43.009,37

Fuente: Cuadro 83 y 87.

Elaboración: La Autora

El estado de pérdidas y ganancias establece que durante los 10 años de vida útil del proyecto, la empresa mantiene saldos positivos al finalizar los periodos contables, y se concluye que para el primer año de operaciones la empresa tiene una ganancia positiva es de USD. 35.394,31.

2. Flujo de Caja

Estos flujos se obtienen de la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales de cada año. Los ingresos representan las ventas de las chompas en Lana de Orlón y el valor residual al término de la vida útil de los activos fijos; los egresos en cambio serán el presupuesto de operación (menos las depreciaciones, la amortización de los activos diferidos y el capital), el reparto de utilidades, impuesto a la renta y la reserva legal. A continuación del detalle del flujo de caja proyectado para los 10 años de vida útil de la empresa.

Cuadro 92
Flujo de Caja Proyectado

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
1 INGRESOS										
Ventas	191.131,80	195.244,54	199.462,96	203.836,57	208.271,89	212.818,24	217.529,83	222.302,79	227.190,99	232.253,64
Saldo Anterior										
Valor Residual			470,00			519,29			573,74	4563,12
TOTAL INGRESOS	191.131,80	195.244,54	199.932,96	203.836,57	208.271,89	213.337,52	217.529,83	222.302,79	227.764,74	236.816,75
2 EGRESOS										
Costo de Producción	98.537,99	101.013,18	103.564,42	106.194,22	108.905,14	111.699,86	114.581,12	117.551,78	120.614,77	123.773,14
Costo de Operación	26.027,19	33.638,23	33.996,24	34.382,73	34.730,65	35.071,34	35.439,45	35.760,49	36.068,67	36.401,78
(+) Amortización del Crédito	4.154,43	4.149,05	4.143,13	4.136,62	4.129,45	4.121,57	4.112,9	4.103,36	4.092,87	4.081,33
Reinversión				1557,86			1721,23			1901,73
TOTAL EGRESOS	128.719,61	138.800,46	141.703,79	144.713,56	147.765,24	150.892,77	155.854,70	157.415,63	160.776,31	166.157,98
(1-2) Ganancias Gravables	62.412,19	56.444,08	58.229,17	59.123,00	60.506,65	62.444,76	63.396,36	64.887,16	66.988,42	72.560,50
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	9.361,82	8.466,61	8.734,37	8.868,45	9.075,995	9.366,71	9.509,45	9.733,07	10.048,26	10.884,07
(=) Utilidad Ante Impuestos a Renta	53.050,36	47.977,47	49.494,79	50.254,55	51.430,66	53.078,04	53.886,90	55.154,09	56.940,16	61.676,43
(-) 22% Impuesto a la renta	1.1671,07	10.555,04	10.888,85	11.056,00	11.314,74	11.677,16	11.855,11	12.133,89	12.526,83	13.568,81
(=) Utilidad Neta ejercicio	41.379,28	37.422,43	38.605,94	39.198,55	40.115,91	41.400,87	42.031,78	43.020,19	44.413,32	48.107,61
(-) 10% reserva Legal	4.137,92	3.742,24	3.860,59	3.919,85	4.011,59	4.140,08	4.203,17	4.302,01	4.441,33	4.810,76
(=) Utilidad Líquida	37.241,35	33.680,19	34.745,34	35.278,70	36.104,32	37.260,79	37.828,61	38.718,17	39.971,99	43.296,85
(+) Depreciaciones	3.279,10	3.279,10	3.279,10	3.311,96	3.311,96	3.311,96	3.348,27	3.348,27	3.348,27	3.388,38
(+) Amortización de Activos Diferidos	174,90	174,90	174,90	174,90	174,90	174,90	174,90	174,90	174,90	174,90
FLUJO DE CAJA	40.568,78	41.470,14	42.865,27	41.829,48	44.361,50	45.880,15	44.711,79	47.484,13	49.135,45	52.379,60

Fuente: Cuadro 83 y 87.

Elaboración: La Autora.

EVALUACION FINANCIERA

▪ Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un indicador financiero que determina cuantitativamente los futuros ingresos y egresos monetarios que tendrá la empresa y poder establecer si luego de restar la inversión inicial, nos quedaría alguna utilidad positiva. En el caso si el resultado del VAN es igual o mayor a cero el proyecto es rentable, pero si el VAN es menor a cero el proyecto no es conveniente de ejecutar.

