UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DEL HILO COLA DE RATA EN LA CIUDAD DE LOJA"

Tesis previa a la obtención del grado de INGENIERA COMERCIAL

AUTORA:

XIMENA MARISOL CARRIÓN OJEDA

DIRECTOR:

ING. COM. JUAN ENCALADA

LOJA—ECUADOR

2012

CERTIFICIÓN

Ing. Com. Juan Encalada, docente de la carrera de Administración de Empresas del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, y director de tesis, en uso de sus atribuciones legales;

CERTIFICA:

Haber dirigido el presente trabajo de investigación titulado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DEL HILO COLA DE RATA EN LA CIUDAD DE LOJA",** presentado por la aspirante al título de Ingeniera Comercial, Srta: Ximena Marisol Carrión Ojeda, la misma que ha sido elaborada y revisada bajo mi dirección, por lo tanto una vez cumplidos con los requisitos de ley y las normas generales autorizó su presentación para la sustentación y defensa Oral del Grado.

Ing. Com. Juan Encalada
DIRECTOR DE TESIS.

AGRADECIMIENTO

Uno de los esfuerzos más importantes de mi vida constituye los estudios superiores hasta la profesionalización, por ello quiero expresar mis más sinceros testimonios de gratitud, a la Universidad Nacional de Loja por haberme permitido superarme, a los docentes de La carrera de Administración de Empresas por haberme brindado sus valiosos conocimientos y de forma muy especial a mi familia que con su esfuerzo y paciencia me han motivado a seguir siempre adelante.

Srta. Ximena Marisol Carrión Ojeda

AUTORÍA

El contenido del presente trabajo, conceptos, ideas, opiniones, procedimientos de investigación, Resultados, Conclusiones y Recomendaciones es de exclusiva responsabilidad de la autora.

Srta. Ximena Marisol Carrión Ojeda

DEDICATORÍA

Quiero dedicar este trabajo a mi madre Rosita que me dio la vida, su amor y ejemplo, a mis queridos hermanos que me impulsaron con su cariño y perseverancia a culminar mi carrera; y, de manera especial a los dos amores de mi vida y mi razón de ser, mis hijas Erika y Doménica, que cada día llenan mi existencia de alegría y felicidad, gracias por su apoyo incondicional en mi profesionalización.

Srta. Ximena Marisol Carrión Ojeda

a. Título.

a. TÍTULO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DEL HILO COLA DE RATA EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. Resumen

b. RESUMEN

1 RESUMEN EN ESPAÑOL

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Loja, teniendo como objetivo la presentación de una propuesta para la implementación de una empresa comercializadora del Hilo cola de Rata.

En la introducción se detalla un breve análisis de la situación de nuestra provincia en cuanto se refiere al comercio. A continuación en la revisión de literatura se menciona sobre el origen composición de los hilos y los tejidos y todo lo concerniente a proyectos de inversión; en los materiales y métodos se presentan las técnicas de recolección de información y los métodos de investigación que sirvieron para presentar los resultados del trabajo.

Para determinar la factibilidad del proyecto se abordó el estudio de mercado mediante la investigación de campo, utilizando técnicas de investigación científica como: bibliográficas, observación, encuestas y entrevistas, las mismas que permitieron obtener información fidedigna relacionada con la demanda y la oferta.

Luego en el Estudio técnico se destaca el tamaño y la localización de la empresa, el proceso para la implementación del servicio, descripción y distribución de procesos, determinación de áreas a ocupar y el lugar donde estará ubicada la empresa. También se realizó la Ingeniería de Procesos acoplando los siguientes criterios: distribución del local, características del

producto, proceso de comercialización, flujo grama de procesos, materiales y equipos para su normal funcionamiento.

La organización jurídica y administrativa se realizó aplicando los principios jurídicos que demanda la ley por ser una empresa unipersonal, y se determinó el manual de funciones para cada uno de los puestos de trabajo existentes en la empresa, así mismo se realizó la razón social como empresa unipersonal “STOP Hilos para Tejer”.

Luego se realizó la elaboración de un taller de tejido que complementa el proyecto, el cual permitirá fomentar un arte ancestral que se está perdiendo actualmente con un costo mínimo.

Posteriormente se realizó el estudio financiero que establece las inversiones del proyecto requiriéndose de $ 4880.87 para su iniciación.

El proyecto será financiado directamente por la autora, luego se determinó la estructura de Costos, el estudio de pérdidas y ganancias, obteniéndose una utilidad neta para el primer año de $ 1817.62 y el flujo de caja para los cinco años de vida útil del proyecto.

También se plantea la evaluación financiera con el objeto de conocer cuan factible es el proyecto, donde se calcula el Valor Actual Neto (VAN) que asciende a $8943.70, la Tasa Interna de Retorno (TIR) 57.99 % mayor a la tasa de oportunidad; la relación Beneficio Costo (RB /C)es de $1.14, el Periodo de Recuperación de Capital (PR/C) se logra en 1 años y 2 meses y 4 días; y en el análisis de sensibilidad se evidencia que el proyecto permite

un incremento de hasta el 5.38 % en los costos y un 6.46% de disminución en los ingresos.

Finalmente se elaboran las conclusiones con las respectivas recomendaciones obtenidas en la elaboración del proyecto.

2 SUMMARY

This research was developed in the city of Loja, aiming at presenting a proposal for the implementation of a marketing company of the rat tail thread. The introduction outlines a brief analysis of the situation of our province as it relates to trade. Then in the review of literature on the origin mentioned composition of yarns and fabrics and all matters relating to investment projects in materials and methods are the techniques of data collection and research methods that were used to present work results.

To determine the feasibility of the project are addressed by the market research field research, scientific research using techniques such as literature, observation, surveys and interviews, which allowed them to obtain reliable information regarding demand and supply.

Then in the Technical Study highlights the size and location of the company, the process for implementing the service, description and distribution processes, identifying areas to take and where the company will be located. We also performed docking process engineering the following criteria: local distribution, product characteristics, marketing process, process flow chart materials and equipment for normal operation.

The legal and administrative organization was performed by applying the legal principles demand the law be a sole proprietorship, and determined the operating functions for each of the existing jobs in the company and it was done as a company name proprietorship "STOP Yarns for Knitting."

Then took place the development of a weaving workshop that complements the project, which will promote an ancient art that is being lost now at minimal cost.

Then make the financial study that establishes the project requiring investment of $ 4880.87for their initiation.

The project is funded directly by the author, then determine the structure of costs, the study of income, resulting in net income for the first year of 1817.62 and the cash flow for the five year life of the proyect.

Also perform financial evaluation in order to know how feasible is the project that calculates the Net Present Value (NPV) which amounts to $ 8943.70, Internal Rate of Return (IRR) 57.99 % higher than the rate of opportunity, the benefit cost (RB / C) is $ 1.14, the Recovery Period Capital (PR / C) is achieved in 1 years, 2 months and 4 days, and in the sensitivity analysis shows that the project allows for an increase of up to 5.38 % in costs and a 6.46 % decrease in revenue.

Finally, the conclusions made with the respective findings obtained in developing the project.

c.- Introducción

c. INTRODUCCIÓN.

Todos los países de Latinoamérica son reconocidos a nivel mundial por que su población tiene un alto nivel comercial, textil y artesanal, que dentro del mercado internacional es muy preciado y reconocido, tanto por la calidad como por la utilidad que brindan estos sectores.

Dentro de los más comunes encontramos: la Comercialización de hilos, bordados, telas, tejidos artesanales, entre otros.

Ecuador no es la excepción de este criterio, sin embargo también es importante recalcar que dado el carácter del Sector de Textiles en el área de hilados bajan los niveles de comercialización, lo que implica el incremento de costos por no saber utilizarlo como materia prima.

Por otro lado es menester saber que la Industria Textil es muy reconocida y valorada por su versatilidad en la aplicación de los mismos en diferentes áreas, por la singularidad de cada uno y por la satisfacción de poseer ya sea una prenda de vestir o producto artesanal tejido, es decir el valor agregado figura en la singularidad.

Actualmente nos encontramos inmersos en una realidad que deja atrás costumbres ancestrales de nuestras antecesoras, es decir que se ha perdido el hábito de elaborar productos artesanales tejidos, provocando una disminución en los ingresos del sector textil en el área de hilados sintético para el tejido. Todo esto como consecuencia de una sociedad menos

productiva que vive en un entorno modernista que deja atrás costumbres manuales que ofrecen satisfacción y creatividad.

El presente proyecto vincula el aspecto antes mencionado con la necesidad imperiosa de aprovechar la producción textil en el área de Hilados sintéticos para tejer disponibles en el mercado, y a la vez aportar para que esta costumbre de tejido no se pierda definidamente sino más bien proporcionar ayuda para que las mujeres de edad adulta y joven fomenten esta costumbre.

Por tal motivo se contempló la necesidad de desarrollar un: ¨Estudio de factibilidad para la Creación de una Empresa Comercializadora Del Hilo Cola de Rata en la Ciudad de Loja¨.

Es por esto que este trabajo de investigación tiene por objetivo Comercializar el Hilo Cola de Rata de calidad y a precio competitivo y realizar cursos de tejido que permita su salida diaria o como lo requiera el cliente siendo el principal segmento de mercado las mujeres de 15 a 69 años de la Ciudad de Loja.

Este proyecto se inicia con la aplicación de la Metodología utilizada, en la cual se determinan los métodos y técnicas de investigación que sirvieron de fuente, para establecer el Estudio de Mercado en la cual se pudo obtener lo que es la Demanda Potencial, Demanda Real, Demanda Efectiva.

Así mismo para determinar la Oferta, se aplicó una entrevista a los propietarios de las siete empresas Comercializadoras del Hilo Cola de Rata en la Ciudad de Loja, estableciendo una demanda insatisfecha, la misma

que será cubierta en parte con la creación de esta empresa, también se efectuó un plan de Comercialización con el objeto de establecer las estrategias respecto al producto: Precio, Plaza y Publicidad que se debe seguir para lograr la aceptación del producto que saldría al mercado.

Adicionalmente se realizó un Estudio Técnico sobre el tamaño y localización de la empresa determinando la capacidad utilizada e instalada de la misma. En la Ingeniería de Proyectos se describe los procesos de Comercialización, Distribución del local y los Requerimientos necesarios.

En el Estudio Organizacional se determinó la estructura orgánica funcional de la empresa, para esto se elaboró su base legal y organizacional, con sus respectivos organigramas y manual de funciones correspondientes.

Adicionalmente se presenta la propuesta de un taller de tejido de carteras con un costo mínimo para las mujeres que quieran acceder al mismo.

En lo referente a las inversiones y financiamiento se realizó un cálculo de los recursos necesarios para la creación y puesta en marcha de la empresa.

En el Estudios Financiero, la empresa cuenta con una inversión total respaldado de los respecticos presupuestos, los costos de comercialización, Costos unitarios e ingresos por ventas, luego se detalla los estados financieros, hasta llegar a la Evaluación Financiera en la que se verificó la viabilidad del proyecto con sus respectivos indicadores, como consecuencia de éstos resultados se demuestra que el proyecto en estudio no es sensible y que es factible su realización, por ende es conveniente su ejecución.

Finalmente se determinó las conclusiones y recomendaciones que se llegó en base a los resultados obtenidos, aprovechando las oportunidades que brinda el mercado. Además se presenta la bibliografía utilizada y los anexos respectivos que complementan el trabajo.

d.-Revisión de Literatura

d. REVISIÓN DE LITERATURA.

1. EL COMERCIO Y EL SECTOR TEXTIL.

1.1 DEFINICIÓN.

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante.

1.2 SECTOR TEXTIL EN EL ECUADOR.

Actualmente el sector textil es considerado como uno de los principales dentro de los sectores industrial y comercial, convirtiéndose en un generador directo de empleo en el país.

El sector textil se halla conformado por tres sectores:

- ✓ Fabricación de productos textiles.
- ✓ La fabricación de prendas de vestir.
- ✓ La actividad de curtido y adovo de cueros.

Sin embargo la AITE (Asociación de Industria Textiles del Ecuador) mantiene actualmente como socios solo los perteneciente e la fabricación de

productos textiles y prendas de vestir, con una afiliación de aproximadamente 60 socios, divididos en la siguiente clasificación:

- ✓ Hilados (Hilados acrílicos).
- ✓ Tejidos (Mezclas para la industria de tejido rectilíneo, casimires y telas para uniforme).
- ✓ Prendas de vestir.
- ✓ Lencería del hogar.
- ✓ Productos especiales como: fibra sintética de poliéster, fibra sintética de nylon, fibra sintética para la industria florícola (cuerda)fibra sintética cola de rata y fibra sintética para uso industrial.

Las empresas que producen esto hilados en el Ecuador son:

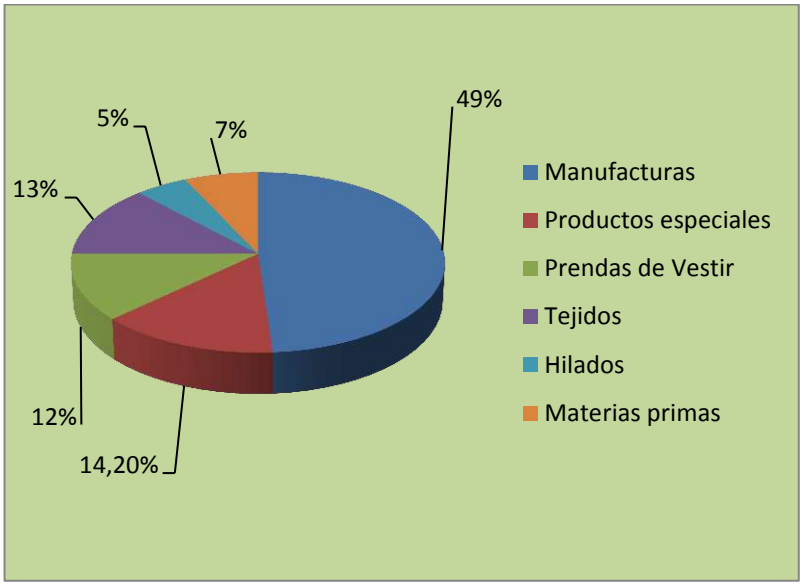
- ✓ DELLTEX INDUSTRIAL S.A.
- ✓ ENKADOR S.A.
- ✓ FRANCELANA S.A.
- ✓ HILACRIL S.A.
- ✓ HILANDERIAS UNIDAS.
- ✓ HILTEXPOS S.A.
- ✓ INDUSTRIAS PIOLERA PONTE SELVA.
- ✓ PASAMANERIA S.A.
- ✓ S.J YERSEY ECUATORIANO C.A.
- ✓ TEXTIL SANTA ROSA S.A.

Se puede decir que la producción textil en el Ecuador se halla concentrada en la elaboración de productos textiles, sin embargo históricamente la

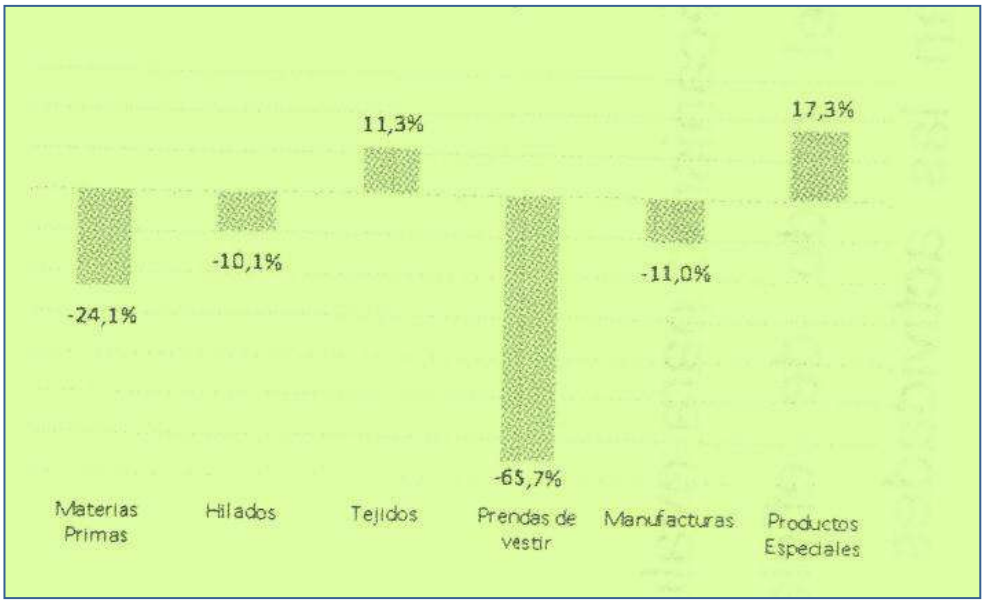
elaboración de este tipo de productos ha disminuido pasando del 71.1% al 57%devido a la masiva exportación de productos de uso sintético

1.3 EXPORTACIONES

De acuerdo a la información tomada de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE) EN EL 2011, los principales productos exportados fueron las manufacturas (48.9%) y productos especiales (14.2%) y los destinos más importante fueron: Venezuela (55.81%),y los países miembros de la comunidad latina (24.25%) mientras que el sector de los hilados tan solo un 5%.

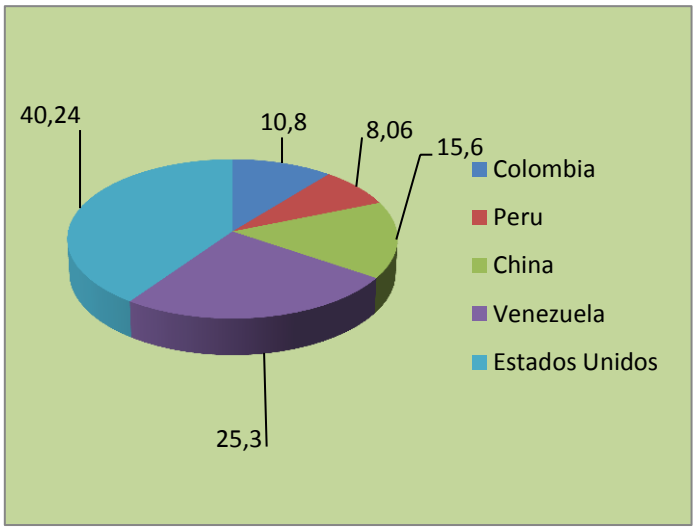


La Tasa de Variación anual de las importaciones en el 2011 reflejan una disminución en los productos antes mencionados como se evidencia en el siguiente gráfica.



1.4 IMPORTACIONES

Ecuador durante el 2011 importo una gran cantidad de productos de fabricación textil que alcanzaron un valor de 62.32 millones de dólares alcanzado un promedio de crecimiento anual de 19.24%. Los países de mayor importación al Ecuador para este sector es Estados Unido, China y Colombia en productos como prendas de vestir, curtido y adovos de cueros, manufacturas, productos especiales, materias primas y países como Perú y Venezuela productos de hiladuras, tejidos. Como se evidencia en el siguiente gráfico:



1.5 QUE SON LOS HILOS?

“Hilo es un conjunto de fibras textiles, continuas o discontinuas, que se tuercen juntas alcanzando una gran longitud y que es directamente empleado para la fabricación de tejidos y para el cocido de estos. Si son fibras de filamento continuo se las denomina hilo continuo, y si se trata de fibras discontinuas que formarán el llamado hilado.

Es evidente que cuando se planifica una manufactura de cualquier índole se debe tener presente el uso a que va a ser destinada, para conocer las características técnicas de los materiales a emplear, la forma en su aspecto funcional y estético, los requerimientos del mercado, etc. Esto es aplicable a los hilos textiles y la tarea antes mencionada es la incumbencia del diseñador de hilados que tiene que manejar aspectos tan disímiles como la moda en el caso de hilos de fantasía hasta la tecnología en hilados para tejidos especiales, con materiales de última generación.

1.5.1 CLASIFICACIÓN DE LOS HILOS E HILADOS TEXTILES

Hay muchas formas de clasificación, según el criterio empleado, uno de ellos es tomando en cuenta hacia qué uso del mercado va dirigido, y en un sentido amplio y abarcativo encontramos dos grandes grupos:

1.5.2 HILADO PARA USO INDUSTRIAL

Encontramos aquí dos usos distintos y bien diferenciados. En el primer caso el hilo se comercializa como un insumo de otro sector de la industria: la

tejeduría, que lo transforma en tela. En el segundo caso el hilo se comercializa como tal, y es un producto final de múltiples aplicaciones, cuyo uso más extendido se encuentra dentro de otro sector textil: la confección de prendas.