Además podemos indicar que el factor de actualización del proyecto, se actualiza periódicamente para los 10 años de vida útil, para lo cual se utilizará la referencia de la tasa de interés nominal promedio de las entidades financieras que es de (10,5%), Entonces se tiene la siguiente fórmula:

FACTOR DE ACTUALIZACIÓN (FA)
$FA = 1/(1 + i)^n$
En donde:
i = Interés
n = número de periodos

Luego, para determinar el VAN, se usará la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \text{FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADO} - \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

Cuadro 93
Valor Actual Neto

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 10,5%	VALOR ACTUALIZADO
0	46.600,42		
1	40.568,78	0,9049774	36.713,83
2	41.470,14	0,8189841	33.963,38
3	42.865,27	0,7411620	31.770,11
4	41.829,48	0,6707349	28.056,49
5	44.361,50	0,6069999	26.927,43
6	45.880,15	0,5493212	25.202,94
7	44.711,79	0,4971232	22.227,27
8	47.484,13	0,4498853	21.362,41
9	49.135,45	0,4071360	20.004,81
10	52.379,60	0,3684489	19.299,20
<i>Sumatoria</i>			265.527,87
<i>Inversión Inicial</i>			46.600,42
<i>VAN</i>			216.565,26

Fuente: Cuadro 92
Elaborado: La Autora

El resultado obtenido del VAN es positivo y mayor a cero (216.565,26), lo confirma que el proyecto es factible de desarrollarlo.

▪ **Relación Beneficio Costo**

Este indicador permite medir la utilidad que se obtiene por cada unidad monetaria invertida en el proyecto, se debe tomar en cuenta los siguientes escenarios que puede ser los resultados de este análisis:

- a. Si es mayor a uno se acepta el proyecto.
- b. Si es menor a uno no se acepta el proyecto.
- c. Si es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto.

Cuadro 94
Relación Beneficio Costo (B ó C)

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO	FACT. ACT.	COSTO	INGRESO	FACT. ACT.	INGRESO
	ORIGINAL	10,00%	ACTUALIZADO	ORIGINAL	10,00%	ACTUALIZADO
0						
1	138.290,81	0,90	125.150,05	200.521,67	0,90	181.467,57
2	141.293,91	0,82	115.717,46	204.876,17	0,82	167.790,32
3	144.374,91	0,74	107.005,20	209.343,62	0,74	155.157,54
4	147.568,13	0,67	98.979,09	213.973,79	0,67	143.519,68
5	150.809,27	0,61	91.541,21	218.673,44	0,61	132.734,75
6	154.132,49	0,55	84.668,24	223.492,11	0,55	122.768,95
7	157.575,37	0,50	78.334,38	228.484,29	0,50	113.584,85
8	161.066,46	0,45	72.461,43	233.546,37	0,45	105.069,07
9	164.643,09	0,41	67.032,13	238.732,49	0,41	97.196,59
10	168.346,29	0,37	62.027,00	244.102,12	0,37	89.939,15
			902.916,19			1309.228,47

Fuente: Cuadro 92.

Elaboración: La Autora

Por lo que se tiene:

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizado}}{\sum \text{Costos Actualizado}} = \frac{1309.228,47}{902.916,19} = 1,45$$

En el análisis se determina que la relación Beneficio-Costo para el proyecto es mayor que 1, por lo tanto es financieramente viable la realización del proyecto, lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá USD. 0,45 centavos de utilidad o ganancia.

▪ **Periodo de Recuperación de Capital**

En este indicador se conocerá el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja, y el monto de la inversión.

Cuadro 95
Periodo de Recuperación del Capital

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
0	46.600,42		
1		40.568,78	40.568,78
2		41.470,14	82.038,92
3		42.865,27	124.904,19
4		41.829,48	166.733,67
5		44.361,50	211.095,17
6		45.880,15	256.975,32
7		44.711,79	301.687,11
8		47.484,13	349.171,24
9		49.135,45	398.306,69
10		52.379,60	450.686,29
			2382.167,38

Fuente: Cuadro 92.
Elaboración: La Autora

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la Inversión}}$$

$$\text{PRC} = 1 + \frac{48.962,61 - 40.568,78}{41.470,14}$$

$$\text{PRC} = 1 + \frac{8.393,83}{41.470,14}$$

$$\text{PRC} = 1 + 0,20$$

$$\text{PRC} = 1,20$$

PRC (Años) = 1,20 → 1 año

PRC (Meses) = 0,20 x 12 = 2,4 → 2 meses

PRC (Días) = 0,40 x 30 = 12 → 12 días

La inversión inicial del proyecto se recuperará en un tiempo contado desde que la empresa inicie sus operaciones en un periodo de tiempo de 1 año, 2 meses y 12 días.

▪ **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

El TIR es el porcentaje que expresa el beneficio neto de una inversión, en relación a un porcentaje nominal determinado por el mercado financiero en el que se desarrolla el proyecto, permitiendo igualar el valor actual de los beneficios y costos y por consecuencia el resultado del valor neto actual es igual a cero.