1.5.3 HILOS E HILADOS PARA TEJEDURÍA INDUSTRIAL.

Estos hilos son los de mayor consumo, ya que forman parte de las telas más habituales en la indumentaria actual: pantalones, camisas, trajes, remeras, camperas, medias, ropa de trabajo, etc. Son elaborados a gran escala por medio de equipos de alta producción que permiten obtener productos a costos razonables para el consumo de la población.

1.5.4 HILOS E HILADOS PARA SER USADOS COMO TALES

Hay una cantidad de usos en que el hilo es empleado como tal. Así tenemos al hilo para coser, bordar, surfilar, etc. en el caso de la confección de indumentaria, al hilo para atar, en la industria frigorífica, al hilo para pescar, en la actividad deportiva, al hilo para sutura en la medicina, etc. En todos los casos mencionados los hilos son obtenidos en forma industrial, diseñados para su uso específico. La cantidad producida comparativamente al grupo anterior es menor pero de una importancia insoslayable.

1.5.5 HILADO PARA USO ARTESANAL

A diferencia de los hilados industriales, este grupo utiliza a los hilos como producto final siempre. La mayoría de ellos va dirigida hacia la confección de

prendas artesanales pero otro grupo va hacia diversos fines como la decoración y el arte textil.

1.5.6 HILADOS PARA LA CONFECCIÓN DE PRENDAS ARTESANALES

En este grupo tenemos aquellos hilados de características regionales, muy particulares, donde el método de producción es manual, empleando equipos generalmente de construcción casera o artesanal. Los materiales utilizados para su elaboración (fibras), son obtenidos de la región donde se elaboran y en nuestro país son fibras de origen animal en su gran mayoría, aunque en menor medida se confeccionan artículos con fibras vegetales autóctonas.

Es importante señalar el ennoblecimiento de este tipo de hilos con colorantes naturales de creciente desarrollo, en el marco de una tendencia generalizada de fabricación con el cuidado del medio ambiente.

Una vez producido el hilo se confeccionan las prendas y se comercializan como tales.

1.5.7 HILADOS DESTINADOS A OTROS FINES ARTESANALES

Finalmente tenemos aquí agrupamos a los hilados artesanales que no son tejidos, sino que se usan para su comercialización en madejas u ovillos. Una parte de ellos serán tejidos manualmente por el usuario, pero otra parte se destinará a variados usos en artesanías y decoración de aspectos étnicos que por temporadas marcan una tendencia en la moda local. Dentro de este tipo de hilado tenemos los siguientes hilos:

A) HILO DE POLYESTER:

Es un material muy resistente y fácil de trabajar. Este tipo de hilo pueden encontrarlo en las tiendas donde venden artículos deportivos. Existen en diferentes grosores y los más finos de 2mm, permiten la creación de bolsos y de joyas. En general este tipo de hilo conviene especialmente a las obras realizadas con nudos espaciosos y lo único a tener en consideración a la hora de utilizarlo es no olvidar de calentar la punta una vez cortado el hilo para evitar que este se desilache.

B) HILO DE ALGODON PARA BORDADO:

Este tipo de hilo está adaptado especialmente para trabajos finos y delicados. Es un poco difícil de trabajar y yo recomiendo su utilización solo a personas que dominan perfectamente la técnica pues una vez que los nudos se han hecho, no es posible recomenzar el tejido. (El hilo se estropea)

C) EL RUBAN.

Este tipo de hilos permite la realización de obras refinadas en una gran variedades de colores y materias

D) HILO COLA DE RATA.

Este material permite la realización de trabajos finos y refinados. Es completamente sintético y su utilización permite destacar el trabajo tanto con nudos y tejidos ya que da una textura de dureza y

firmeza al producto terminado.

1 COMPOSICION.

El hilo cola de rata está compuesto básicamente del polipropileno que es un material inerte que posee ciertas características que permiten su reciclaje sin un mayor impacto ambiental. Se trata de un termoplástico semicristalino que se origina a partir de la polimeración de propileno frente a un catalizador estéreo específico. Este material es utilizado para un sinnúmero de productos termoplásticos, los que a su vez, cuentan con las más diversas aplicaciones.

2 PROCESO DE ELABORACIÓN DE HILO.

HILADURA

La hilatura es un proceso industrial en el que, a base de operaciones más o menos complejas, con las fibras textiles, ya sean naturales o artificiales, se crea un nuevo cuerpo textil fino, alargado, resistente y flexible llamado hilo. La historia de la hilatura está en el mismo origen de la utilización que el hombre hizo de las fibras naturales. En ese origen, la primera herramienta de hilado fueron las propias manos del hombre que, realizando una sencilla

torsión sobre un manojo de fibras, manufacturó un hilo simple, susceptible de ser hilado nuevamente, trenzado, o empleado en la fabricación de tejidos. La hilatura es la manufactura básica de toda la industria textil. Es lógico que sobre el perfeccionamiento de aquella descanse el desarrollo de ésta; así, con el paso del tiempo, la tecnología ha venido haciéndola cada vez más compleja y más precisa, perfeccionando la hilatura clásica, especializándola en la consecución de productos singulares, requeridos por motivos económicos y para fines textiles concretos.

FASES DE LA HILATURA

Si se observa la operación de hilado en esa sencilla labor con la que fue segunda herramienta en esta manufactura, el huso de hilar, se pueden ver las diversas fases que componen el trabajo, desde que la masa de fibras llega al lugar de ejecución del hilado hasta que el producto final sale hacia su siguiente destino: cosido o tejeduría. Estas fases de la hilatura son las siguientes: el desempacado de la masa de fibras, cardado de las mimas, su peinado o paralelización, trenzado o primera torsión, la hilatura propiamente dicha, el acabado del hilo y otras posibles operaciones finales sobre él.

A) DESEMPACADO

Es la primera labor a realizar sobre la fibra cuando ésta sale del almacén de materias primas y entra en la fábrica de hilaturas, corrientemente en una sección anexa a la de hilado, no dentro de la misma planta, por cuestión de operatividad de descarga y de limpieza. Una vez desatada o abierta la bala de algodón, lana, lino, etc, se llevan a cabo dos operaciones: las de

disgregación y limpieza. Disgregación. Aplicado a la floca o masa de fibras que llega para ser hilada. Consiste en la separación de los componentes. También se llama abertura de la fibra, porque ésta llega en paquetes donde ha estado comprimida tal vez largo tiempo. Limpieza. Eliminación de impurezas mediante la circulación de aire a alta velocidad.

Con estas dos operaciones se forma lo que en algunos sitios se llama el batido de la fibra.

B) CARDADO

Después que la masa de fibras ha sido disgregada y se han apartado de ella las impurezas, la materia prima pasa por un nuevo proceso de disgregación, hasta que cada fibra queda tan suelta que puede recuperar su forma más natural (rizado, etc.), pero sin perder proximidad de las fibras entre sí de forma que se mantiene el batido como masa de fibras. Después del cardado la materia prima está completamente limpia y en la forma física adecuada para pasar a la planta de hilatura y entrar en el proceso de hilado.

Mechado: Consiste en el adelgazamiento de la masa o batido de fibras, que se hace enderezándolas parcialmente, formando una trama delgada que se suele llamar mecha o cinta cardada. La máquina que hace esta operación se compone esencialmente de dos cilindros guarnecidos de un material grueso y entre ellos se hace pasar el batido de fibra.

Estirado: De entre los dos rodillos anteriores, sale la mecha de fibra y pasa por otros rodillos cada uno girando a velocidad algo superior al anterior, lo

que obliga a la mecha de fibras a un mayor adelgazamiento y homogeneidad.

C) PEINADO O PARALELIZACIÓN

Cuando la estrecha masa de fibras, que es la cinta cardada, es suficientemente fina, éstas, dentro de ella, son susceptibles de ordenarse y orientarse en la dirección en que posteriormente se construirá el hilo. Peinado. Es ordenación de las fibras, aplicada a la cinta cardada; una fase de hilatura que se hace solamente en caso de fibras largas, por ejemplo el algodón, y comienza eliminando las fibras demasiado cortas. De esta fase salen fibras en una primera posición paralela.

Doblado: Es regularizar de forma continuada la masa de fibras que va a entrar en la fase siguiente.

D) TRENZADO O PRIMERA TORSIÓN

Entrelazado de las fibras en la máquina llamada mechera, para darle la cohesión al hilo resultante. Reduce el volumen del hilo y perfecciona el paralelismo de las fibras, lo que aumenta su tenacidad y le proporciona más suavidad en su superficie al dejar sueltas menos puntas de fibras. La forma en que de aquí sale la fibra se llama mecha de primera torsión; la masa de fibras ha tomado la primera forma de hilo.

E) HILATURA

Estirado y torsión, cuando se trata de hilo de un cabo. Es la operación que concluye haciendo del hilo simple un hilado de fibras discontinuas. Los hilados de filamentos son casi todos artificiales o sintéticos, ya que el único

filamento natural es la seda, que corresponde a menos del 1% de la producción de fibras e hilos. La unión de filamentos, su torsión o ambas cosas a la vez, forman el hilo de filamento. Estos hilados de filamentos, excepto los especiales, son lisos (no tienen extremos sueltos y, por tanto, no se da en ellos pilling), sedosos, con un lustre superior al de los hilos hilados; pero este brillo varía según la cantidad de deslustrante de la solución de donde procede la fibra y de cuánta torsión lleve el hilo.

E) LANA Y ALGODON DE TEJER.

Son muy utilizados y permiten la realización de obras en variados colores. Con estos materiales los nudos son fáciles a trabajar y las obras no quedaran rígidas.

F) ALGODON DE CROCHET.

Se encuentran en múltiples colores y son recomendados en trabajos minuciosos.

G) HILOS DE FANTASIA.

Estos hilos son especiales para realizar trabajos pequeños y yo los recomiendo especialmente para la realización de joyas o accesorios pequeños.

1.6 EMPRESA.

Desde el punto de vista económico, empresa es la fusión de capitales para crear una organización con fines de lucro, que puede ser de diversa naturaleza jurídica y de diferentes ramos de explotación.

En efecto, la empresa puede tener carácter individual cuando pertenece a una sola persona, o asumir la forma de una sociedad, por ejemplo, colectiva, anónima [1] o de rentabilidad limitada. Pero además de estos tipos de empresas privadas existen también empresas públicas o del Estado y empresas mixtas, cuyos capitales son de origen privado y gubernamental. En cuanto a los objetivos de la explotación, la actividad de la empresa puede corresponder a los más variados ramos, por ejemplo, la industria del calzado, el negocio del seguro o la actividad bancaria, etc.

1.7 ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

Proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear, coordinar, controlar y evaluar en forma eficiente los recursos humanos, materiales y económicos de una organización, para de esta manera lograr un fin común.

1.7.1 MERCADO

Área o lugar geográfico en donde concurren los demandantes y ofertantes para realizar transacciones de tipo comercial en base a parámetros dados, siendo libre en algunos casos la competencia en la que tiene que ver con precio, calidad, cantidad y promoción del producto.

---

[1] SAPAG, Nassir. Preparación y Evaluación de Proyectos.

1.7.2 MERCADOTECNIA.

Es un sistema integrado de actividades que pretenden lograr que los productos ingresen al mercado en las mejores condiciones, diseño de estrategias respecto a precios, publicidad, promoción, características del producto o servicio y teniendo en consideración a la competencia directa.

1.8 ESTUDIO DE MERCADO.

1.8.1 DEMANDA.

Es la cantidad de bienes y servicios que una colectividad está en condiciones de adquirir bajo determinados parámetros, para satisfacer determinadas necesidades primarias y secundarias.

1.8.2 OFERTA

El termino oferta puede definirse como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están en condiciones de vender en el mercado a precios y condiciones determinadas.

1.8.3 PROCESO DE COMERCIALIZACION.

1.8.3.1 PRODUCTO.

Bienes o cosas producidas que resultan del trabajo ejecutado sobre una materia prima y que son ofrecidos a los consumidores.

1.8.3.2 PRECIO.

El precio se determina primeramente de la comparación del número de unidades a comercialización, luego se margina un porcentaje de utilidad según la competencia probado de esta manera el pulso del mercado, el cual ayudara a determinar posibles incrementos[2]

1.8.3.3 POMOCION.

Es una herramienta comercial para empujar el producto hacia el consumidor - cliente.

1.8.3.4 PLAZA.

Son los lugares donde se colocara los productos en servicio y que estén al alcance de los clientes.

1.9 ESTUDIO TECNICO.

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se determina la posibilidad técnica de fabricar o comercializar el producto o prestar el servicio, así como también el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

---

[2] BACA URBINA ,Gabriel 2002 Evaluación de Proyectos, III Edición

1.10 ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

Es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización de los recursos mediante la organización de jerarquías, disposición y coordinación de actividades, con el fin de poder viabilizar los beneficios del grupo social. Como es de conocimiento en todo grupo social la organización es lo primordial para la utilización en forma racional de los recursos. En el caso de la organización este concepto no se ha quedado atrás y por el contrario nos da mayor relevancia como estará organizada la empresa.

1.10.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura Organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización, creando unidades administrativas, asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades debe existir.

1.10.2 NIVELES JERÁRQUICOS

Los niveles jerárquicos son el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posean, independientemente de la función que realicen, entre los niveles jerárquicos

1.10.3 ORGANIGRAMAS

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y responsabilidad y sus canales formales de comunicación.

1.10.4 MANUALES

Los Manuales son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática, información de una organización (antecedentes, legislación, estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos, etc.,). Así como las instrucciones y lineamientos que se consideren necesarios para el mejor desempeño de sus tareas.

1.11 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la empresa funciones, además es una metodología para medir la rentabilidad de un proyecto, la estructura financiera futura de una empresa.[3]

1.11.1 INVERSIONES

La inversión son los recursos necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto cuando hablamos de la inversión en un proyecto, estamos refiriéndonos a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto.

Por lo tanto cuando se va a determinar el monto de la inversión, es necesario identificar todos los recursos que se van a utilizar los cuales se destacan:

---

[3] www.monografias.com – Proyectos de Inversión

1.11.2 ACTIVOS FIJOS

El activo fijo de una empresa está formado por bienes que tienen cierta permanencia o fijeza y que han sido adquiridos con el propósito de usarlos; por ejemplo entre los activos fijos que se destacan tenemos: el edificio, equipo de transporte, recursos naturales, terrenos, obras civiles, equipos e instalaciones, muebles, maquinaria , vehículos, etc., los cuales debido al uso al que están sometidos o por el simple transcurso del tiempo están sujetos a una baja del valor que recibe el nombre de depreciación excepto los terrenos.

1.11.3 ACTIVOS DIFERIDOS

Los activos diferidos son los gastos realizados por la empresa, y que unas ves pagadas no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta en cinco años.

1.11.4 GASTOS DE OPERACIÓN O ADMINISTRACIÓN

En los gastos de administración incluye todos los gastos que ocupa la empresa para administrar por ejemplo el sueldo del gerente, las secretarias, auxiliares de oficina, contador, útiles de oficina, servicios públicos, así como también las depreciaciones administrativas que tienen su origen en el área administrativa como: muebles, equipos de cómputo y equipos de oficina, etc.

1.11.5 GASTOS DE VENTAS

Se llama así a todas las operaciones que se hacen en íntima relación con la operación de venta y que resultan indispensables para poder efectuarla, por ejemplo: la publicidad, los sueldos de vendedores, las comisiones pagadas a agentes, etc. es decir, los que se originan en el departamento o área de ventas relacionados con la distribución y comercialización del producto o del servicio.

1.11.6 GASTOS FINANCIEROS

Gastos Financieros son los incurridos por la adquisición de préstamos en el sistema financiero para compensar el requerimiento de efectivo en la apertura de la empresa; como puede ser la cantidad de capital de trabajo necesario, alguna maquinaria para el funcionamiento, etc. Los préstamos se pueden tomar siempre y cuando tengamos respaldo para este crédito como son los terrenos y edificios en caso de ser hipotecarios, vehículos, mobiliario, entre otros en caso de ser prendarios.[4]

1.11.7 DEPRECIACIONES

La depreciación es considerada como la pérdida de valor de un activo fijo, dado por el desgaste o la obsolescencia que sufre este a través del tiempo de uso tales como: muebles y enseres, vehículos maquinarias, equipos, etc. con excepción de los terrenos.

---

[4] Gabriel Baca Urbina – Elaboración de Proyectos - 3ra Edición –Pag. 135 - 137

1.11.8 PRESUPUESTOS

Los presupuestos son la estimación programada de manera sistemática de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado.

Un presupuesto es un plan integrador y coordinador que expresa en términos financieros con respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para u periodo determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia.

1.11.9 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un documento contable que presenta los resultados obtenidos en un periodo económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un periodo.

1.11.10 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como punto muerto porque en él no hay pérdidas y ganancias, es decir representa la cantidad de unidades que una empresa debe producir para no perder ni ganar.

1.12 EVALUACIÓN FINANCIERA

El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable.

En la evaluación económica - financiera se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo mediante métodos que son básicamente:

1.12. 1 VALOR ACTUAL NETO.

Se lo define como el valor que resulta de la diferencia entre el valor presente de los futuros ingresos esperados y el desembolso inicial de la inversión.

VAN =Sumatoria de flujos netos actualizados – Inversión

1.12.2 TASA INTERNA DE RETORNO

Es un indicador que expresa en forma conceptual la capacidad de ganancia de un proyecto de inversión. Se la define como la tasa de descuento que hace posible que la corriente de beneficios actualizados sean iguales.

Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$\mathbf{TIR} = \mathrm{Tm} + \mathrm{Dt}\left(\frac{\mathrm{VAN\ Tm}}{\mathrm{VAN\ Tm - VAN\ TM}}\right)$$

1.12.3 RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida permite decidir si el proyecto se acepta o no en base

Para encontrar la relación beneficio costo se utiliza la siguiente fórmula:

$$\mathbf{RBC} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

1.12.4 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.

El periodo de recuperación de inversión son los años que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial, mediante las entradas de efectivo que la misma produce.

La fórmula utilizada para su cálculo es la siguiente:

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

1.12.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Este análisis tiene como finalidad conocer el grado máximo de soporte que tendrá un proyecto ante posibles cambios en los costos e ingresos totales, que podrían ocurrir en el futuro puesto que se desconoce cuáles serán las condiciones económicas en las que se desenvolverá un proyecto una vez que entre en funcionamiento**.**

Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

S = %V / N.TIR

e.-Materiales y Métodos

e. MATERIALES Y MÉTODOS.

Para la realización del presente proyecto de investigación fue necesario seguir un proceso metodológico mismo que se enmarcó en una investigación de tipo descriptivo - explicativo, donde se utilizaron: Métodos, Técnicas y procedimiento que permitieron llegar a la finalización del mismo.

MÉTODOS.

- **Método Científico**:

  Para realizar este estudio el Método Científico permitió abordar el objeto de estudio denominado: ´ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DEL HILO COLA DE RATA EN LA CIUDAD DE LOJA´, desde la problemática hasta la determinación de resultados. Procedimientos que coligieron al logro de los objetivos planteados en el proyecto

- **Método Deductivo**

  Este Método parte de hechos generales a realidades particulares lo que permitió estudiar aspectos globales que abarcan la problemática del Sector Comercial y Sector Textil así como también de costumbres artesanales como lo es el tejido que determinó la importancia de este estudio mediante el razonamiento lógico de cada aspecto desarrollado y analizado, el cual está plasmado en el trabajo en general.

- **Método Inductivo**

  Se basa en la acumulación de datos cuya tendencia permitió extrapolar o generalizar el comportamiento de los sistemas en estudio mediante la observación y análisis detallados de cada procedimiento utilizado para la confirmación o no del mismo. Este método se lo aplicó en los diferentes estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Organizacional y Estudio Financiero, que van de la particular a lo general analizando resultados que permitan determinar la viabilidad del proyecto.

TÉCNICAS.

En el proceso investigativo fue necesario aplicar las siguientes Técnicas como son: Observación, Revisión Bibliográfica, Entrevista, Encuestas y Muestreo, que fueron de vital importancia para recabar información acordes a las actividades propias de la investigación.

- **Observación:** Participa en todos los procedimientos utilizados en la investigación del objeto de estudio, es decir, toda la investigación comienza con la observación y termina con ella, especialmente cuando ejecuta la realización de los procedimientos requeridos.
- **Revisión Bibliografía:** En esta técnica se revisaron Libros, folletos periódicos a través de fichas de trabajo, las mismas que sirvieron para obtener fundamentos teóricos de algunos parámetros dentro del estudio de campo.

- **Encuesta:** Es una técnica que se caracteriza por el procedimiento a través de cual el investigador busca llegar a la obtención de la información de un grupo de individuos en base a un conjunto de preguntas, la misma que se utilizó en la determinación de la demanda.

DEMANDA.