Se debe tomar en cuenta los diversos resultados que se pueden obtener de la TIR, así se tiene:

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

Cuadro 96
Tasa Interna de Retorno (TIR)

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FLUJO DE CAJA	VAN MAYOR
		84,50%		85,00%	
	0				
	1	40.568,78	0,5420054	21.988,50	0,5405405
	2	41.470,14	0,2937699	12.182,68	0,2921841
	3	42.865,27	0,1592249	6.825,22	0,1579373
	4	41.829,48	0,0863007	3.609,92	0,0853715
	5	44.361,50	0,0467755	2.075,03	0,0461468
	6	45.880,15	0,0253526	1.163,18	0,0249442
	7	44.711,79	0,0137412	614,39	0,0134834
	8	47.484,13	0,0074478	353,65	0,0072883
	9	49.135,45	0,0040368	198,35	0,0039396
	10	52.379,60	0,0021879	114,60	0,0021295
SUMATORIA			49.125,52		48.832,70
INVERSIÓN INICIAL			48.962,61		48.962,61
VAN			162,91		-129,91

Fuente: Cuadro 92.

Elaboración: La Autora

$$TIR = 84,50 + 0,50 * \left(\frac{VAN \text{ Menor}}{VAN \text{ Menor} - VAN \text{ Mayor}} \right)$$

$$TIR = 84,50 + 0,50 * \left(\frac{162,91}{162,91 - 129,91} \right)$$

$$TIR = 84,50 + 0,50 * \left(\frac{162,91}{44285,63} \right)$$

$$TIR = 84,50 + 0,50 * (0,56)$$

$$TIR = 84,50 + 0,28$$

TIR = 84,78%

El porcentaje de TIR del proyecto es 84,78%; y es mayor a la tasa de oportunidad promedio del mercado (10,5%), por lo cual se ratifica la factibilidad del proyecto.

▪ **Análisis de Sensibilidad**

En el análisis de sensibilidad se determinará hasta qué punto el proyecto es rentable frente a las posibles variaciones de los ingresos y los costos del proyecto, influyendo en forma directa a los precios del producto. En un proyecto es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos. Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 22% en los costos y una disminución del 15,20% en los ingresos. Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

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

Cuadro 97
Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 22% en los Costos

PERIODO	COSTO	COSTO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	INCREMENTADO	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	22,00%	ORIGINAL	NETO	45,00%	MENOR	46,00%	MAYOR
0								
1	94.394,12	115.160,83	136.849,19	21.688,36	0,68965517	14.957,49	0,684931507	14.855,04
2	96.661,65	117.927,21	140.150,54	22.223,33	0,47562426	10.569,95	0,469131169	10.425,66
3	100.001,25	122.001,53	144.990,72	22.989,20	0,32801673	7.540,84	0,321322719	7.386,95
4	103.154,25	125.848,19	149.553,65	23.705,47	0,22621843	5.362,61	0,220084054	5.217,19
5	106.439,36	129.856,02	154.336,75	24.480,73	0,15601271	3.819,31	0,150742503	3.690,29
6	109.810,12	133.968,35	159.207,35	25.239,00	0,10759497	2.715,59	0,103248289	2.605,88
7	113.279,72	138.201,26	164.246,27	26.045,01	0,07420343	1.932,63	0,070718006	1.841,85
8	116.892,64	142.609,02	169.474,96	26.865,94	0,05117478	1.374,86	0,048436991	1.301,31
9	120.588,93	147.118,49	174.844,85	27.726,36	0,03529295	978,54	0,033176021	919,85
10	124.791,56	152.245,70	180.931,68	28.685,98	0,02433997	698,22	0,022723302	651,84
				SUMATORIAS		49.950,04		48.895,86
				INVERSIÓN INICIAL		48.962,61		48.962,61
				VAN		987,43		-66,75

Fuente: Cuadro 92.
 Elaboración: La Autora.

$$NTIR= 45 + 1^* \left(\frac{987,43}{987,43 - (-66,75)} \right)$$

$$NTIR= 45 + 1^* \left(\frac{987,43}{1054,18} \right)$$

$$NTIR= 45 + 1^* (0,94)$$

$$NTIR= 45,94 \%$$

TIR DEL PROYECTO = 84,78%

1) DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
DIF. TIR.= TIR - NUEVA TIR	% VAR.= (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	Sensibilidad=%VAR ÷ N TIR
DIF. TIR.= (84,78 – 45,94)%	% VAR.= (38,84% ÷ 84,78%)*100	Sensibilidad= 45,81% ÷ 45,94%
DIF. TIR.= 38,84%	% VAR.= 45,81%	Sensibilidad = 0,997170

Fuente: Cuadro 97.

Elaborado: La Autora

Análisis e Interpretación:

En el presente caso se considera que el porcentaje máximo en el incremento de los costos que podrá soportar la empresa para obtener flujos netos positivos es del 22%.