Para la determinación de la demanda se realizó encuesta a 381 mujeres comprendidas entre las edades de 15 a 69 años de la ciudad de Loja, para determinar sus preferencias en cuanto a la adquisición del hilo Cola de Rata y su apreciación con respecto a su principal utilidad como lo es el tejido de productos artesanales con el mismo, de esta se desprende las que saben tejer y utilizan el Hilo Cola de Rata y las que no saben tejer y les gustaría aprender y utilizar el hilo.

- **Entrevista:** La entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto. Esta entrevista nos permitió determinar la oferta existente.

OFERTA.

Para la oferta se realizó una entrevista muy breve pero directa a los propietarios de los locales que venden el Hilo cola de Rata para así poder obtener los datos necesarios para el estudio, la misma se realizó a las siete empresas dedicadas a la comercialización de este

Hilo, a fin de determinar la cantidad de hilo vendido en el año 2010 y 2011.

Muestreo: El muestreo es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población

Para realizar el Muestreo primero se determinó el número de encuestas mediante los datos proporcionados por el VII CENSO DE POBLACION Y VI DE VIVIENDA 2010, en donde del total de la población de la Ciudad de Loja para nuestro estudio se toma como referencia la población femenina de edades comprendidas de entre 15 a 69 años de edad que es de 58735 mujeres con su debida proyección para el 2011, donde la tasa de crecimiento es de 2.27% dando un resultado de proyección de 60068 mujeres como se evidencia en la siguiente tabla:

TABLA # 1
PROYECCION DE LA POBLACION 2011

POBLACIÓN INEC 2010	TASA DE CRECIMIENTO	PROYECCIÓN POBLACIÓN 2011	POBLACION FEMENINA EDADES (15 A 69AÑOS) INEC 2010	POBLACION FEMENINA EDADES (15 A 69AÑOS) PROYECCION 2011
170280	2.27 %	174145	58735	60068

FUENTE: VII CENSO DE POBLACION Y VI DE VIVIENDA 2010- Proyección 2011
ELABORADO: POR LA AUTORA

Formula: Pf = Db $(1+i)^n$

Pf= 58735 (1+2.27) 1

Pf= 58735 (1+0.0227) 1

Pf= 58735 (1.0227)

Pf= 60068

Mediante un procedimiento ejecutado por el INEC se procedió a determinar el número de mujeres con respecto al intervalo de edades de las parroquias, para obtener así con mayor exactitud la población en estudio, como se demuestra a continuación:

Datos:

Población de mujeres proyectada 2011 = 90821

Población de mujeres proyectada 2011 de la parroquia el Valle = 16285

Población de mujeres entre edades de 15 a 69 años = 60068

90821 ----------100%

16285 ---------- X

$$= \frac{16285 \times 100}{90821} = 17.93\ \%$$

Obtenido este dato se procede a obtener la población de la parroquia el Valle en las edades de 15 a 69 años.

60068 x 0.1793 = 10770

Todo este procedimiento se realizó para las demás parroquias como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA # 2
POBLACION FEMENINA DE EDADES DE 15 A 69 AÑOS

INTERVALO DE EDAD	Nº DE POBLACION EL VALLE	Nº DE POBLACION EL SUCRE	Nº DE POBLACION EL SAGRARIO	Nº DE POBLACION SAN SEBASTIAN	TOTAL
DE 15 A 69	10770	24568	5520	19210	60068
TOTAL					**60068**

FUENTE: VII CENSO DE POBLACION Y VI DE VIVIENDA 2010- Proyección 2011
ELABORADO: POR LA AUTORA

Con este resultado se determinó el tamaño de la muestra con el número total de habitantes mujeres para este estudio que es de 60068:

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

$$n = \frac{(60068)\,(1.96)^2\,(0.5)(0.5)}{(60068-1)\,(0.05)^2 + (1.96)^2\,(0.5)(0.5)}$$

$$n = 381$$

Es así que se aplicaron 381 encuestas a las mujeres de edades comprendidas entre 15 a 69 años de la Ciudad de Loja para poder conocer sus preferencias en cuanto a la adquisición del Hilo Cola de Rata.

Para realizar la distribución muestral y determinar cuántas encuestas corresponde a cada parroquia y en consecuencia a cada parroquia se utilizó la siguiente fórmula:

$$C = \frac{n}{N}$$

C = Coeficiente.

N = Número de población femenina por intervalos de edad de 15 a 69 años.

n = Numero de encuestas.

$$C = \frac{381}{60068} \qquad C = 0.006342811$$

TABLA # 3
DISTRIBUCION DE LA MUESTRA
POBLACION FEMENINA DE EDADES DE 15 A 69 AÑOS

PARROQUIAS	INTERVALO DE EDADES DE 15 A 69 AÑOS	COEFICIENTE	# DE ENCUESTAS
Valle	10770	0.006342811	68
Sucre	24568	0.006342811	156
Sagrario	5520	0.006342811	35
San Sebastián	19210	0.006342811	122
Total	60068		381

FUENTE: VII CENSO DE POBLACION Y VI DE VIVIENDA 2010- Proyección 2011
ELABORADO: POR LA AUTORA

f.- Resultados

f. RESULTADOS

ENCUESTA REALIZADA A LAS MUJERES DE LAS EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 15 A 69 AÑOS DE LA CIUDAD DE LOJA.

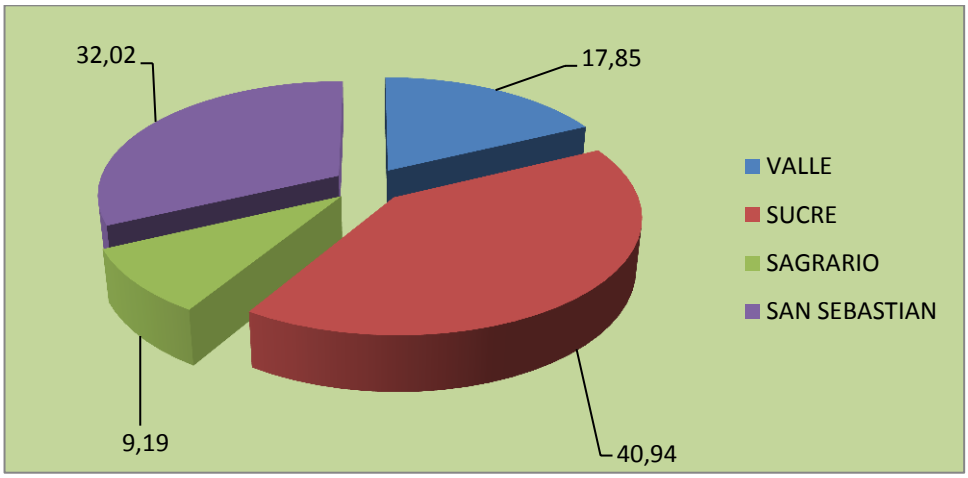
1.- En qué Parroquia reside usted?

TABLA # 4
PARROQUIA DE RESIDENCIA

PARROQUIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VALLE	68	17.85
SUCRE	156	40.94
SAGRARIO	35	9.19
SAN SEBASTIAN	122	32.02
TOTAL	381	100

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 1



INTERPRETACIÓN:

Se puede evidenciar que el 17.85% de las mujeres encuestadas corresponden a la parroquia el Valle, el 40.94 % a la parroquia Sucre, el 9.19% a la parroquia el Sagrario y el 32.02 a la parroquia de San Sebastian, lo que permite determinar que en la ciudad de Loja existe en mayor porcentaje población joven en la parroquia Sucre.

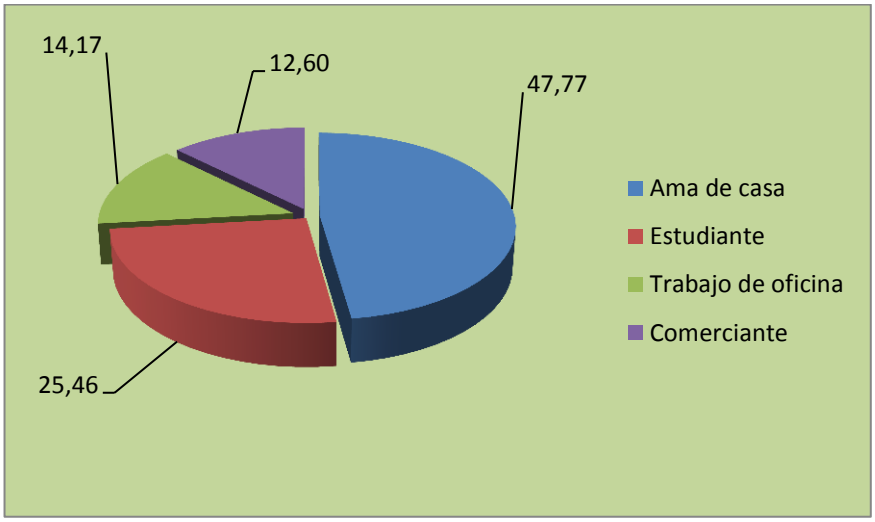
2.- Qué ocupación tiene?

TABLA # 5
OCUPACIÓN

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Ama de casa	182	47.77
Estudiante	97	25.46
Trabajo de oficina	54	14.17
Comerciante	48	12.60
TOTAL	**381**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 2



INTERPRETACIÓN:

Se puede determinar de acuerdo a las encuestas que el 47.77% tiene una ocupación de Ama de Casa, el 25.46% son estudiantes, el 14.17% tienen un trabajo de oficina y el 12.60% se ocupan como comerciantes donde las actividades que realizan están: la de compra y ventas de ropa, bisutería artesanal y locales de comida.

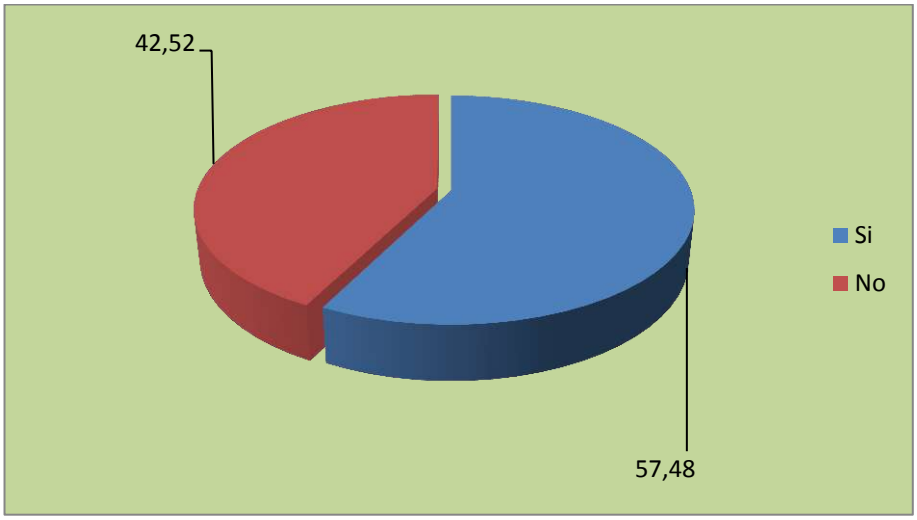
3.-Sabe usted tejer?

TABLA # 6
SABE TEJER

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	219	57.48
No	162	42.52
TOTAL	**381**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 3



INTERPRETACIÓN:

Las encuestas pudieron evidenciar que el 57.48% de las mujeres si saben o tienen alguna noción de saber tejer y el 42.52% no saben absolutamente nada de tejer.

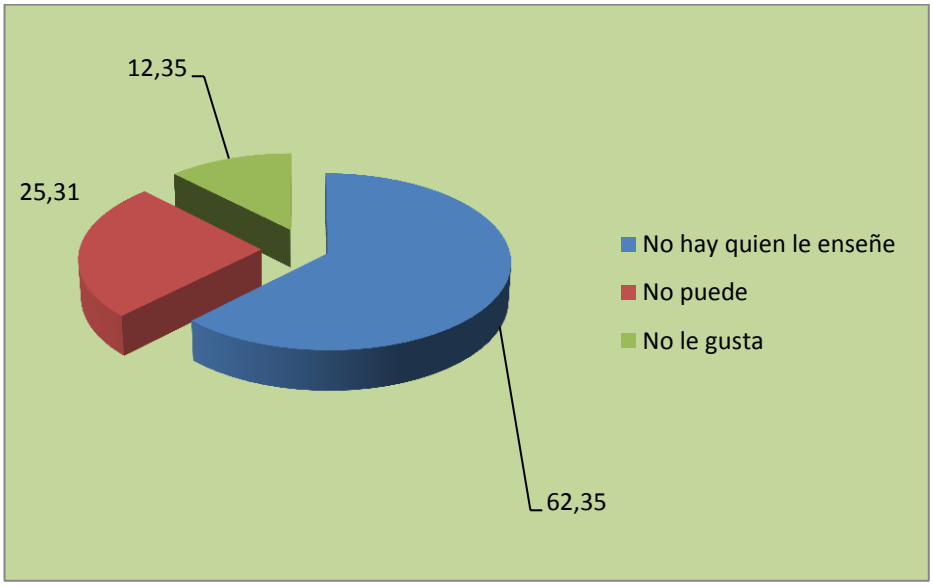
4.- Por cuál de estas razones usted no teje?

TABLA # 7
POR QUE NO TEJE

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No hay quien le enseñe	101	62.35
No puede	41	25.31
No le gusta	20	12.35
TOTAL	162	100.00

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 4



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta solo contestaron las que en la pregunta # 3 dijeron que no tejen, en donde el 62.35% no teje porque no hay quien les enseñe, el 25.31% en cambio manifestaron que sencillamente no pueden y el otro 12.35% dijeron que no les gusta.

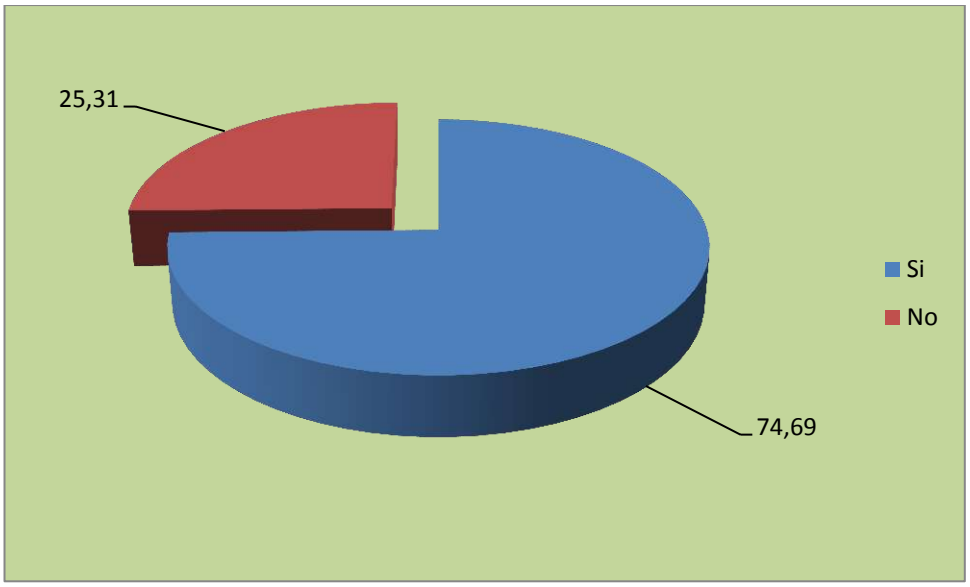
5.- Le gustaría aprender a tejer?

TABLA # 8
QUIERE APRENDER A TEJER

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	121	74.69
No	41	25.31
TOTAL	162	100.00

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 5



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta solo contestaron las que en la pregunta # 3 dijeron que no tejen, en donde el 74.69% si le gustaría aprender a tejer y el 25.31% en cambio manifestaron que no quieren aprender a tejer.

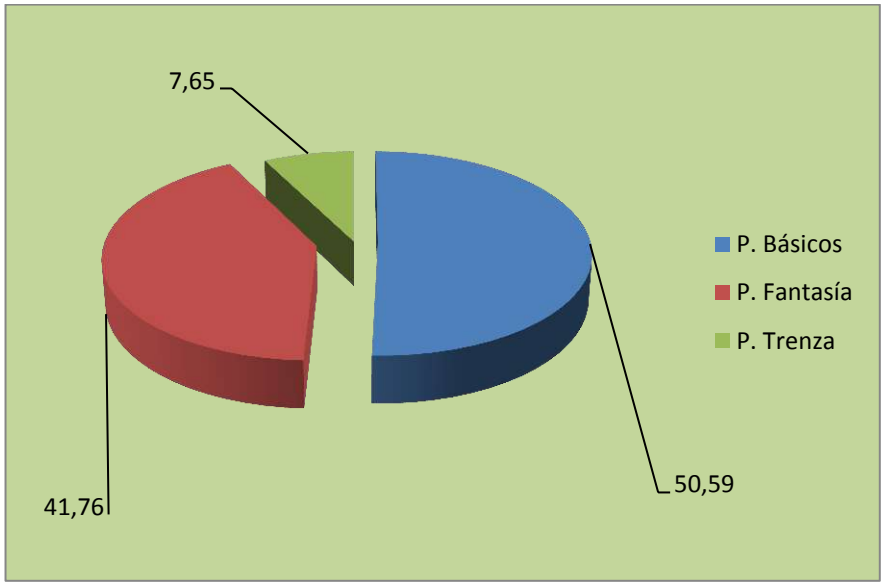
6.- Qué puntos conoce o la gustaría aprender?

TABLA # 9
PUNTOS DE TEJIDO QUE CONOCE O QUISIERA APRENDER

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
P. Básicos	172	50.59
P. Fantasía	142	41.76
P. Trenza	26	7.65
TOTAL	340	100.00

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 6



INTERPRETACION:

A esta pregunta contestaron las que en la pregunta # 3 y # 5 dijeron que si tejen y si les gustaría aprender a tejer respectivamente, en donde el 50.59% conoce o quisiera aprender los puntos básicos de tejido, el 41.76% en cambio manifestaron que conocen o quisieran conocer los puntos de fantasía y solo un 7.65% conocen o quisiera aprender los puntos de tejido a trenzas.

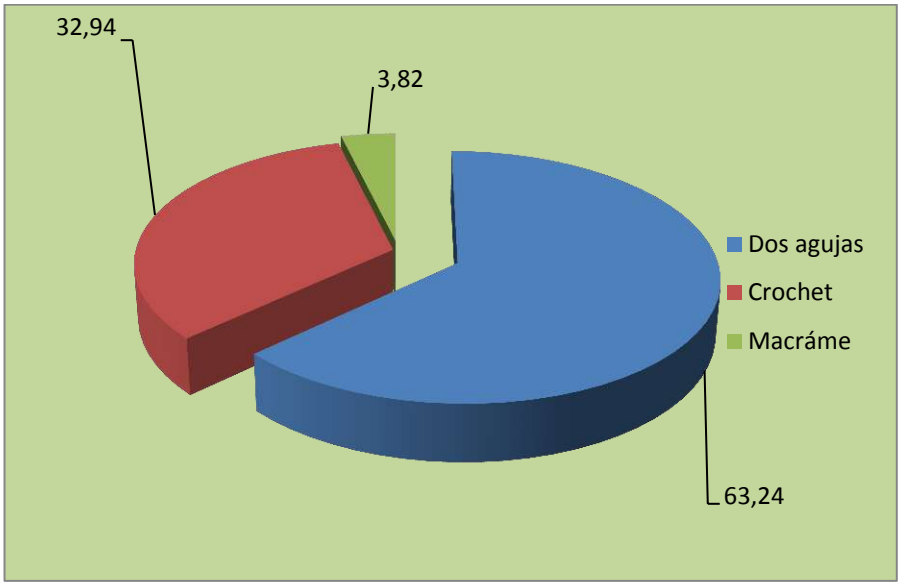
7.- Qué técnica de tejido practica o le gustaría practicar?

TABLA # 10
TÉCNICA DE TEJIDO PRACTICA O LE GUSTARÍA PRACTICAR

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dos agujas	215	63.24
Crochet	112	32.94
Macramé	13	3.82
TOTAL	340	100.00

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 7



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta contestaron las que en la pregunta # 3 y # 5 dijeron que si tejen y si les gustaría aprender a tejer respectivamente, en donde el 63.24% tiene como técnica del tejido preferida o que quisiera aprender las dos agujas, el 32.94% en cambio manifestaron que su técnica favorita o la que quisieran aprender es el tejido a Crochet y solo un 3.82% tiene como preferida o quisieran aprender la técnica del Macramé.