Cuadro 98
Análisis de Sensibilidad con la Disminución del 15,20% en los Ingresos

PERIODO	INGRESO	INGRESO	COSTO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	DECREMENTADO	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	15,20%	ORIGINAL	NETO	45,00%	MENOR	46,00%	MAYOR
0								
1	136.849,19	116.048,11	94.394,12	21.653,99	0,68965517	14.933,79	0,684931507	14.831,50
2	140.150,54	118.847,66	96.661,65	22.186,01	0,47562426	10.552,20	0,469131169	10.408,15
3	144.990,72	122.952,13	100.001,25	22.950,88	0,32801673	75.28,27	0,321322719	7.374,64
4	149.553,65	126.821,50	103.154,25	23.667,25	0,22621843	5.353,97	0,220084054	5.208,78
5	154.336,75	130.877,56	106.439,36	24.438,20	0,15601271	3.812,67	0,150742503	3.683,88
6	159.207,35	135.007,83	109.810,12	25.197,71	0,10759497	2.711,15	0,103248289	2.601,62
7	164.246,27	139.280,84	113.279,72	26.001,12	0,07420343	1.929,37	0,070718006	1.838,75
8	169.474,96	143.714,77	116.892,64	26.822,13	0,05117478	1.372,62	0,048436991	1.299,18
9	174.844,85	148.268,43	120.588,93	27.679,50	0,03529295	976,89	0,033176021	918,30
10	180.931,68	153.430,06	124.791,56	28.638,50	0,02433997	697,06	0,022723302	650,76
				SUMATORIAS		49.867,99		48.815,56
				INVERSIÓN INICIAL		48.962,61		48.962,61
				VAN		905,38		-147,05

Fuente: Cuadro 92.
 Elaborado: La Autora

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

$$\text{NTIR} = 45 + 1^* \left(\frac{905,38}{905,38 - (-147,05)} \right)$$

$$\text{NTIR} = 45 + 1^* (0,86)$$

$$\text{NTIR} = 45 + 0,86$$

$$\text{NTIR} = 45,86 \%$$

TIR DEL PROYECTO = 84,78%

1) DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
DIF. TIR.= TIR PROY - NUEVA TIR	% VAR.= (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	Sensibilidad=%VAR ÷ N TIR
DIF. TIR.= (84,78 – 45,86)%	% VAR.= (38,92% ÷ 84,78%)*100	Sensibilidad= 45,91% ÷ 45,86%
DIF. TIR.= 38,92%	% VAR.= 45,91%	Sensibilidad= 0.99

Fuente: Cuadro 98.

Elaborado: La Autora

Análisis e Interpretación: De acuerdo a los cálculos efectuados se considera que el porcentaje en la disminución de los ingresos que podría soportar la empresa para obtener flujos netos positivos puede de 15,20.

h. CONCLUSIONES

- En la investigación de mercado realizada a la muestra poblacional proyectada y segmentada para el año 2016, que corresponde a 399 personas de la ciudad de Loja, se obtienen los siguientes resultados: La demanda potencial para el año base 2016 corresponde a 134458, la demanda real es de 126390, la demanda efectiva es de 119844, el Consumo Promedio Per Capital del Producto es de 2 y la demanda esperada anual es de 245.196, chompas en lana de Orlón. La oferta del producto en el cantón Loja es de 39960 chompas en lana de Orlón y la demanda insatisfecha es de 205236 chompas en lana de Orlón en el cantón Loja.
- En la capacidad instalada de la empresa se considera cuatro obreros y un jefe de confección como mano de obra directa e indirecta y luego de realizar el análisis del componente tecnológico se establece que la empresa laborará ocho horas diarias, 40 horas semanales; en la cual cada obrera confeccionará 8 chompas en lana de Orlón, 64 chompas en forma diaria, 1280 en forma mensual y 15360 en forma anual., con lo cual está en la capacidad de cubrir el 7,48% de la demanda insatisfecha del producto en el cantón Loja.
- De acuerdo a la capacidad utilizada se prevé confeccionar 12.288 chompas en lana de Orlón, que corresponde al 80% de la capacidad instalada del primer al tercer año, del cuarto al sexto año el 85%, del

séptimo al noveno el 90%; y el décimo año el 95%, con lo cual se completaría la vida útil de la empresa que es de 10 años.

- De acuerdo al análisis de la macro localización y micro localización, la empresa estará ubicada en la ciudad de Loja, el sector 4 de la matriz ponderada, que corresponde a las calles Azuay y 18 de Noviembre., el mismo que obtuvo el puntaje de 3,90, por cuanto varios factores fueron calificados con mayor puntaje por las ventajas que ofrece el sector para que la empresa productora y comercializadora de chompas en lana de Orlón se instale y tenga éxito.
- En lo que corresponde a su organización, la empresa estará constituida como una Compañía de Responsabilidad Limitada, conforme el art. 93 de la Ley de Compañías, por ser la más apta para adquirir responsabilidades financieras y la razón social será de la misma será Empresa Productora y Comercializadora de Chompas en lana de Orlón "DENITEX, cuyo domicilio será la ciudad de Loja, cantón Loja y Provincia de Loja.
- El monto de la inversión inicial del proyecto es de USD. 46.600,42, que se financiará con propios recursos de los accionistas el 46,35% que representan USD. 21.600,42 de la inversión requerida y el monto restante que corresponde al 53,64% que es USD. 25.000,00, será financiado con un crédito en el Banco Nacional de Fomento.

- El precio de venta promedio del producto será de USD. 15,55 y la utilidad líquida para el primer año de operaciones es de USD. 35.394,31; para el año 5 es de USD. 38.568,36; y para el año 10 es de USD. 43.009,37. Además el punto de equilibrio para el primer año se establece cuando se obtenga ingresos equivalentes a USD. 86.085,34; y una utilización de la capacidad instalada del 45,03%.
- En la evaluación financiera se establece que el Valor Actual Neto aplicado a los flujos de caja proyectados para 10 años determinan un VAN positivo de 216565,26 que significa que el proyecto es viable. La tasa interna de retorno del proyecto es del 84,78% la cual siendo superior al costo de capital del 10,5%, se determina también la factibilidad.
- La relación beneficio – costo del proyecto determina que por cada dólar invertido se obtendrán USD. 0,45 de rentabilidad, y de acuerdo a los resultados, producto de la aplicación de las fórmulas, el periodo de recuperación de capital se determina que la inversión será recuperada al 1 año, 02 meses y 12 días. Finalmente en los análisis de sensibilidad efectuado tenemos; el proyecto resiste hasta un 22% de incremento de los costos y un 15,20% de disminución de los ingresos.

i. RECOMENDACIONES

De las conclusiones a las cuales se llegó con la realización del presente estudio es conveniente considerar las siguientes recomendaciones:

- Los emprendedores deben aprovechar la demanda de chompas en lana de Orlón existente en el cantón Loja, debido a que el estudio financiero aporta con cifras positivas y en la evaluación financiera los indicadores muestran también resultados positivos que confirman la viabilidad de la puesta en marcha del proyecto.
- Que los ciudadanos interesados en emprender en este tipo de proyectos, aprovechen las fuentes de financiamiento externas que actualmente existen en el país, a fin de que pueden poner en marcha el proyecto con bajos costos de interés, y de esta manera la empresa pueda tener éxito y se posicione fácilmente en el mercado.
- Que los emprendedores al momento de poner en marcha el proyecto consideren el punto de equilibrio tanto en la planeación financiera como en el transcurso del ejercicio económico con el fin de poder llevar al día los flujos de venta necesarios para mantener latente el proyecto. Así mismo se tome en cuenta la relación costo – beneficio para implementar un programa de reinversión en un futuro cercano.
- Que los futuros emprendedores aprovechen la falta de competitividad en el mercado de la ciudad de Loja de este producto y puedan con la empresa cubrir un considerable porcentaje de la demanda

insatisfecha, que al momento está siendo cubierta por producto de otras provincias incluso de procedencia peruana y colombiana.

- Que una vez iniciado el proyecto se realice una campaña masiva de publicidad, aprovechando las radios locales, medios de comunicación que tienen influencia en la colectividad y que son convenientes al presupuesto de la empresa.
- Que la Universidad Nacional de Loja, continúe incentivando al estudiante en la elaboración de proyectos que van encaminados al desarrollo socioeconómico de la sociedad del cantón y Provincia de Loja.

j. BIBLIOGRAFÍA

- Blanco, M. Z., Motoya Maquin, J. M., & Cambronero Esquivel, A. (2003). *Gestión de Proyectos de Conservación y Manejos de Recursos Naturales*. (C. Z. Murillo, Ed.) San Jose, Costa Rica, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Bu, R. C. (2005). *Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión* (Segunda Edición ed.). (N. editores, Ed.) Mexico, México, México: Limusa S.A.
- Chiriboga, M., Chehab, C., & Salgado, V. (2011). *Agenda para la Transformación Productiva Territorial*. Quito: Ministerio de Coordinación de Producción.
- Ecuale. (01 de Mayo de 2016). *ecuale*. (ecuale, Ed.) Recuperado el 01 de Mayo de 2016, de *ecuale*: <http://www.ecuale.com/>
- Errosa, V. E. (2006). *Proyectos de Inversión en Ingeniería*. (N. Editores, Ed.) México, México, México: LIMUSA.
- Eveliaturjillo. (17 de Julio de 2014). *Slide Share*. Recuperado el 30 de Abril de 2016, de Slide Share: <http://es.slideshare.net/eveliaturjillo/periodo-de-recuperacin-de-la-inversin-van>
- Garcés, C. M. (1999). *Los Recursos Humanos para la Pequeña y Mediana Empresa*. Lomas Santa Fe, México, México: México.
- Halberstand, J. (02 de 01 de 2015). *Ecuador - Explorer.com*. Recuperado el 21 de 04 de 2016, de Ecuador - Explorer.com: <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/lago-agrio-nueva-loja.html>
- Keat, P. G., & Young, P. K. (2004). *Economía de Empresa*. (E. Q. Duarte, Ed.) México, México, México: Pearson Education.