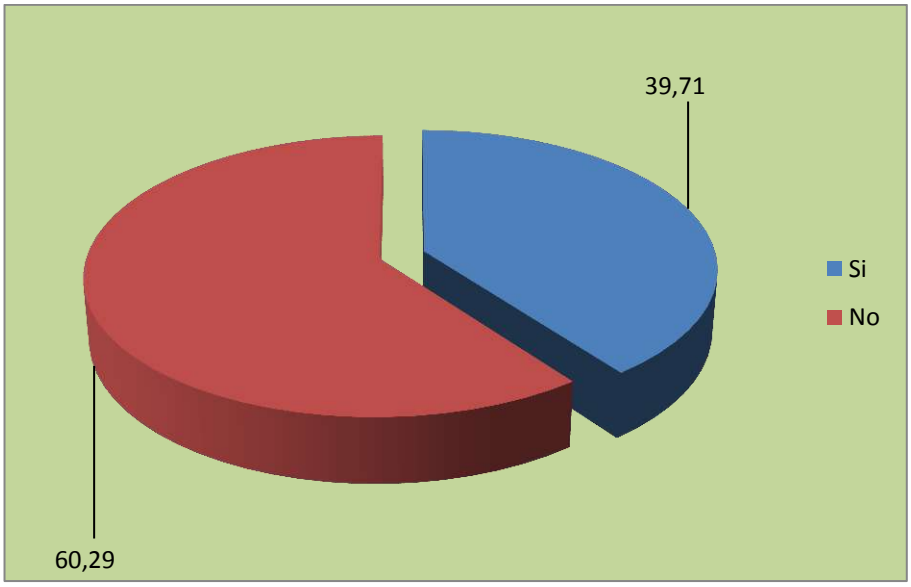
8.- Utiliza usted el Hilo Cola de Rata?

TABLA # 11
UTILIZA EL HILO COLA DE RATA

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	135	39.71
No	205	60.29
TOTAL	340	100.00

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 8



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta contestaron las que en la pregunta # 3 y # 5 dijeron que si tejen y si les gustaría aprender a tejer respectivamente, en donde el 60.29% no utiliza para tejer el hilo Cola de Rata en cambio el 39.71% de las encuestadas si utilizan este hilo para sus labores de tejido artesanal.

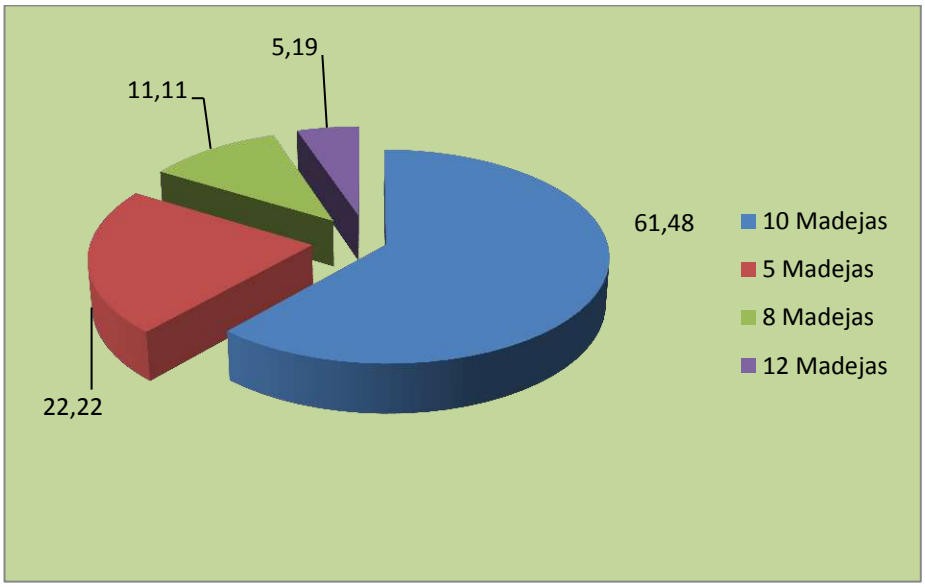
9.-Cuántas madejas de este Hilo adquiere usted al mes?

TABLA # 12
MADEJAS DE HILO QUE ADQUIERE AL MES

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 Madejas	83	61.48
5 Madejas	30	22.22
8 Madejas	15	11.11
12 Madejas	7	5.19
TOTAL	**135**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 9



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta contestaron las que en la pregunta # 8 dijeron que si utilizan el hilo Cola de Rata para tejer, en donde el 61.48% compra al mes un promedio de 10 madejas de este hilo, el 22.22% compra un promedio de 5 madejas al mes, el 11.11% compra un promedio de 8 madejas al mes y el 5.19% compra un promedio de 12 madejas al mes.

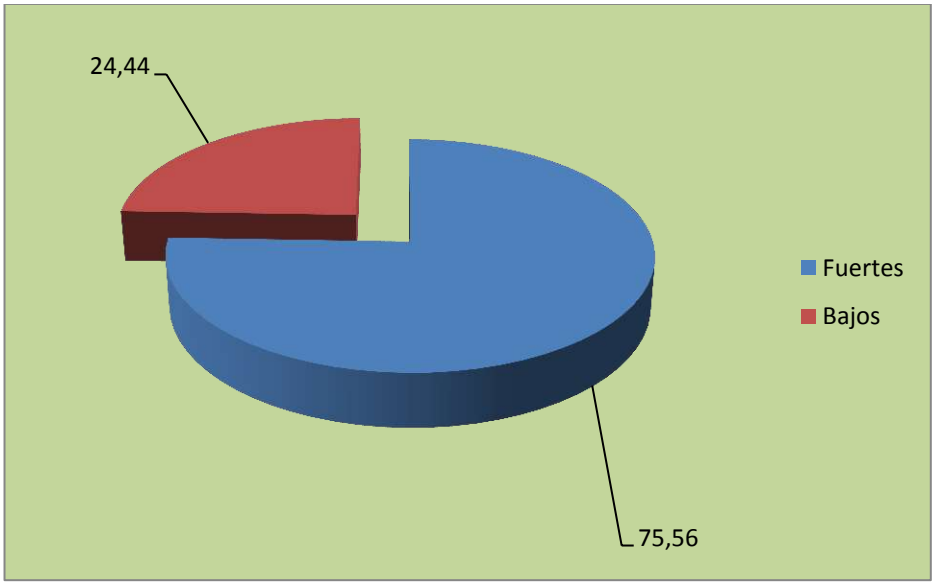
10.-Qué colores prefiere usted al comprar el hilo Cola de rata?

TABLA # 13
COLORES QUE PREFIERE AL COMPRAR EL HILO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fuertes	102	75.56
Bajos	33	24.44
TOTAL	**135**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 10



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta contestaron las que en la pregunta # 8 dijeron que si utilizan el hilo Cola de Rata para tejer, en donde el 75.56% de las encuestadas prefieren comprar colores fuertes(como los morados, fucsia, negros, cafés, turquesa, verdes entre otros) y el 24.44% prefieren comprarlos bajos(como rosados, celestes, cremas entre otros).

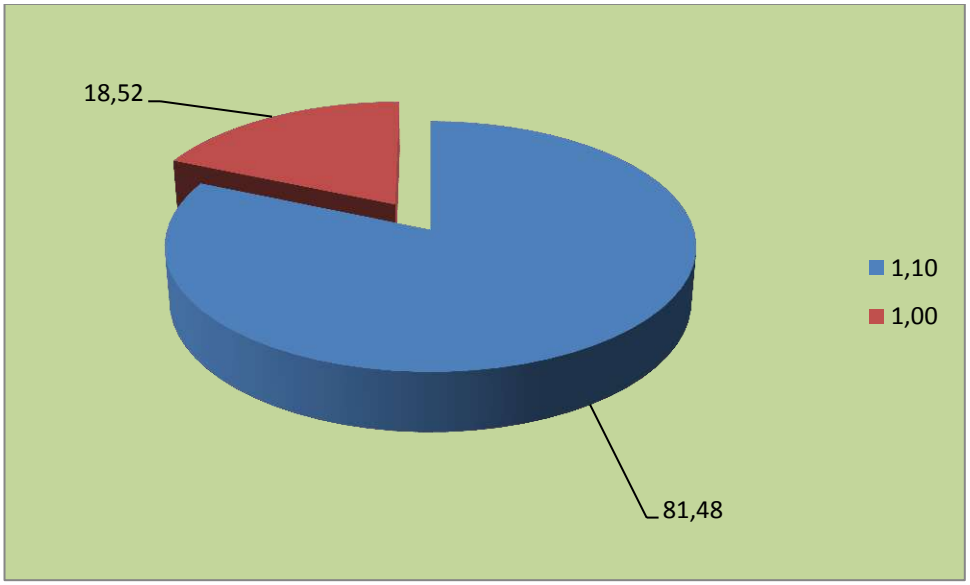
11.-Cuánto paga usted por el hilo?

TABLA # 14
PRECIO DEL HILO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1,10	110	81.48
1,00	25	18.52
TOTAL	135	100.00

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 11



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta contestaron las que en la pregunta # 8 dijeron que si utilizan el hilo Cola de Rata para tejer, en donde el 81.48% de las encuestadas pagan al comprar el Hilo un valor de $ 1.10, el 18.52% pagan el valor de $ 1.00.

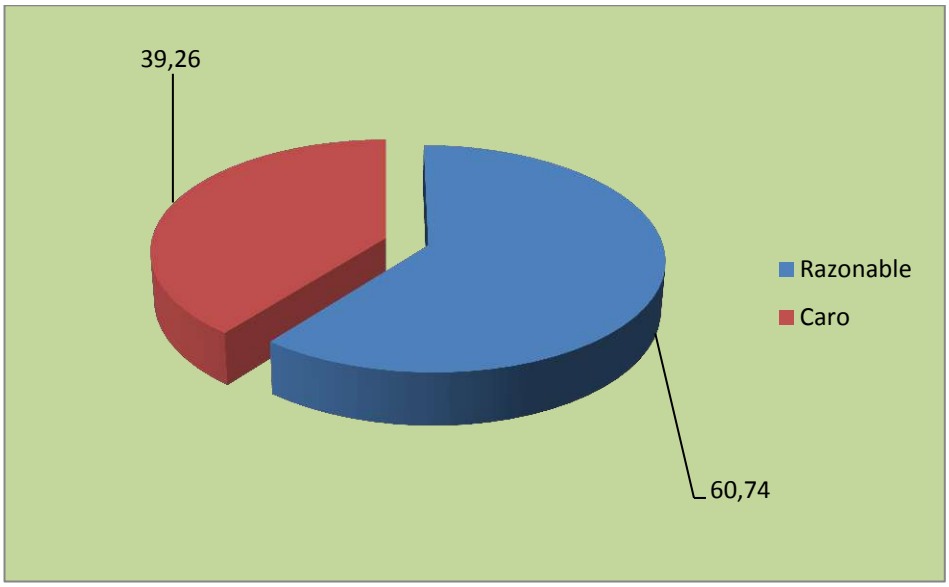
12.-Según su apreciación como considera usted el precio del Hilo?

TABLA # 15
COMO CONSIDERA EL PRECIO DEL HILO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Razonable	82	60.74
Caro	53	39.26
TOTAL	135	100.00

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 12



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta contestaron las que en la pregunta # 8 dijeron que si utilizan el hilo Cola de Rata para tejer, en donde el 60.74% de las encuestadas consideran que el precio en que compran el Hilo cola de rata es Razonable y el 39.26% consideran que el precio que pagan es caro.

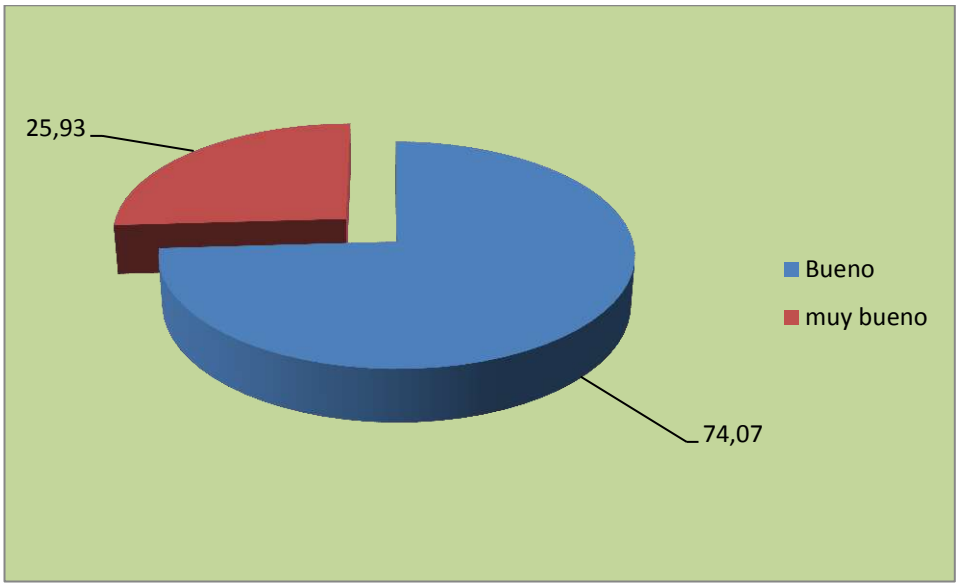
13.-Qué le parece la calidad de hilo que usted ha adquirido?

TABLA # 16
CALIDAD DEL HILO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	100	74.07
muy bueno	35	25.93
TOTAL	135	100.00

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 13



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta contestaron las que en la pregunta # 8 dijeron que si utilizan el hilo Cola de Rata para tejer, en donde el 74.07% de las encuestadas consideran que la calidad del Hilo que compran es Bueno y el 25.93% consideran que la calidad del hilo es muy bueno

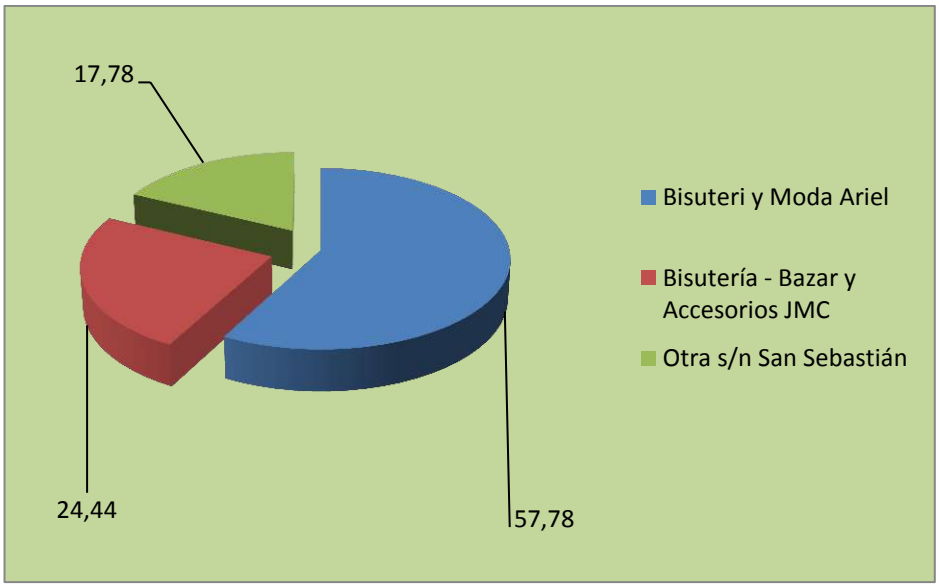
14.-Qué empresas de comercialización de hilo cola de Rata conoce usted?

TABLA # 17
EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DEL HILO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bisutería y Moda Ariel	78	57.78
Bisutería - Bazar y Accesorios JMC	33	24.44
Otra s/n San Sebastián	24	17.78
TOTAL	135	100.00

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 14



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta contestaron las que en la pregunta # 8 dijeron que si utilizan el hilo Cola de Rata para tejer, en donde el 57.78% de las encuestadas conocen como comercializadora de este hilo a la Empresa Bisutería y Moda Ariel, el 24.44% a la Empresa Bisutería – Bazar y Accesorios JMC y el 17.78% conocen a la Empresa s/n ubicada en San Sebastián.

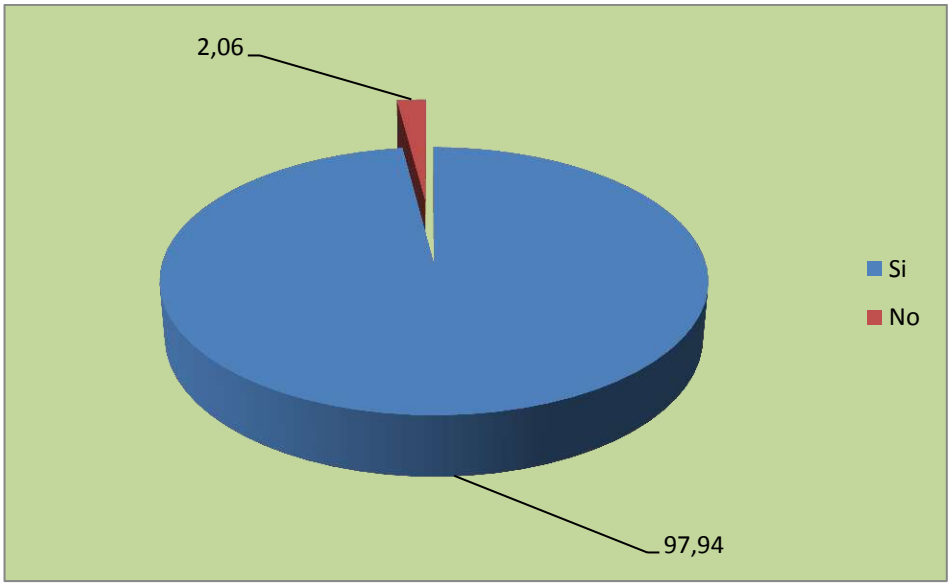
15.-Le gustaría utilizar el Hilo Cola de Rata para aprender a elaborar productos artesanales ya que el mismo tiene como características ser perdurable, de fácil manipulación y adaptable a cualquier punto?

TABLA # 18
LE GUSTARÍA UTILIZAR EL HILO COLA DE RATA

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	333	97.94
No	7	2.06
TOTAL	340	100.00

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 15



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta contestaron las que en la pregunta # 8 dijeron que no utilizan el hilo cola de rata para tejer, en donde el 97.94% de las encuestadas si les gustaría utilizar este hilo para aprender a elaborar productos tejidos y el 2.06% no les gustaría utilizar este hilo por que el de su preferencia es otro como son lanas, hilo encerado, hilo mota entre otros.

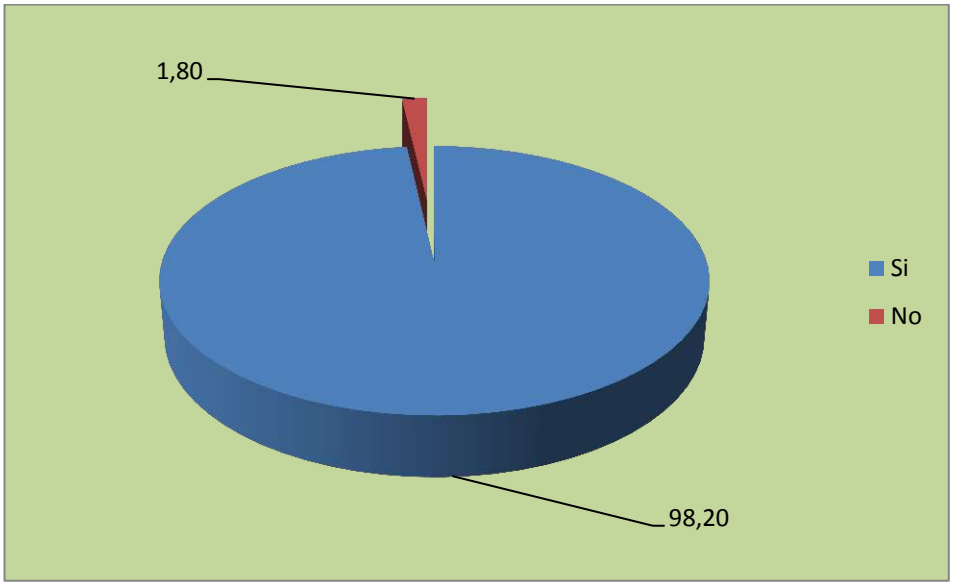
16.-Si se llegará a implementar una empresa comercializadora del Hilo Cola de Rata. Usted compraría el Hilo?

TABLA # 19
IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DEL HILO COLA DE RATA

OPCIONES	FREC-UENCIA	PORCENTAJE
Si	327	98.20
No	6	1.80
TOTAL	333	100.00

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 16



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta acceden todos los que contestaron la preguntas # 15 positivamente, en donde el 98.20% dijeron que si adquirirían el Hilo Cola de Rata si se implementará una empresa comercializadora de este hilo, y el y el 1.80% no lo adquirirían.