- Lema, G. P. (2005). *Los Otavalos, Costumbres y Tradiciones Milenarias*. Otavalo, Quito, Ecuador: Abya -Yala.
- Lucy, E. (6 de Diciembre de 2011). *intecs-ena-erazo*. (E. Lucy, Ed.) Recuperado el 02 de Mayo de 2016, de intecs-ena-erazo: <http://intecs-lucy-erazo.blogspot.com/>
- Miranda, J. J. (2005). *Gestión de Proyectos*. (G. LTDA, Ed.) Bogota, Colombia, Colombia: MM Editores.
- Pasarge, M. L. (2006). *Guía para la Presentación de Proyectos*. México, México, México: Siglo XXI Editores.
- Perez, E. R. (2005). *Contabilidad de Costos*. (N. Editores, Ed.) México, México, México: Editorial Limusa SA.
- Ramirez, E., & Cajigas R, M. (2004). *Proyectos de Inversión Competitivos*. (C. A. Payan, Ed.) Palmira, Colombia, Colombia: Imprenta Feriva S.A.
- Ramos, M. d. (2007). *Guía Práctica de Economía de la Empresa*. Barcelona, España, España: Publicaciones Ediciones de la Universidad de Barcelona.
- Soto, W. R. (2003). *Proyecto de Inversión para Pequeñas Empresas Rurales*. San Jose, Costa Rica, Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.



k. ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOMPAS ELABORADAS CON LANA DE ORLÓN, EN EL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA”

**PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA COMERCIAL**

AUTORA:

Janeth Odalia Carrión Valarezo

LOJA-ECUADOR

2016

a. TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOMPAS ELABORADAS CON LANA DE ORLÓN, EN EL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA”

b. PROBLEMATICA

El factor económico es esencial en el progreso de todas las sociedades, en el caso del Ecuador en los últimos años, en lo que concierne al emprendimiento en general, se han evidenciado un sinnúmero de factores que inciden como: el considerable retraso del factor tecnológico en lo que respecta a la producción artesanal, una evidente falta de emprendimientos y por ende un desaprovechamiento de oportunidades de fomento empresarial; todo este se da como consecuencia de la escasa gestión empresarial de los gobiernos de turno y del sector productivo, la falta de inversión en infraestructura en el sector productor del país, y los cambios permanentes en las leyes económicas y tributarias que llevan a una incertidumbre, donde no están muy claras las obligaciones y derechos que tienen tanto los inversores nacionales y extranjeros.

El austro ecuatoriano no está apartado de la falta de gestión empresarial, la carencia de tecnología, y una agudización económica por cuanto la mayor parte de empresas de confección de ropa artesanal se encuentran en la zona céntrica del Ecuador, Ambato, Riobamba, Ibarra y Colombia, lo

que conlleva a una falta de visión de los pequeños y medianos productores, falta de mano de obra tecnificada y por supuesto el desaprovechamiento de oportunidades que nos brinda el medio, en lo que respecta a la creación de empresas.

El cantón Loja muestra una notoria ausencia empresarial, escasa tecnología y mínima inversión económica de los gobiernos locales que incentive a los emprendedores, conforme se lo evidencia en el parque industrial de la ciudad; esto crea un cierto escepticismo en los ciudadanos al momento de invertir; sin embargo existe un potencial para los emprendimientos muy atractivo al momento de pensar que nos encontramos alejados de los polos industriales y de comercio del Ecuador.

A pesar de ello en Loja existe la posibilidad de producir prendas de vestir producidas a base de lana de orlón, en tejidos artesanales que marquen diferencia en calidad y con diseños exclusivos. Nuestra ciudad adolece gran parte del año de climas fríos donde se hace necesario utilizar chompas; y más aún, las personas se sienten atraídas por tejidos artesanales.

La población del cantón Loja, se caracteriza por querer vestirse bien con prendas exclusivas, adecuadas y a buenos precios. Las chompas tejidas en lana de orlón nunca han pasado de moda sino más bien la gente exige nuevos e innovadores diseños que marque un toque de exclusividad.

Considerando los antecedentes expuestos se puede constatar que existen en la ciudad oportunidades de emprendimiento que no están siendo aprovechadas como existencia de mano de obra (damas), materia prima (producto lanas), y con ello se pierde la posibilidad de incrementar plazas de trabajo. Además de ello la creación de una empresa local posibilita el fomento de una cultura de la localidad, para que la gente prefiera utilizar productos locales y no foráneos que traigan consignas extranjeras y distorsionan la identidad lojana.

Por ello se pretende hacer frente a la limitada producción y a la falta de emprendimientos empresariales en nuestra ciudad con la implementación de una empresa productora de chompas de lana orlón, con la cual además sería una fuente importante de empleo para las mujeres que poseen dicha habilidad.

c. JUSTIFICACIÓN

Académica.- El presente proyecto de tesis se justifica académicamente por la necesidad de llevar a la práctica lo aprendido en la carrera de administración de empresas. Como es conocido por todos nuestra carrera impulsa la creación de nuevas empresas a partir de ideas de negocio que procuren afrontar las necesidades de la sociedad. El presente proyecto de factibilidad tiene la posibilidad de crear una empresa.

Social.- Con la creación de una empresa se da respuesta a la necesidad de dinamizar la economía a través de incrementar la oferta con productos más competitivos que procuren beneficio a la sociedad.

Económico.- el presente proyecto se justifica por cuanto una empresa debidamente organizada representa la oportunidad de incrementar fuentes de empleo directos (trabajadores), e indirectos (distribuidores o intermediarios). Con ello se crea mejores condiciones económicas para el medio.

d. OBJETIVOS

GENERAL:

- Realizar un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de chompas elaboradas con lana de orlón en el cantón Loja, provincia de Loja.

ESPECÍFICOS:

- Realizar el estudio de mercado para determinar la demanda potencial, real, efectiva, el análisis de la oferta y la demanda insatisfecha.
- Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño, la localización, y la ingeniería del proyecto.
- Realizar el estudio organizacional para determinar la estructura orgánica, empresarial y legal.
- Realizar el estudio financiero para determinar las inversiones, los costos de producción, el financiamiento, los ingresos por ventas, y la elaboración de los estados financieros.
- Realizar la evaluación financiera, aplicando los indicadores de evaluación tales como: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, periodo de recuperación del capital, y el análisis de sensibilidad.

ANEXO 2

FORMATO DE LA ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA DE CHOMPAS EN LANA DE ORLON, EN EL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA A LOS DEMANDANTES

Estimado amigo (a) el presente es un proyecto de investigación que tiene como finalidad conocer cuál es la demanda que tienen las chompas en lana de orlón en la ciudad de Loja, además me servirá para obtener el título de Ingeniera en Administración de Empresas; le recordamos que la información es confidencial y de usos exclusivo para fines académicos, le solicitamos a usted su colaboración y le garantizamos que la misma no le llevara mucho tiempo contestarla:

1. ¿Indique si usted tiene ingresos económicos? Marque con una X una sola opción.

SI	()	NO	()
----	-----	----	-----

2. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales? Marque con una X una sola opción.

366 a 400		401 a 500		501 a 600		601 a 700	
701 a 800		801 a 900		901 a 1000		1000 en adelante	

3. ¿Conoce si existen empresas que se dediquen a la confección de chompas en lana en la ciudad de Loja? Marque con una X una sola opción.

SI	()	NO	()
----	-----	----	-----

4. ¿Ha adquirido en algún momento chompas en lana? Marque con una X una sola opción.

SI	()	NO	()
----	-----	----	-----

5. ¿Ha adquirido alguna vez las chompas en lana de orlón en la ciudad de Loja?

SI	()	NO	()
----	-----	----	-----

6. ¿Dónde adquirió usted las chompas en lana de Orllón? Marque con una X una sola opción.

Mercado		Boutique		Supermaxi		Feria Libre		Fábrica	
---------	--	----------	--	-----------	--	-------------	--	---------	--

7. ¿Cuántas chompas en lana de Orlón usted adquiere en forma anual para usted y su familia? Marque con una X una sola opción.

1 a 3		4 a 6		7 a 9		10 a 12		13 a 15		16 a 18	
-------	--	-------	--	-------	--	---------	--	---------	--	---------	--

8. ¿Cuál es el precio que paga en dólares por una chompa en lana de Orlón? Marque con una X una sola opción.

\$ 5 a 10		\$ 10 a 15		\$16 a 20		\$21 a 30		\$ 31 en adelante	
-----------	--	------------	--	-----------	--	-----------	--	-------------------	--

9. ¿Cuál de las siguientes características de las chompas en lana de Orlón son de mayor relevancia para usted? Marque con una X una sola opción.

Precio		Calidad		Diseño		Colores	
--------	--	---------	--	--------	--	---------	--

10. ¿De los siguientes medios de comunicación, cual es el que más utiliza para informarse? Marque con una X una sola opción.

Televisión		Radio		Prensa Escrita		Vallas Publicitarias		Redes Sociales	
------------	--	-------	--	----------------	--	----------------------	--	----------------	--

11. ¿De las siguientes emisoras de radio, cual es la que más utiliza con mayor frecuencia? Marque con una X una sola opción.

Centinela sur		Luz y vida		Zapotillo		Ecuasur		La Hechicera	
---------------	--	------------	--	-----------	--	---------	--	--------------	--

12. ¿De los siguientes canales de televisión, cual es el que más utiliza con mayor frecuencia? Marque con una X una sola opción.