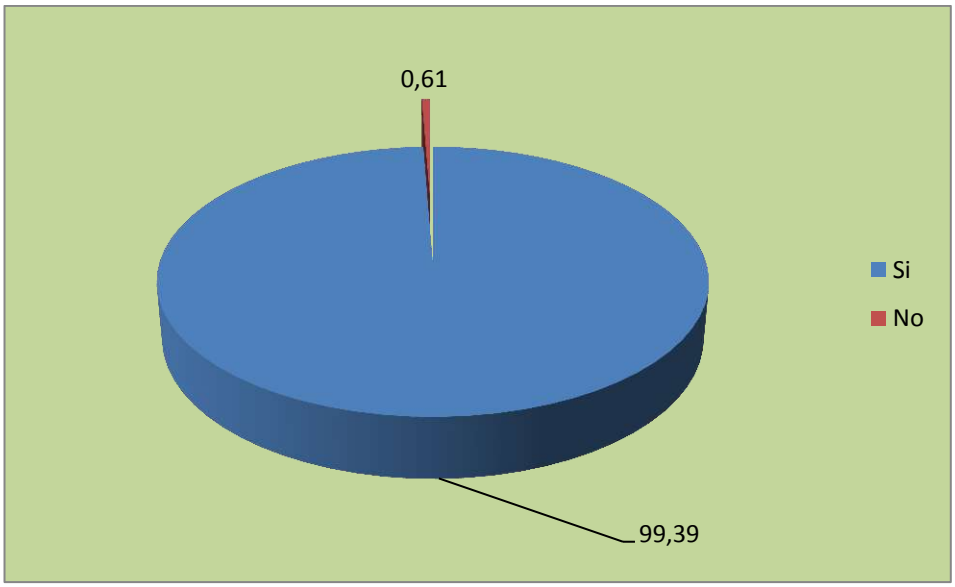
17.-Si se ofrecieran cursos de tejido con un costo mínimo, usted estaría dispuesta a seguir el curso?

TABLA # 20
CURSO DE TEJIDO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	325	99.39
No	2	0.61
TOTAL	327	100.00

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 17



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta acceden todos los que contestaron la preguntas # 16 positivamente, en donde el 99.39% dijeron que si estarían dispuestas a seguir el curso con un costo mínimo y el 0.61 no estarían dispuestas a seguir este curso.

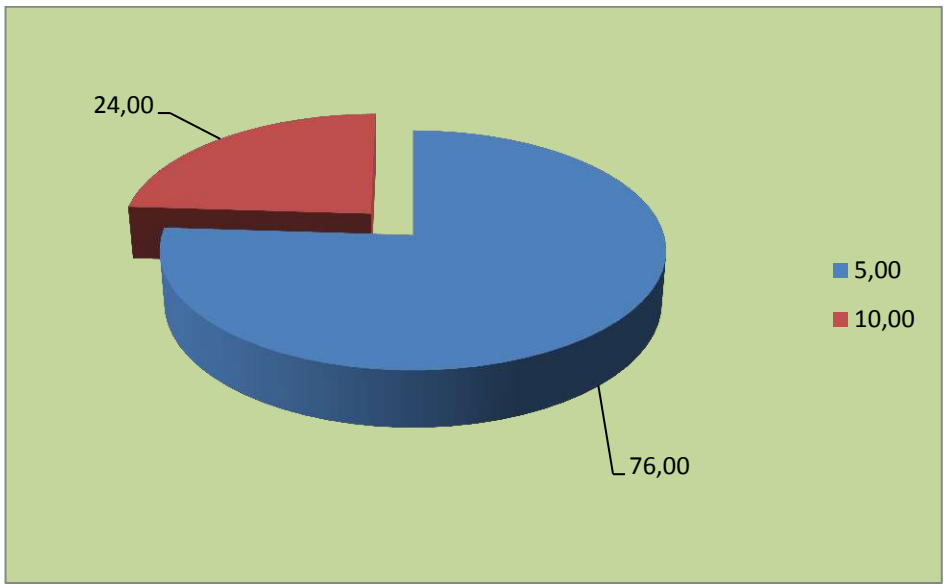
18.-Si se ofrecieran estos cursos de tejido que monto estaría usted dispuesta a pagar?

TABLA # 21
COSTO DEL CURSO DE TEJIDO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5,00	247	76.00
10,00	78	24.00
TOTAL	325	100.00

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 18



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta acceden todos las que contestaron la preguntas # 16 positivamente, en donde el 76.00% dijeron que si estarían dispuestas a seguir el curso con un costo mínimo de $5.00 y el 24.00%seguirían el curso con un costo de $10.00.

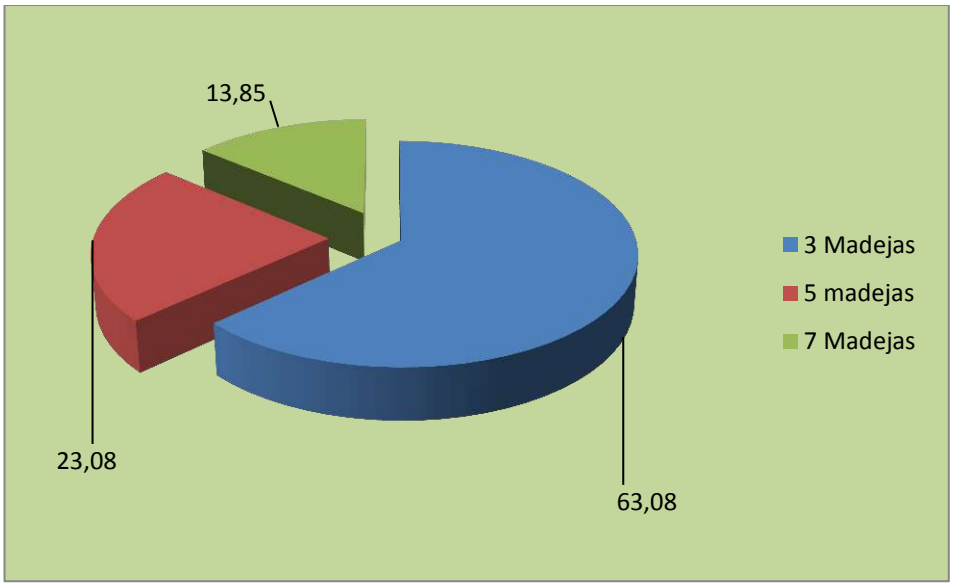
19.- Cuántas madejas de hilo estaría usted dispuesta a comprar?

TABLA # 22
MADEJAS DE HILO QUE ADQUIRIRÍAN AL MES

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3 Madejas	205	63.08
5 madejas	75	23.08
7 Madejas	45	13.85
TOTAL	**325**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 19



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta acceden todos las que contestaron la preguntas # 16 positivamente, en donde el 63.08% dijeron que si estarían dispuestas a comprar 3 madejas de hilo al mes, el 23.08% 5 madejas al mes y el 13.85% 7 madejas al mes.

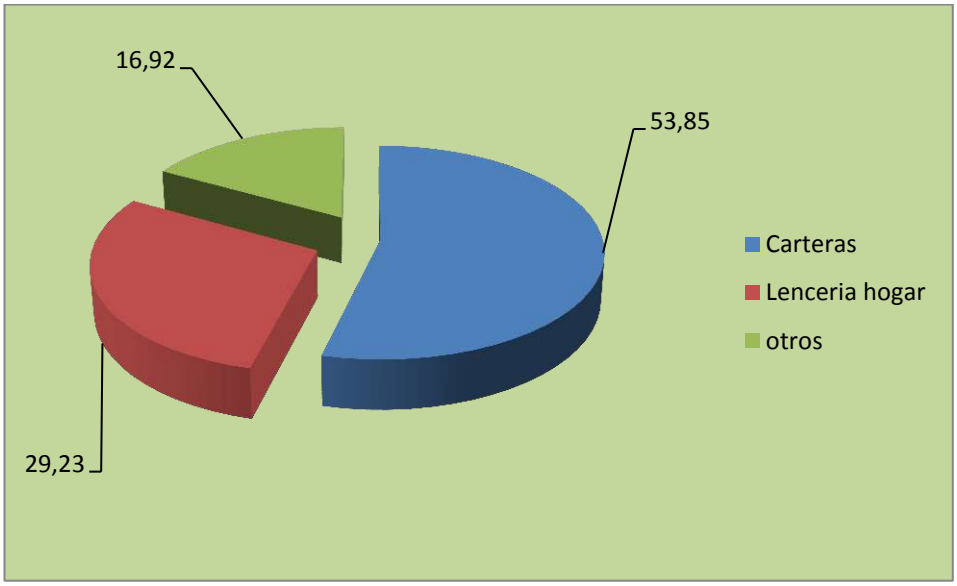
20.-Qué le gustaría elaborar?

TABLA # 23
CURSO DE TEJIDO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Carteras	175	53.85
Lenceria hogar	95	29.23
otros	55	16.92
TOTAL	**325**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 20



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta acceden todos los que contestaron la preguntas # 16 positivamente, en donde el 53.85% dijeron que les gustaría elaborar carteras, el 29.23% lencería de Hogar y el 16.92% otro artículos como: sombreros, adornos de cocina, navideños.

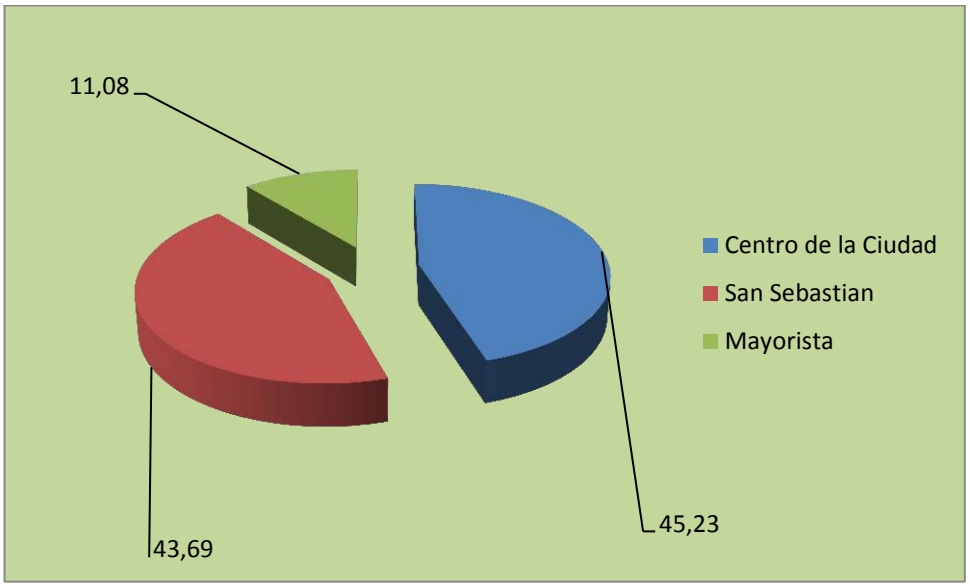
21.-En qué lugar le gustaría que se encuentre esta empresa?

TABLA # 24
LUGAR EN QUE PREFERIRIA QUE SE ENCUENTRE LA EMPRESA

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Centro de la Ciudad	147	45.23
San Sebastián	142	43.69
Mayorista	36	11.08
TOTAL	**325**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 21



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta acceden todos las que contestaron la pregunta # 16 positivamente, en donde el 45.23% de las encuestadas quisieran que la empresa a implementarse de comercialización del hilo cola de rata se ubique en el Centro de la Ciudad, el 43.69% en San Sebastián y el 11.08% el sector del Mayorista.

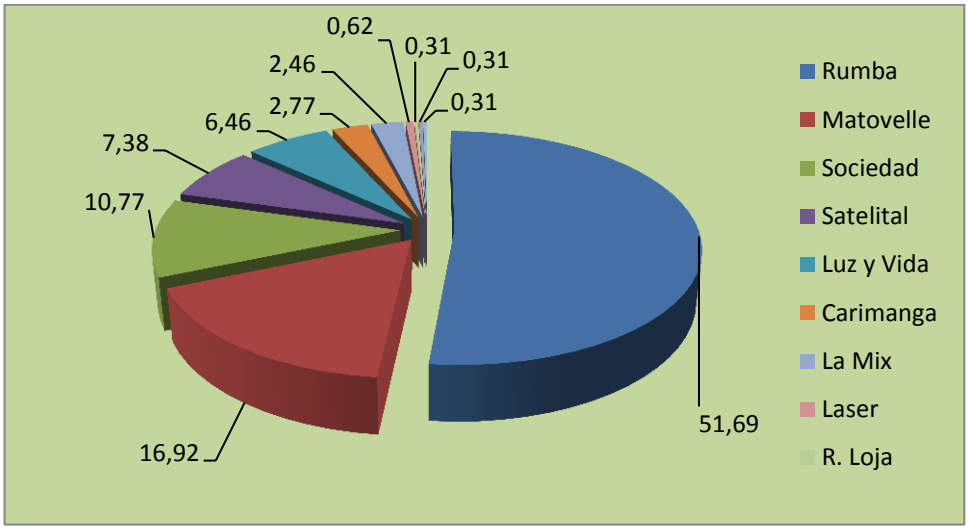
22.-Qué Medios de Comunicación locales utiliza para informarse tanto en radio, televisión y periódicos, que programas/ secciones y en que horarios?

TABLA # 25
RADIO

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Rumba	168	51.69
Matovelle	55	16.92
Sociedad	35	10.77
Satelital	24	7.38
Luz y Vida	21	6.46
Cariamanga	9	2.77
La Mix	8	2.46
Láser	2	0.62
R. Loja	1	0.31
R. Ecotel	1	0.31
Poder	1	0.31
TOTAL	**325**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 22



INTERPRETACIÓN:

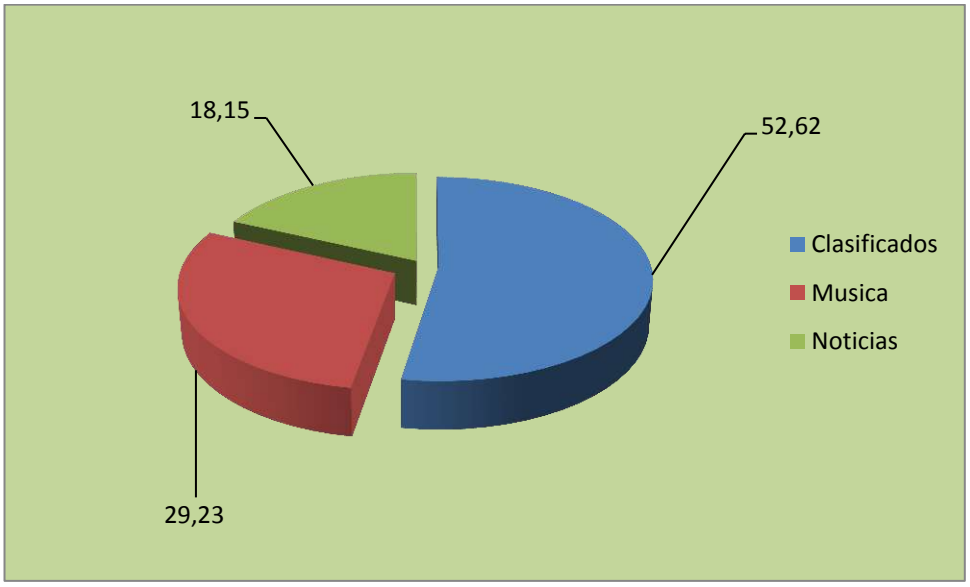
A esta pregunta acceden todos los que contestaron las preguntas # 15 y # 17, en donde el 52.69% prefieren escuchar la Radio Rumba, y de menor preferencia la radio Poder con un porcentaje del 0.31%.

TABLA # 26
PROGRAMAS

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Clasificados	171	52.62
Música	95	29.23
Noticias	59	18.15
TOTAL	**325**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 23



INTERPRETACIÓN:

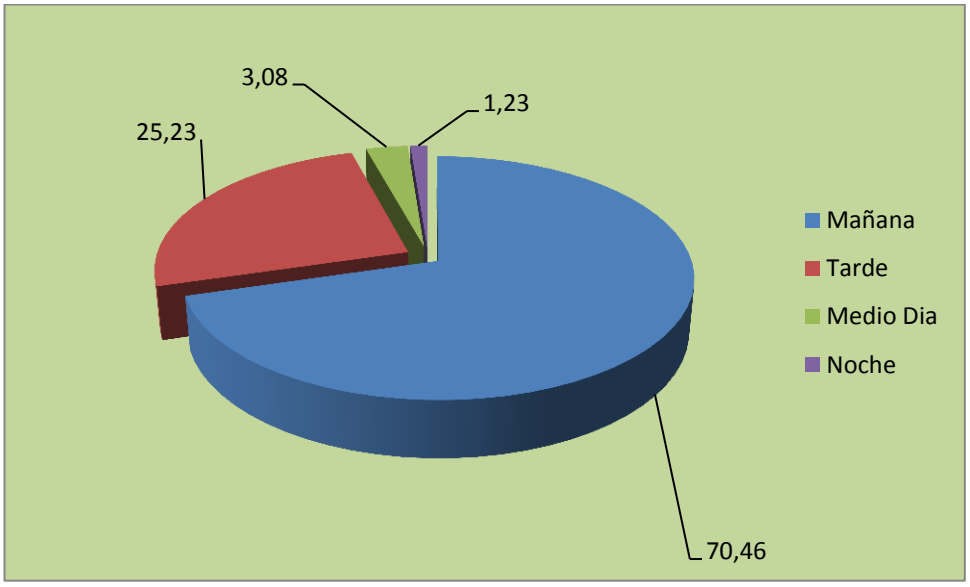
A esta pregunta acceden todos los que contestaron las preguntas # 15 y # 17, en donde el 52.62% de las encuestadas prefieren escuchar en la radio el programa de Clasificados, el 29.23% prefieren escuchar Música y el 18.15% las Noticias.

TABLA # 27
HORARIOS

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	229	70.46
Tarde	82	25.23
Medio Día	10	3.08
Noche	4	1.23
TOTAL	**325**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 24



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta acceden todos los que contestaron las preguntas # 15 y # 17, en donde el 70.46% prefiere escuchar la radio en la mañana, el 25.23% en la tarde, el 3.08% en el Medio Día y el 1.23 en la Noche.

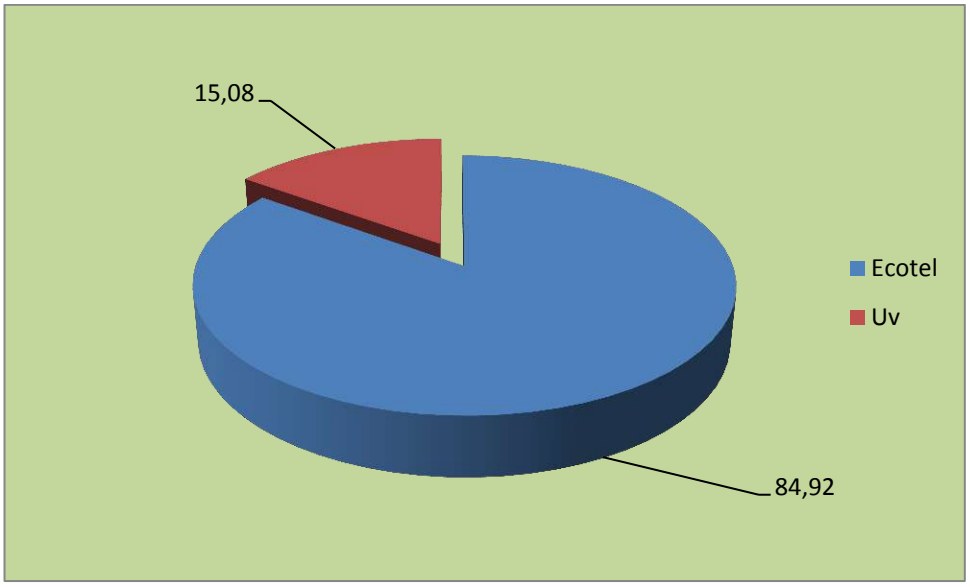
TABLA # 28

TELEVISION

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Ecotel	276	84.92
UV Televisión	49	15.08
TOTAL	**325**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 25



INTERPRETACIÓN:

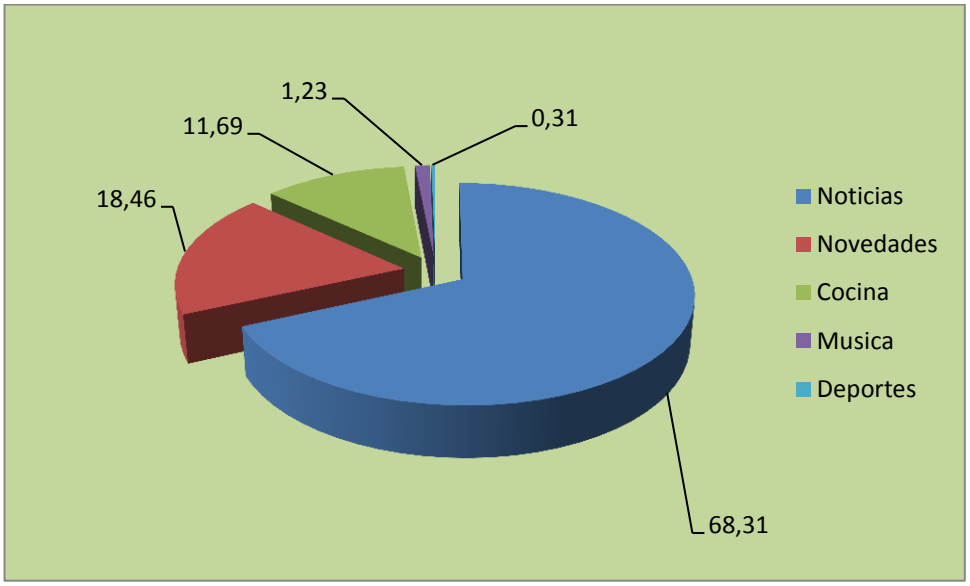
A esta pregunta acceden todos los que contestaron las preguntas # 15 y # 17, en donde el 84.92% prefiere ver el canal de Ecotel y el 15.08% el canal UV televisión.