Ecotel (web)		UV Televisión		TV Sur		Tele Amazonas		Canal Uno	
--------------	--	---------------	--	--------	--	---------------	--	-----------	--

13. ¿Cuál es su horario preferido para sintonizar los medios de comunicación? Señale con una X una sola opción.

Mañana	()	Tarde	()	Noche	()
--------	-----	-------	-----	-------	-----

14. ¿En caso de implementarse una empresa productora y comercializadora de chompas en lana de Orlón en la ciudad de Loja, adquiriría su producto? Marque con una X una sola opción.

SI	()	NO	()
----	-----	----	-----

15. ¿Cuáles de las promociones desearía que ofrezca la nueva empresa? Marque con una X una sola opción.

Rifas		Descuentos		Llaveros		Recuerdos	
-------	--	------------	--	----------	--	-----------	--

16. ¿En qué lugar le gustaría que se ubique la nueva empresa? Marque con una X una sola opción.

Afuera de la ciudad		Centro de la ciudad		Junto al Supermaxi		Feria del Jean	
---------------------	--	---------------------	--	--------------------	--	----------------	--

17. ¿Cómo le gustaría a usted que sea el empaque de las chompas en lana Orlón? Marque con una X una sola opción.

Funda plástica		Funda de papel		Caja de cartón	
----------------	--	----------------	--	----------------	--

18. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto? Marque con una X una sola opción.

Mercado		Boutique		Supermaxi		Ferias Libres		Tiendas de ropa	
---------	--	----------	--	-----------	--	---------------	--	-----------------	--

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

FORMATO DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS DUEÑOS Y/O ADMINISTRADORES DE EMPRESAS PRODUCTORAS Y COMERCIALIZADORES DE CHOMPAS EN LANA DE ORLÓN.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS ENCUESTA A LOS OFERTANTES

Estimado amigo (a) el presente es un proyecto de investigación que tiene como finalidad conocer cuál es la oferta que tiene las chompas de lana en Orlón en la ciudad de Loja, además me servirá para obtener el título de Ingeniera en Administración de Empresas; le recordamos que la información es confidencial y de usos exclusivo para fines académicos, le solicitamos a usted su colaboración y le garantizamos que la misma no le llevara mucho tiempo contestarla:

1. ¿Indique el nombre de su empresa comercializadora? Ponga el nombre de su empresa en el espacio en blanco.

.....

2. ¿En su empresa usted produce chompas en lana? Marque con una X una sola opción.

SI		NO	
----	--	----	--

3. ¿En su empresa usted comercializa chompas en lana de Orlón? Marque con una X una sola opción.

SI		NO	
----	--	----	--

4. ¿Qué tiempo tiene de funcionamiento su empresa? Marque con una X una sola opción.

De 6 meses a 1 año	De 1 año a 3 años	De 3 años a 6 años	De 6 años en adelante	
--------------------	-------------------	--------------------	-----------------------	--

5. ¿Cuál es el crecimiento de las industrias de confección de chompas en lana de Orlón en últimos 5 años en la ciudad de Loja? Marque con una X una sola opción.

Alto		Mediano		Bajo		Nulo	
------	--	---------	--	------	--	------	--

6. ¿Cuántas chompas en lana vende usted diariamente? Marque con una X una sola opción.

1 a 10		11 a 20		21 a 40		41 a 60		61 a 100		100 en adelante	
--------	--	---------	--	---------	--	---------	--	----------	--	-----------------	--

7. ¿A qué precio vende usted cada chompa en lana? Marque con una X una sola opción.

\$ 5 a 10		\$ 11 a 15		\$ 16 a 20		\$ 21 a 30	
-----------	--	------------	--	------------	--	------------	--

8. ¿Qué medio de comunicación utiliza para realizar la publicidad de su empresa? Marque con una X una sola opción.

Televisión		Radio		Prensa Escrita		Vallas Publicitarias		Redes Sociales	
------------	--	-------	--	----------------	--	----------------------	--	----------------	--

9. ¿Cuál es su horario preferido para contratar la publicidad en los medios de comunicación? Marque con una X una sola opción.

Mañana	()	Tarde	()	Noche	()
--------	-----	-------	-----	-------	-----

10. ¿Cuáles de las promociones realiza su empresa por la venta del producto a sus clientes? Marque con una X una sola opción.

Rifas		Descuentos		Llaveros		Recuerdos	
-------	--	------------	--	----------	--	-----------	--

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ÍNDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
a. TITULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
c. INTRODUCCIÓN.....	8
d. REVISION DE LITERATURA.....	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	41
f. RESULTADOS.....	46
g. DISCUSIÓN.....	73
h. CONCLUSIONES.....	180
i. RECOMENDACIONES.....	183
j. BIBLIOGRAFÍA.....	185
k. ANEXOS.....	187
ÍNDICE.....	197