TABLA # 29
PROGRAMAS

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Noticias	222	68.31
Novedades	60	18.46
Cocina	38	11.69
Música	4	1.23
Deportes	1	0.31
TOTAL	**325**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 26



INTERPRETACIÓN:

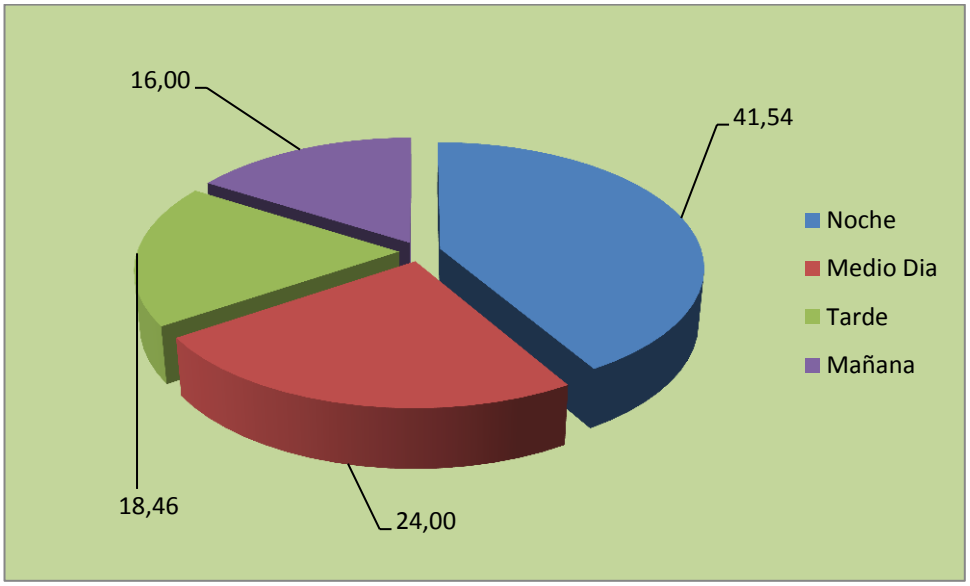
A esta pregunta acceden los que contestaron las preguntas # 15 y # 17, en donde el 68.31% prefieren ver en la televisión las Noticias, el 18.46% los programas de Novedades, el 11,69% los de cocina, el 1.23% los de Música y el 0.31% los programas de deportes.

TABLA # 30
HORARIOS

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Noche	135	**41.54**
Medio Día	78	24.00
Tarde	60	18.46
Mañana	52	16.00
TOTAL	**325**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 27



INTERPRETACIÓN:

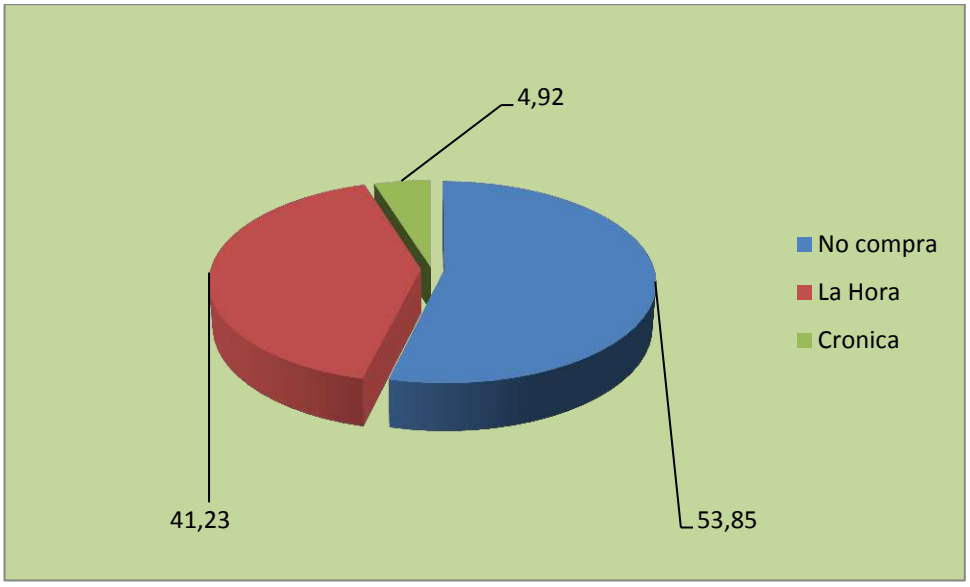
A esta pregunta acceden todos los que contestaron las preguntas # 15 y # 17, en donde el 41.54% de las encuestadas prefieren ver la televisión en la Noche, el 24% al medio día, el 18.46% y el 16% en la mañana.

TABLA # 31
PERIODICOS

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No compra	175	53.85
La Hora	134	41.23
Crónica	16	4.92
TOTAL	**325**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 28



INTERPRETACIÓN:

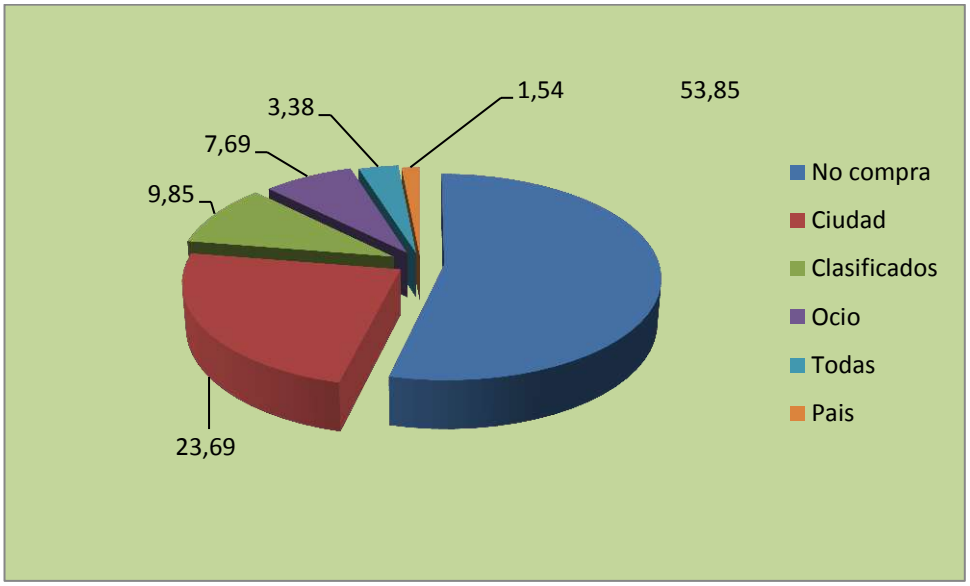
A esta pregunta acceden todos los que contestaron las preguntas # 15 y # 17, en donde el 53.85% de las encuestadas no compra periódicos, el 41.23% compra el diario la hora y el 4.92% compra el diario la Crónica.

TABLA # 32
SECCIONES

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No compra	175	53.85
Ciudad	77	23.69
Clasificados	32	9.85
Ocio	25	7.69
Todas	11	3.38
País	5	1.54
TOTAL	**325**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 29



INTERPRETACIÓN:

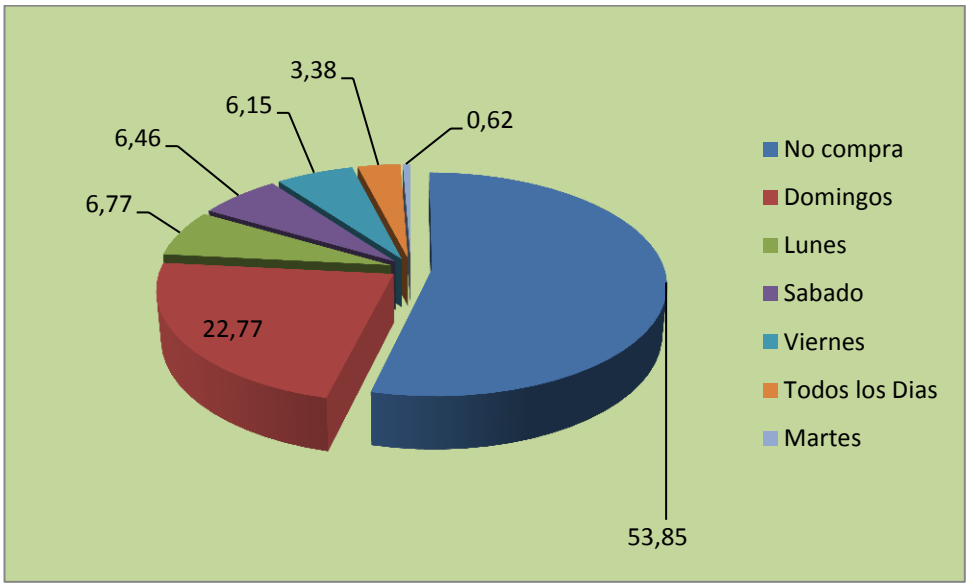
A esta pregunta acceden todos los que contestaron las preguntas # 15 y # 17, en donde el 53.85% de las encuestadas no compra periódicos, EL 23.69% prefieren leer la sección Ciudad, el 9.85% la sección Clasificados, el 7.69% la sección de Ocio, el 3.38% leen todas las secciones y el 1.54la sección de País.

TABLA # 33
DIA DE COMPRA

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No compra	175	53.85
Domingos	74	22.77
Lunes	22	6.77
Sábado	21	6.46
Viernes	20	6.15
Todos los Días	11	3.38
Martes	2	0.62
TOTAL	**325**	**100.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Encuestas – Ciudad de Loja

GRÁFICO # 30



INTERPRETACIÓN:

A esta pregunta acceden todos los que contestaron las preguntas # 15 y # 17, en donde el 53.85% de las encuestadas no compra periódicos, el 22.77 compra el periódico los domingos, el 6.77% los Lunes, el 6.46% el Sábado, el 6.15% el Viernes, el 3.385 compra todos los días y el 0.62% los Martes.

g.-Discusión.

g. DISCUSIÓN.

1 ESTUDIO DE MERCADO.

1.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

“Se entiende por demanda a la cantidad de bienes o servicios que los agentes económicos de un mercado están dispuesto a adquirir en un precio determinado”

- ✓ Es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza al mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función del cual estará el proyecto.
- ✓ La cantidad demandada del producto o servicio, dependerá del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios de las preferencias del consumidor.
- ✓ El principal propósito del análisis es determinar la posibilidad que tiene la comercialización del Hilo Cola de Rata en la satisfacción de dicha demanda, determinando ciertos factores como son:
  - Determinación de la demanda potencial.
  - Determinación de la demanda real.
  - Determinación de la demanda efectiva.
  - Determinación de la demanda insatisfecha.

Para empezar a realizar el análisis de la demanda se hace necesario realizar una ficha resumen para establecer las preguntas de las encuestas que servirán para la determinación de las demandas como se muestra a continuación:

TABLA # 34
FICHA RESUMEN PARA EL ANÁLISIS DE LA DEMANDA

VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO	Nº DE PREGUNTA	PREGUNTA	OBJETIVO
DEMANDA	**3** **5**	¿SABE USTED TEJER? ¿LE GUSTARÍA APRENDER A TEJER? ADQUISICION DEL HILO COLA DE RATA EN BASE A LA EXPERIENCIA	Determinación de la demanda potencial
	8 **9**	¿UTILIZA USTED HILO COLA DE RATA? ¿CUÁNTAS MADEJAS DE ESTE HILO USTED ADQUIERE AL MES?	Determinación de la demanda real
	16 **19**	SI SE LLEGARÁ A IMPLANTAR UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE HILO COLA DE RATA. USTED ADQUIRIRÍA EL PRODUCTO? ¿CUÁNTAS MADEJAS DE ESTE HILO USTED ADQUIRIRIA AL MES?	Determinación de la demanda efectiva

Fuente: Las Encuestas # 3, 5, 8, 9, 16, 19
Elaborado: Por la Autora.

Para la determinación de la demanda potencial de la adquisición del Hilo Cola de Rata fue necesario realizar el siguiente procedimiento:

1. ***Proyección población femenina edades (15 a 69)año 1 (2012) con la siguiente fórmula*:**

Fórmula:Dx =Db $(1+i)^n$

Dx =Db $(1+i)^n$

Dx = 60068 $(1+2.27\%)^1$

Dx = 47704 $(1.0227)^1$

Dx = 61432 mujeres

2. ***Determinación de la demanda Potencial:*** Para la determinación de la demanda potencial fue necesario tomar el resultado de los porcentaje extraídos de la tabulación de las encuestas aplicadas a las mujeres de la ciudad de Loja entre las edades comprendidas de 15 a 69 años de la Tabla Nº 6, siendo necesarios los dos porcentajes de esta tabla detallados a continuación: **SI = 57.**48% ; **NO = 42.**52%

En la población proyectada del 2011 (60068) se obtienen los porcentajes anteriormente señalados de la siguiente manera:

SI= 57.48% = **34527**
60068
NO= 42.52% = 25541

También para obtener la demanda potencial se hace necesario utilizar los porcentajes de otra tabla que son las que en la tabla Nº 6 dijeron que no podían tejer, es por esto que los resultados de la Tabla Nº 8 están a continuación: **SI = 74.69%**; **NO = 25.31%**

Entonces sacamos estos porcentajes de la población que contestó que NO en la Tabla Nº 6 de las encuestas como se detalla a continuación:

SI= 74.69 % = **19077**
25541
NO= 25.31 % = 6464

Por lo tanto para obtener la demanda potencial se suma la población que dijo que si en los procedimientos anteriores.

34527 + 19077 = 53604

Para obtener la demanda potencial en número de madejas se realizó un previo análisis que de acuerdo a la experiencia adquirida en la adquisición de este tipo de hilo, se puede establecer que una persona que se dedica a la compra de este hilo adquiere en el mes un mínimo de tres madejas, lo que representa un promedio anual de 36 madejas.

Con este previo análisis y este promedio se procede a obtener la demanda potencial en número de madejas de hilo que es lo que se necesita saber para la viabilidad de este proyecto como se detalla a continuación:

53604 * 36 = 1 929 729 madejas

Todo este mismo procedimiento se realiza para la obtención de la demanda proyectada para los siguientes años como se evidencia en la siguiente tabla:

TABLA Nº 35
DEMANDA POTENCIAL

Nº	AÑOS	POBLACION FEMENINA PROYECTADA EDADES (15 A 69 AÑOS)	% DE LOS QUE SABEN TEJER Y NO SABEN TEJER TABLA # 6	POBLACION	% DE LOS QUE QUIEREN APRENDER A TEJER TABLA # 8	POBLACION	POBLACION TOTAL	PROMEDIO MADEJAS POR AÑO	DEMANDA POTENCIAL
0	2010	60068	57.48%	34527			53604	36	1929729
			42.52%	25541	74.69%	19077			
1	2011	61432	57.48%	35311			54821	36	1973549
			42.52%	26121	74.69%	19510			
2	2012	62827	57.48%	36113			56066	36	2018364
			42.52%	26714	74.69%	19953			
3	2013	64253	57.48%	36933			57338	36	2064176
			42.52%	27320	74.69%	20406			
4	2014	65712	57.48%	37771			58640	36	2111047
			42.52%	27941	74.69%	20869			
5	2015	67204	57.48%	38629			59972	36	2158979
			42.52%	28575	74.69%	21343			

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: INEC, Tabla Nº 6 Y 8 de la Tabulación de Encuestas – Ciudad de Loja

DEMANDA REAL.- Para la determinación de la demanda real de la venta del Hilo Cola de Rata se toma en cuenta la población que en las encuestas contestaron que si tejen esto se evidencia en el cuadro Nº 35 de la Demanda Potencial.

Luego se hace necesario trabajar con el resultado del porcentaje extraído de las encuesta en la tabla Nº 11 que si utilizan el Hilo Cola de Rata y obtenemos el siguiente resultado:

34527 * 39.71 % = 13 711

Obtenido este resultado también se necesitó los porcentajes de la tabla Nº 12 de las encuestas realizadas y obteniendo estos porcentajes del valor antes obtenido

	61.48 % = 8429
13711	**22.22 % = 3047**
	11.11 % = 1523
	5.19 % = 712

Después se hace necesario trabajar con el número de madejas de cada porcentaje que se encuentran en la misma tabla Nº 12, y se multiplica respectivamente con los datos obtenidos anteriormente.

8429 * 10 = 84293
3047 * 5 = 15233
1523 * 8 = 12186
712 * 12= 8539

Obtenidos estos resultados los sumamos y de esta forma obtenemos la demanda real en número de Madejas para el 2011

84293 + 15233+ 12186 + 8539 = 120251

Todo este mismo procedimiento se realiza para la obtención de la demanda proyectada para los siguientes años como se evidencia en la siguiente tabla:

TABLA Nº 36
DEMANDA REAL

Nº	AÑOS	POBLACION FEMENINA QUE SI TEJE TABLA # 35	% DE LOS QUE UTILIZAN EL HILO TABLA #11	POBLACION	% DE LAS MADEJAS QUE ADQUIEREN AL MES TABLA # 12	POBLACION	# DE MADEJAS TABLA # *12*	TOTAL DE MADEJAS	DEMANDA REAL
0	2010	34527	39.71%	13711	61.48%	8429	10	84293	120251
					22.22%	3047	5	15233	
					11.11%	1523	8	12186	
					5.19%	712	12	8539	
1	2011	35311	39.71%	14022	61.48%	8621	10	86208	122982
					22.22%	3116	5	15578	
					11.11%	1558	8	12463	
					5.19%	728	12	8733	
2	2012	36113	39.71%	14340	61.48%	8817	10	88165	125774
					22.22%	3186	5	15932	
					11.11%	1593	8	12746	
					5.19%	744	12	8931	
3	2013	36933	39.71%	14666	61.48%	9017	10	90166	128629
					22.22%	3259	5	16294	
					11.11%	1629	8	13035	
					5.19%	761	12	9134	
4	2014	37771	39.71%	14999	61.48%	9221	10	92214	131550
					22.22%	3333	5	16664	
					11.11%	1666	8	13331	
					5.19%	778	12	9341	
5	2015	38629	39.71%	15340	61.48%	9431	10	94307	134537
					22.22%	3408	5	17042	
					11.11%	1704	8	13634	
					5.19%	796	12	9553	

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: INEC, Tabla Nº35, 11 Y 12 de la Tabulación de Encuestas Y tabla de Demanda Potencial – Ciudad de Loja

DEMANDA EFECTIVA.- Para la determinación de la demanda efectiva del Hilo Cola de Rata se toma en cuenta la población que en las encuestas contestaron que si tejen esto se evidencia en el tabla Nº 35 de la demanda potencial, que es de 34527 personas.

Luego se hace un análisis ya que de las 381 encuestas realizadas la pregunta que se utiliza para obtener la demanda efectiva solo la contestaron 327 personas (Pregunta # 16, Tabla # 19), por diferentes motivos es por esto que se realizó la siguiente relación:

381---------- 100%
327---------- X
X = 85.83 %

Dicho porcentaje es el que servirá para obtener la demanda Efectiva.

Luego este porcentaje se obtiene de la población antes señalada de la siguiente manera:

34527 * 85.83 % = **29635 habitantes**

Obtenido este resultado se necesita los porcentajes de la tabla Nº22 de las encuestas. Dichos porcentajes se obtendrán de la población señalada en el procedimiento anterior.

	63.03 % = 18679
29635	**23.08 % = 6840**
	13.85 % = 4104

Después se trabaja con el número de madejas de cada porcentaje señalado antes, los mismos que se encuentran en la tabla Nº 22 y se multiplica respectivamente con los datos obtenidos anteriormente.

18679 * 3 = 56036
6840 * 5 = 34198
4104 * 7 = 28731

Obtenidos estos resultados los sumamos y de esta forma obtenemos la demanda efectiva en número de Madejas para el 2011

56036 + 34198 + 28731 = 118965

Todo este mismo procedimiento se realiza para la obtención de la demanda proyectada para los siguientes años como se evidencia en la siguiente tabla:

TABLA Nº 37
DEMANDA EFECTIVA

Nº	AÑOS	POBLACION FEMENINA QUE SI TEJE TABLA # 35	% DE LOS QUE SI COMPRARÍAN EL HILO	POBLACION	% DE LAS MADEJAS QUE ADQUIRIRÍAN AL MES TABLA # 22	POBLACION	# DE MADEJAS TABLA # 22	TOTAL DE MADEJAS	DEMANDA EFECTIVA
0	2010	34527	85.83%	29635	63.03%	18679	3	56036	118965
					23.08%	6840	5	34198	
					13.85%	4104	7	28731	
1	2011	35311	85.83%	30308	63.03%	19103	3	57309	121667
					23.08%	6995	5	34975	
					13.85%	4198	7	29383	
2	2012	36113	85.83%	30996	63.03%	19537	3	58610	124429
					23.08%	7154	5	35769	
					13.85%	4293	7	30050	
3	2013	36933	85.83%	31699	63.03%	19980	3	59940	127254
					23.08%	7316	5	36581	
					13.85%	4390	7	30732	
4	2014	37771	85.83%	32419	63.03%	20434	3	61301	130143
					23.08%	7482	5	37412	
					13.85%	4490	7	31430	
5	2015	38629	85.83%	33155	63.03%	20898	3	62693	133098
					23.08%	7652	5	38261	
					13.85%	4592	7	32144	

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: INEC, Tabla Nº 35 Y 22 de la Tabulación de Encuestas – Ciudad de Loja

ANÁLISIS DE LA OFERTA

RESUMEN DE LA ENTREVISTA APLICADA A LOS OFERTANTES

Para la determinación de la oferta de la adquisición del Hilo Cola de Rata se realizó una entrevista a las siguientes empresas:

- ✓ Bisutería y Moda ARIEL,
- ✓ Bisutería, Bazar y Accesorios JMC
- ✓ Otro que en la actualidad no tiene nombre en San Sebastián
- ✓ Maxi Botón
- ✓ Bazar Lucia
- ✓ Bazar y Manualidades Julia
- ✓ Bazar y modas L' Exclusividades

Se aplicaron las siguientes preguntas a las empresas que comercializan el Hilo Cola de Rata en la Ciudad de Loja.

PREGUNTAS
1. ¿Qué cantidad de Hilo Cola de Rata vendió en el año 2010?
2. ¿Qué cantidad de de Hilo Cola de Rata vendió en el año 2011?

Además de obtener la cantidad de hilo vendido en los años anteriores se obtiene la tasa de crecimiento como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA Nº 38
OFERTA

	EMPRESAS						
PREGUNTAS	**BISUTERÍA Y MODA ARIEL,**	**BISUTERÍA, BAZAR Y ACCESORIOS JMC**	**S/N SAN SEBASTIÁN**	**MAXI BOTÓN**	**BAZAR LUCIA**	**BAZAR Y MANUALIDADES JULIA**	**BAZAR Y MODAS L' EXCLUSIVIDADES**
¿Qué cantidad de Hilo Cola de Rata vendió en el año 2010?	**7000**	**7500**	**3000**	**900**	**800**	**1000**	**900**
¿Qué cantidad de Hilo Cola de Rata vendió en el año 2011?	**8500**	**9000**	**4000**	**1300**	**1200**	**1500**	**1100**
Promedio de Crecimiento	**21 %**	**20%**	**33%**	**44%**	**50%**	**50%**	**22%**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Empresas que comercializan el hilo Cola de Rata

FORMULA: $\mathbf{i} = \left[\frac{\mathbf{DF}}{\mathbf{Db}}\right]^{\mathbf{1/n}} - \mathbf{1}$ $\quad \mathbf{i} = \left[\frac{8500}{7000}\right]^{1/1} - 1$ $\quad \mathbf{i} = (1.21)^1 - 1$ $\quad \mathbf{i} = 1.21 - 1$ $\quad \mathbf{i} = 0.21 \times 100\% = \mathbf{21\ \%}$

Proyección de los datos obtenidos, para los siguientes 5 años, con la siguiente fórmula para cada una de las empresas:

Formula: $Ox = Ob\ (1+i)^n$ ***se remplaza los datos:***

- ✓ **Bisutería y Moda ARIEL**

Ox = $8500\ (1+21\%)^1$

Ox =$8500\ (1+0.21)^1$

Ox =$8500\ (1.21)^1$

Ox =8500 (1.21) = 10285 **Unidades**

Con este procedimiento se pudo determinar la cantidad de unidades vendidas anuales por la empresa con su respectiva tasa de crecimiento para los siguientes 5 años cuyos resultados se detalla en la siguiente tabla:

TABLA Nº 39
OFERTA TOTAL

		CANTIDAD DE OFERTA							
Nº	**AÑOS**	**BISUTERÍA Y MODA ARIEL**	**BISUTERÍA, BAZAR Y ACCESORIOS JMC**	**S/N SAN SEBASTIÁN**	**MAXI BOTÓN**	**BAZAR LUCIA**	**BAZAR Y MANUALIDADES JULIA**	**BAZAR Y MODAS L' EXCLUSIVIDADES**	**TOTAL DE OFERTA**
0	**2011**	8500	9000	4000	1300	1200	1500	1100	**26600**
1	**2012**	10285	10800	5320	1950	1800	2250	1342	**33747**
2	**2013**	12445	12960	7076	2925	2700	3375	1637	**43118**
3	**2014**	15435	15552	9411	4388	4050	5063	1997	**55896**
4	**2015**	18221	18662	12513	6581	6075	7594	2436	**72082**
5	**2016**	22047	22395	16646	9872	9113	11391	2973	**94437**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Empresas que comercializan el hilo Cola de Rata

Formula: Ox = Ob $(1+i)^n$ ***reemplazo de datos:***

- ✓ **Bisutería y Moda ARIEL**

Ox = 8500 $(1+21\%)^1$ **Ox =**8500 (1+0.21)**Ox =**8500 (1.21) = 10285 **Unidades**

DEMANDA INSATISFECHA.- Para la determinación de la demanda insatisfecha es necesario extraer los datos obtenidos de la cantidad de oferta proyecta para los 5 años que se estableció en la tabla Nº 39 que son de cada una de las empresas en análisis, así como también los datos de la demanda efectiva establecidos en la tabla Nº37 para posteriormente aplicar la siguiente fórmula para su cálculo:

Demanda Insatisfecha =Demanda Efectiva en Unidades– Cantidad de Oferta

Demanda Insatisfecha =118 965–26600

Demanda Insatisfecha = 92365

Por lo tanto con este procedimiento pude elaborar la tabla que a continuación se pone a consideración en la que se evidencia la demanda insatisfecha proyectada hasta el año 2016.

TABLA Nº 40
DEMANDA INSATISFECHA

Nº	AÑOS	DEMANDA EFECTIVA UNIDADES	CANTIDAD DE OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	2011	118965	26600	92365
1	2012	121667	33747	87920
2	2013	124429	43118	81311
3	2014	124429	55896	68533
4	2015	130143	72082	58061
5	2016	133098	94437	38661
TOTAL				426852

AUTORA: Ximena Carrión

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

PRODUCTO

El producto de este proyecto de comercialización es el Hilo Cola de Rata que sirve para realizar tejidos artesanales como: Carteras, adornos, lencería para el hogar entre otros.

Este hilo puede ser utilizado con dos agujas o también llamadas aujones, con croché y también con bases de metal utilizando la técnica del macramé.

Este producto tendrá como características lo siguiente:

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

TABLA Nº 41
CARÁCTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Nombre del Producto	Hilo o Cordón Artesanal Cola de Rata
Composición	Fibra sintética.
Peso	100 gr.
Presentación	Madeja enrollada

Elaborado: Por la Autora

PROVEEDOR.- Con respecto a los proveedores del producto se realizó un estudio del mismo para poder determinar cuál es el que mejor convendría teniendo en cuenta tanto el precio, calidad y cantidad.

De acuerdo a lo analizado el mejor proveedor es la empresa “CREACIONES DIANA”, la misma que ofrece el producto por unidad a $ 0.40.

Esta empresa se encuentra en la ciudad de Guayaquil, la misma que ya lleva varios años en el mercado como proveedor de este hilo a todo el país.

PRESENTACION DEL PRODUCTO.- La presentación del hilo es de acuerdo a la presentación con la que el proveedor la entregue por ser la empresa solo de comercialización.

PRECIO

El precio es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de rentabilidad del proyecto, pues es lo que define en última instancia el nivel de los ingresos.

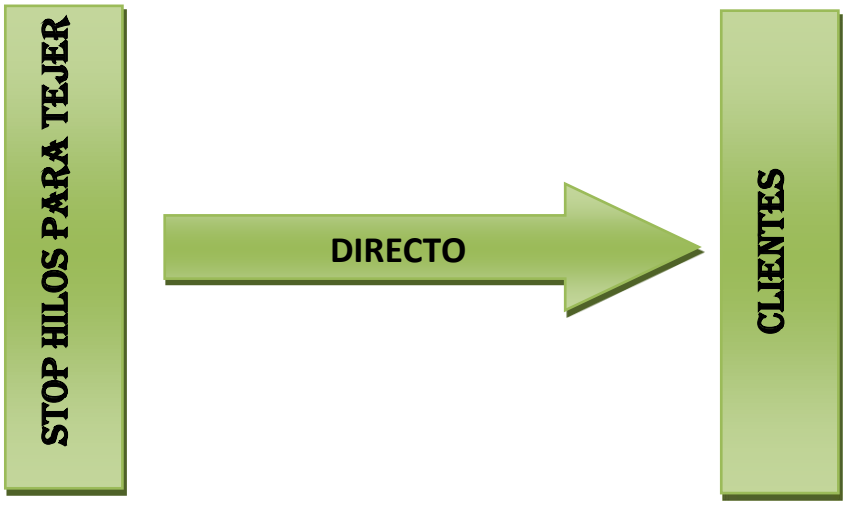
El precio está fijado a partir de 3 aspectos relevantes:

- Precio de la competencia
- Costo de proveedor
- Análisis financiero.

El precio del producto por el Valor de los costos más un porcentaje de utilidad que será de $ 1.10

PLAZA

Considerando que el producto luego de adquirirlo al Proveedor la empresa como comercializadora lo hará llegar directamente al cliente final mediante ventas directas y personalizadas sin pasar por ninguna clase de intermediarios por lo tanto el canal de comercialización de la empresa será completamente directo.



PROMOCIÓN

La promoción es considerada como un conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca del productos o servicios que se comercializan, dentro de esta variable se pueden identificar dos

aspectos muy importantes como son: las promociones de Ventas y la Publicidad.

Para el proyecto se hace referencia a estas dos variables por considerarlas importantísimas para la entrada de la empresa al mercado

- ***Las Promociones de Ventas***, Considerada como un medio para adicionar un valor agregado a los bienes o servicios que se comercializan.

  Teniendo en cuenta que según los datos obtenidos de las encuesta un 42.52% no sabe teje (Tabla # 6), por qué no hay quien les enseñe (62.35% Tabla # 7), pero que de las misma un 74.69% (tabla # 8) si les gustaría aprender a tejer y sobretodo de este porcentaje que si quieren tejer el 97.94% (Tabla # 18) les gustaría utilizar para esto el hilo cola de rata ya que por sus características permite elaborar una serie de productos artesanales de alta calidad y además según la encuesta el 98.20% (Tabla # 19) del total de las mujeres que no saben tejer y que si saben tejer y utilizar este hilo estarían dispuestas adquirir este hilo si se llegara a implementar esta empresa y lo más importante el 99.30 de las mismas seguirían el curso con un costo mínimo y aprender y a la vez seguir perfeccionando su técnica para tejer con este producto en la implementación de esta empresa.

  También hay que considerar que estos tejidos artesanales son muy lindos pero las personas no pagan su valor ya que se les hace muy caro pero de acuerdo a la experiencia adquirida y a conversaciones con

otras mujeres es preferible realizarlos uno misma teniendo como resultado menor costo y satisfacción del producto realizado hecho por nuestras propias manos, además de ser considerado el tejido como una terapia relajante para afecciones como el estrés, depresión o sencillamente por mera distracción.

Es por esto que la principal promoción y en la que se basará la empresa para una buena comercialización consistirá en lo siguiente:

Proporcionar a los clientes talleres de tejido con un costo mínimo para realizar carteras en base a este hilo adquiriendo a la empresa el principal material que es el Hilo Cola Rata, con lo cual se garantizará la salida del producto diariamente lo que generará afluencia de clientes.

Para realizar esto previamente se contará con un manual en donde este las instrucciones de los procedimientos para la realización de las carteras ya que en muchas ocasiones la memoria es frágil. Cabe indicar que este manual será solo para la empresa y de uso exclusivo del que está enseñando.

También se contará con un en stock de muestrario en las vitrinas de 30 modelos de carteras para que el cliente elija según su preferencia cual desea realizar, teniendo en cuenta los colores de moda.

- ***Publicidad.-***Es una técnica de comunicación masiva, destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación para lograr el objetivo de motivar al cliente hacia una acción de compra.

Para poder determinar cuál es la mejor opción para realizar la publicidad de la empresa se analizó los datos de las encuestas realizadas y las mejores opciones son las radios: Rumba y Matovelle en las programaciones de los clasificados y en la televisión el canal de Ecotel en la programación de las noticias.

Revisando costos la opción que más favorece a la empresa para iniciar es la de la radio Rumba ya que los precios son más accequibles que los de la televisión, y estos precios son:

TABLA Nº 42
PUBLICIDAD

MEDIO DE COMUNICACIÓN	PROGRAMA	JORNADA	FRECUENCIA DE PUBLICIDAD	COSTO MENSUAL
Radio Rumba	Clasificados	Mañana	Durante la programación 3 pasadas diarias	$86.00 incluido IVA
TOTAL				**$ 86.00**

AUTORA: Ximena Carrión
FUENTE: Datos obtenidos de Radio Rumba

ESTUDIO TÉCNICO

TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del presente proyecto está relacionado directamente con factores que permitan decidir sobre los niveles de comercialización con los cuales la empresa empezará a operar una vez que se ponga en marcha, estos factores son: la capacidad instalada y utilizada.

CAPACIDAD INSTALADA

Como la empresa es de comercialización no se analiza todos los tipos de capacidades sino más bien las que se ajusta a este tipo de empresa, es por esto que la capacidad instalada está en función de la capacidad máxima del implemento que se utilizará para la exhibición del producto como lo son los percheros metálicos.

Para determinar la Capacidad instalada de este proyecto se tomó como ya se dijo el implemento que más influencia tiene en el proceso de comercialización del Hilo como lo es el perchero de 8 pisos con 11 divisiones donde entran 7 madejas por cada división del perchero, que tiene una capacidad total para colgar de 616 madejas, además analizando el espacio del local se determinó que entran un total de 10 percheros lo que da una capacidad total de 6160 madejas, también se tomó en cuento el número de pedidos de este producto que para empezar será de 4 al año considerando que cada tres meses es un tiempo prudencial para realizar los pedidos, lo que permitirá obtener la capacidad instalada al año, cabe indicar que esta capacidad irá creciendo cada dos períodos ya que el número de pedidos

aumentará uno cada dos años, datos que se establecieron realizando los respectivos cálculos y su resultado se lo evidencia en la siguiente tabla que estará proyectada a los 5 años de vida útil de la empresa:

TABLA Nº 43
CAPACIDAD INSTALADA

Años	Implemento	Capacidad Por Perchero	Capacidad total	Pedidos en él año	Capacidad Instalada
1	10 Perchero	616 madejas	6160 madejas	4	24640
2	10 Perchero	616 madejas	6160 madejas	4	24640
3	10 Perchero	616 madejas	6160 madejas	5	30800
4	10 Perchero	616 madejas	6160 madejas	5	30800
5	10 Perchero	616 madejas	6160 madejas	6	36960

AUTORA: Ximena Carrión

CAPACIDAD UTILIZADA.- Para obtener la capacidad utilizada se toma como base los datos de la demanda insatisfecha (Tabla # 40)y los datos de la capacidad Instalada (Tabla # 43), y el porcentaje a utilizar será del 100% cada año ya que los percheros deben estar llenos en su totalidad, ya que de lo contrario se daría una mala imagen, entre la capacidad instalada y el porcentaje a utilizar obtendremos la capacidad utilizada que para el primer año será de 24640, por último para obtener lo que es el porcentaje de participación en el mercado se hará una relación entre la demanda insatisfecha y la capacidad utilizada como se muestra a continuación:

Participación en el mercado

87920 -------100%

24640 ------- X

$$\% P = \frac{24640 * 100\%}{87920} = 30.30\ \%$$

Obtenidos todos estos datos cabe señalar que la capacidad instalada estará proyectada a los 5 años de la vida útil del mismo, como se detalla a continuación:

TABLA Nº 44
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA EN MADEJAS	CAPACIDAD INSTALADA	% A UTILIZAR	CAPACIDAD UTILIZADA	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
1	87920	24640	100%	24640	28.03%
2	81311	24640	100%	24640	30.38 %
3	68533	30800	100%	30800	44.94%
4	58061	30800	100%	30800	53.05%
5	38661	36960	100%	36960	95.60.%

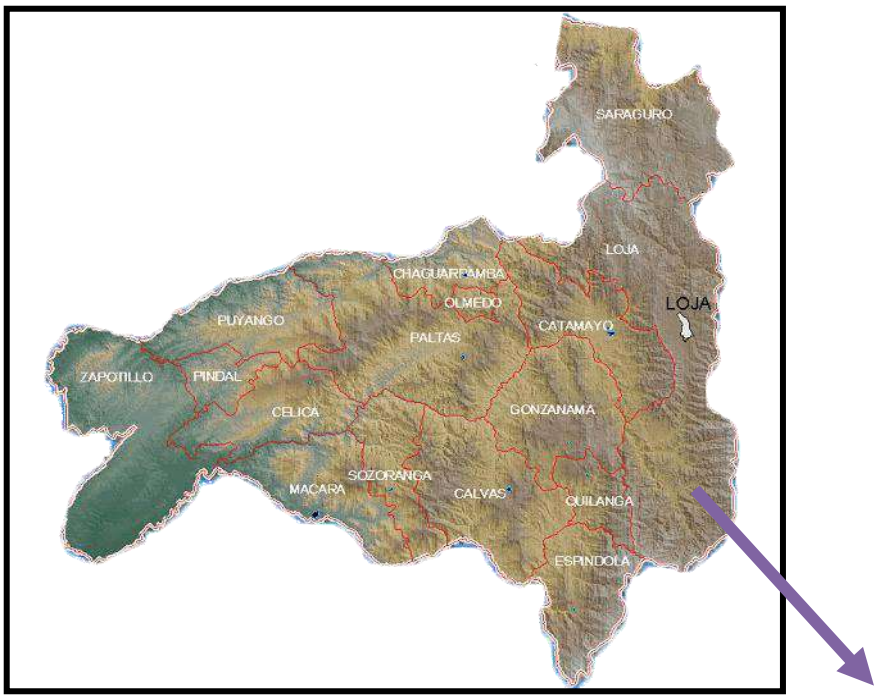
AUTORA: Ximena Carrión

LOCALIZACIÓN

El estudio de la localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto. Para lo cual en el presente proyecto se han establecido dos etapas como son la macro y micro localización detalladas a continuación:

MACROLOCALIZACIÓN.- Se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá la empresa denominada “STOP HILOS PARA TEJER “. Estará ubicada en el País Ecuador, Región Sur, Provincia de Loja, Ciudad de Loja, con la finalidad de desarrollar nuevas fuentes de emprendimiento en esta ciudad.

MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA



CIUDAD DE LOJA

MICROLOCALIZACIÓN.-Consiste en el sitio en que se localizará y operará específicamente la comercializadora, para lo cual se hace necesario analizar algunos factores como son:

- La distancia a las fuentes de abastecimiento de materia prima e insumos
- Disponibilidad de mano de obra con conocimientos en el tipo de producción
- Cercanía a los mercados de consumo (clientes)
- Costos y disponibilidad del local
- Disponibilidad de servicios básicos: agua, luz y teléfono.
- Factores legales

Luego de haber analizado factores como: disponibilidad del local, de servicios básicos, costos de arriendo, de recursos humanos sea determinado que la empresa se localizará en san Sebastián en las calles Bernardo Valdivieso entre Azuay y Miguel Riofrío

INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio está orientado a determinar todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la empresa desde la descripción del proceso de comercialización, flujo de procesos, la distribución de la empresa y requerimientos.

1. PROCESO DE COMERCIALIZACION.

La empresa para poder empezar sus actividades de comercialización debe seguir algunos procesos que le permitan organizar sus actividades los cuales se detallan a continuación:

1.1 Proceso de adquisición del hilo

- Establecer contacto con los proveedores potenciales de hilo Cola de rata y así analizar sus precios.
- Elegido el proveedor negociar el pedido en cantidad, precio, color y día de entrega.
- Recepción del producto en el almacén.
- Verificación de la cantidad de hilo recibido.
- Colocación del hilo en los percheros según color.

1.2 Proceso de comercialización del hilo.

- Llegada del cliente.

- Atención al cliente en la muestra de los hilos y carteras que se pueden realizar en base a este hilo.

- Decisión de comprar o no de parte del cliente según sus necesidades.

- Si el cliente decide no comprar se le agradece su visita cordialmente.

-Si el cliente decide comprar se realiza la respectiva Factura del producto

- Se llena la factura con los datos del cliente.

- Colocación del hilo en una funda para entregar al cliente,

- Entrega de la factura correspondiente.

1.3 Proceso de enseñanza de carteras tejidas.

- Enseñanza de los puntos básicos

- Montar los puntos necesarios para la cartera

- Realización del resorte

- Realización del punto especifico del diseño de la cartera.

-Terminación de la cartera

1. FLUJO DE PROCESO

2.1 Proceso de adquisición del hilo

N°	PROCESO	ACTIVIDADES						TIEMPO
1	Contacto con los proveedores potenciales							**2 DIAS**
2	Pedido del hilo							**1 DIA**
3	Recepción del producto en el almacén							**2 DIAS**
4	Verificación de la cantidad de hilo recibido							**1 DIA**
5	Colocación del hilo en los percheros según color							**1 DIA**
TOTAL								**7 DIAS**

LEYENDA

- OPERACIÓN
- TRANSPORTE
- ALMACENAMIENTO
- INSPECCION
- DEMORA
- OPERACIÓN COMBINADA
- DECISION

2.2 Proceso de comercialización del hilo

N°	PROCESO	ACTIVIDADES							TIEMPO
1	Llegada del cliente								60 SEGUNDOS
2	Atención al cliente								300SEGUNDOS
3	Decisión de comprar o no de parte del cliente								180 SEGUNDOS
4	Si el cliente decide no comprar se le agradece su visita cordialmente								60 SEGUNDOS
5	Si el cliente decide comprar se realiza la respectiva Factura del producto								60 SEGUNDOS
6	Se llena la factura con los datos delcliente.								60 SEGUNDOS
7	Colocación del hilo en una funda para entregar al cliente								15 SEGUNDOS
8	Entrega de la factura correspondiente								10 SEGUNDOS
TOTAL									685 SEGUNDOS

2.3Proceso del taller de enseñanza de carteras tejidas.

N°	PROCESO	ACTIVIDADES						TIEMPO
1	Enseñanza de los puntos básicos							**12 HORAS**
2	Montar los puntos necesarios para la cartera							**6 HORAS**
3	Realización del resorte							**24 HORAS**
4	Realización del punto especifico del diseño de la cartera.							**72 HORAS**
5	Terminación de la cartera							**6 HORAS**
TOTAL								**120 HORAS**

2. DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL

Una buena distribución de la planta corresponde a la distribución de todos los materiales e implementos que intervienen en el proceso de comercialización y asegura los menores costos y mejor servicio al cliente.

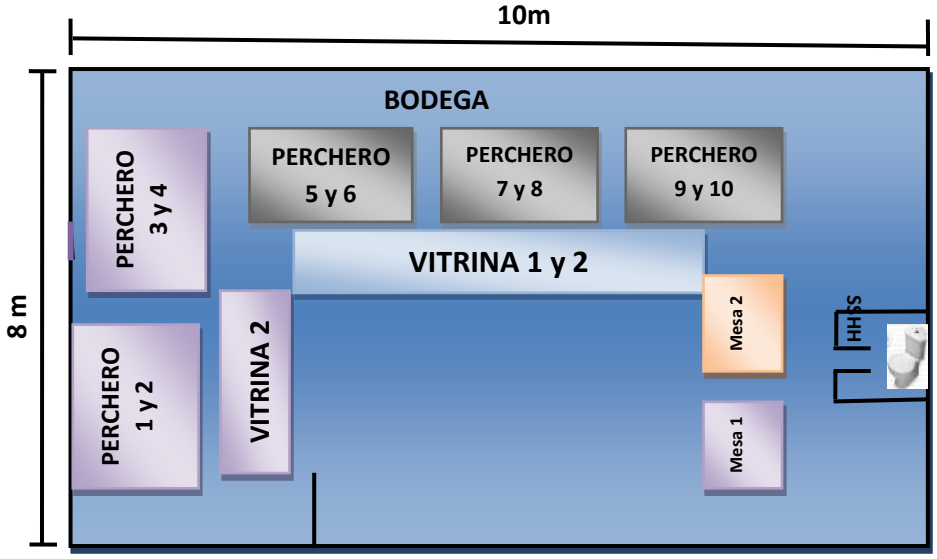
Para ello es importante considerar todos los elementos necesarios para el desarrollo del presente proyecto objeto de estudio como lo es todos los requerimientos necesarios y a la vez identificar los espacios y recorridos

que permitan que los materiales y las personas se encuentren seguros y bien establecidos.

Para la distribución de la planta de la empresa en estudio, se presenta a continuación un plano donde se indica la ubicación de todos los requerimientos.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA DE LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE HILO COLA DE RATA

"STOP HILOS PARA TEJER"



3. REQUERIMIENTOS.

Para el funcionamiento de la empresa se hace necesario algunos requerimientos que permitan una mejor organización y a la vez una buena imagen para que exista un ambiente agradable.

Estos requerimientos se los detalla a continuación:

- ✓ sumadora
- ✓ 2 vitrinas grandes
- ✓ 1 vitrina pequeña

- ✓ 10 percheros grandes
- ✓ 2 mesas plásticas
- ✓ 15 sillas
- ✓ 1 alfombra
- ✓ 30 cientos de fundas grandes
- ✓ 25 cientos de fundas pequeñas
- ✓ 1 teléfono
- ✓ Facturas

ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

L a estructura organizativa es el sistema ordenado de reglas y relaciones funcionales para llevar a cabo las políticas empresariales.

BASE LEGAL.

Minuta para la Constitución de la Empresa Unipersonal

Señor Notario:

En la Ciudad de Loja, Cabecera Cantonal del mismo nombre, hoy 13 de Mayo del año 2011, ante el señor Notario Quinto de la ciudad de Loja, se eleva a minuta la constitución de la siguiente empresa unipersonal.

En el registro de escritura pública a su cargo, dígnese insertar una que contenga la constitución de la empresa unipersonal “Stop hilos para tejer”

Concurre al otorgamiento de esta escritura la señora: Ximena Carrión de nacionalidad Ecuatoriana, domiciliada en esta ciudad la cual comparece por sus propios derechos.

Estatuto de la empresa Unipersonal “Stop hilos para tejer”, se conforma con arreglo a las declaraciones y clausulas siguientes:

Capítulo Primero

Razón social, Domicilio, Objeto Social y Plazo de Duración

Art. 1.- La Empresa Unipersonal llevara la razón social “Stop hilos para tejer”

Art 2.- El domicilio de la Empresa Unipersonal es el cantón Loja, Provincia de Loja.

Art 3.- la Empresa Unipersonal tendrá como objeto social el de comercialización del Hilo Cola de Rata.

Art 4.- La propietaria ha acordado que el plazo de duración de la empresa es de 10 años y que a la vez la misma podrá liquidar antes del vencimiento de este plazo o prorrogar su duración

Art 5.- El tipo de empresa es de tipo comercializadora, puesto que esta adquirirá el producto y lo venderá luego a sus clientes.

Capitulo Segundo

Capital social

Art 6.- El capital de la empresa es de: $ 4 880.87

Art 7.- La empresa puede aumentar su capital social por resolución de la propietaria.

Capítulo Tercero

Estructura Empresarial Interna.

la estructura empresarial interna es la estructura organizativa con que cuenta la empresa, ya que una buena organización conlleva la asignación de funciones y responsabilidades a cada una de las integrantes de la misma.

Esto permitirá que los recursos especialmente el humano sean administrados con eficiencia. La estructura organizativa se presenta mediante organigramas los cuales se presentan a continuación junto al manual de funciones correspondiente:

Niveles jerárquicos

La estructura administrativa de la empresa "Stop hilos para tejer" está establecida por tres niveles jerárquicos que son:

- **Nivel Ejecutivo:** es el que realiza y ejecuta los planes para el mejoramiento de la empresa así como también del control de la misma, estará representado por el Gerente.

- **Nivel Auxiliar:** Lo constituye la persona que la empresa contratara para ayudar a de ayudar al gerente en todo lo relacionado con la empresa y su funcionamiento según las necesidades de la misma, estará integrado por un Secretaria.

- **Nivel Operativo:** Se describen los departamentos que se encargan de la marcha operativa de la empresa, dentro de este nivel estarán los departamentos de Ventas y Tejido.

Organigramas

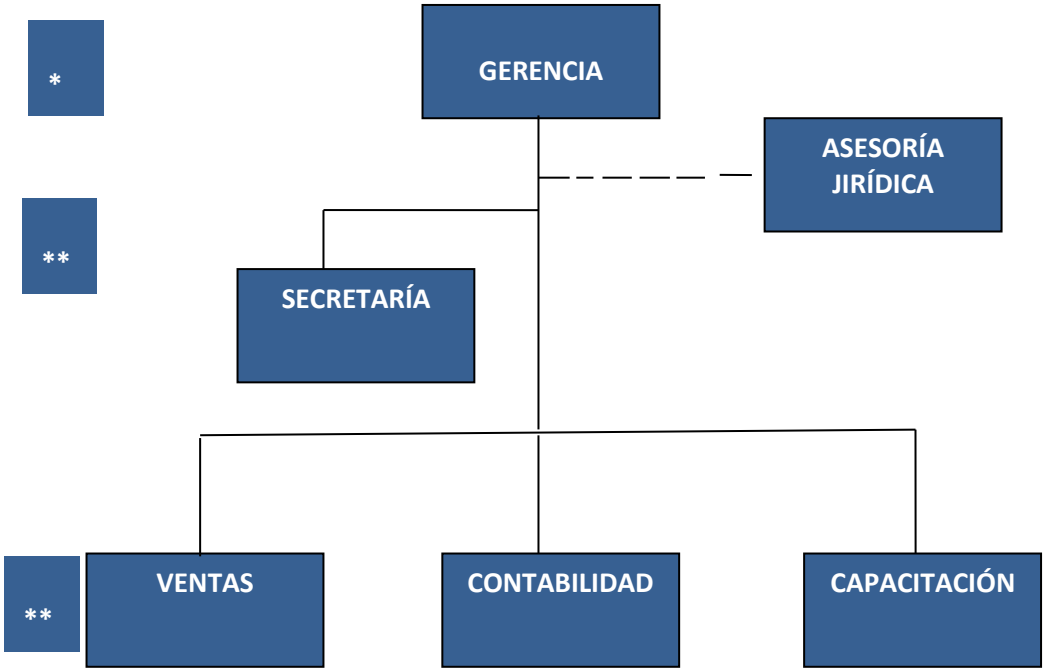
Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

Organigrama Estructural.- Representa el esquema básico de una organización, permitiendo conocer de una forma objetiva sus unidades administrativas, apreciándose la organización de la empresa como un todo.

Organigrama Funcional.- es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por lo más importante y luego se registra aquella de menor trascendencia

HILOS PARA TEJER"

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



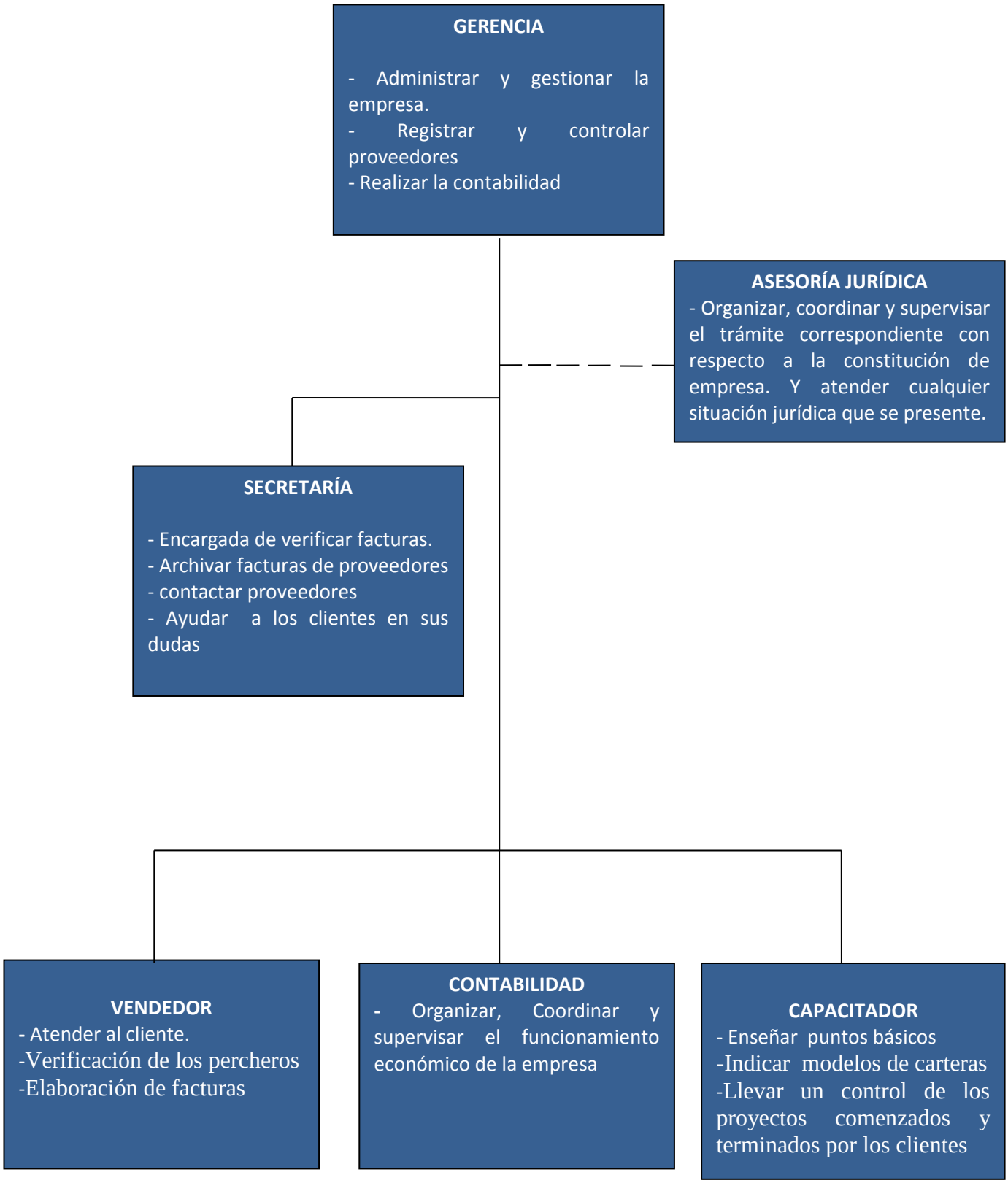
* NIVEL EJECUTIVO

** NIVEL AUXILIAR

*** NIVEL OPERATIVO

"STOP HILOS PARA TEJER"

ORGANIGRAMA POSICIONAL



MANUAL DE FUNCIONES,

El manual de funciones debe contemplar la estructura administrativa de las obligaciones y funciones de las personas que conforman la empresa.

NOMBRE: GERENTE

CODIGO: 01

Naturaleza del trabajo:

Planificar, programar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa. Cabe indicar que la gerente realizara las funciones de la Secretaria.

Funciones típicas:

- Ejercer la representación de la empresa.
- Contratar Personal.
- Manejar las actividades administrativas, financieras y comerciales de la empresa.
- Controlar la puntualidad y asistencia del personal
- Controlar la comercialización del producto.
- Verificar la satisfacción del cliente en el área del tejido.

- Llevar inventarios de mercaderías.

- Llevar la contabilidad de la empresa

- Verificación de Facturas.

- Contactar proveedor.

Características del puesto:

El puesto requiere de un profesional dinámico con habilidades para planificar, programar, organizar y controlar las actividades que se realizan en la empresa.

Requisito mínimo:

- Educación

Título de Ingeniero Comercial.

- SexoFemenino

NOMBRE: ASESORÍA JURÍDICA

CODIGO: 02

Naturaleza del trabajo:

La asistencia jurídica, es un nivel de apoyo para la consolidación, organización, establecimiento y trámite de ciertos aspectos legales concernientes con la empresa

.**Funciones típicas:**

- Organizar, coordinar y supervisar el trámite correspondiente de los aspectos jurídicos de la empresa como su constitución.

Características del puesto:

El puesto requiere de un profesional dinámico con habilidades para resolver cualquier situación jurídica que se presente en la empresa.

Requisito mínimo:

- Educación

Título de Abogado.

- Sexo Masculino.

NOMBRE: SECRETARIA

CODIGO: 03

Naturaleza del trabajo:

Ayudar la gerencia en todo lo relacionado a la empresa en cuanto a organización y control del producto

Funciones típicas:

- Organizar las actividades administrativas, financieras y comerciales de la empresa.

Requisito mínimo:

- Educación

Título de Ingeniero Comercial.

- Sexo Femenino

NOMBRE: VENTAS

CODIGO: 04

Naturaleza del trabajo:

El puesto requiere de una persona dinámica con facilidad de palabra para poder realizar el proceso de comercialización con éxito.

Funciones típicas:

- **A**tender al cliente.
- Verificar los percheros.
- Elaborar facturas.
- Realizar respectivo aseo de las instalaciones
- Presentar informe diario de ventas.

Características del puesto:

Tener don de gente y paciencia para poder atender a los clientes de la empresa.

Requisito mínimo:

- Educación

Título de Bachiller

- Sexo

Femenino.

NOMBRE: CONTADORA

CODIGO: 05

Naturaleza del trabajo:

Planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades contables de la empresa bajo el cumplimiento de procedimientos establecidos en la misma con el fin de garantizar el registro correcto y oportuno de las operaciones económicas, así como da cumplimiento con las disposiciones emitidas por los Organismos de Control

Funciones típicas:

- Registro De Operaciones Contables De La Empresa.

- Digitación En Los Libros Todas Las Operaciones Contables.

- Mantener Al Día Todos Los Libros Contables De Ley.

- Generar Información Contable Para Toma De Decisiones.

- Recepción De Facturas De Proveedores.

- Calculo De Impuestos.

- Verificación Diaria De Ingresos.

- Tramites Documentarios Y Tributarios.

Características del puesto:

El puesto requiere de un profesional dinámico con habilidades para resolver cualquier situación contable que se presente en la empresa.

Requisito mínimo:

- Educación

Título de Ingeniero en Contabilidad.

- Sexo Femenino

NOMBRE: TEJEDORA

CODIGO: 06

Naturaleza del trabajo:

Organizar y planificar la enseñanza del arte del tejido a los clientes según sus necesidades.

Funciones típicas:

- Indicar los modelos de carteras.

- Indicar brevemente el grado de dificultad de los puntos de tejido.

- Enseñar puntos básicos antes de empezar a realizar la cartera.

- Tener mucha paciencia con los clientes.

- Realizar respectivo aseo de las instalaciones.

- Llevar un control de los proyectos comenzados y terminados por los clientes

Características del puesto:

El puesto requiere de una persona con conocimientos amplios en el arte del tejido tiene que ser dinámico con habilidades manuales y creativas para realizar nuevos modelos.

Requisito mínimo:

- Educación

Tener un año como mínimo de experiencia en tejido artesanal.

- Sexo

Femenino

TALLER DE CAPACITACION

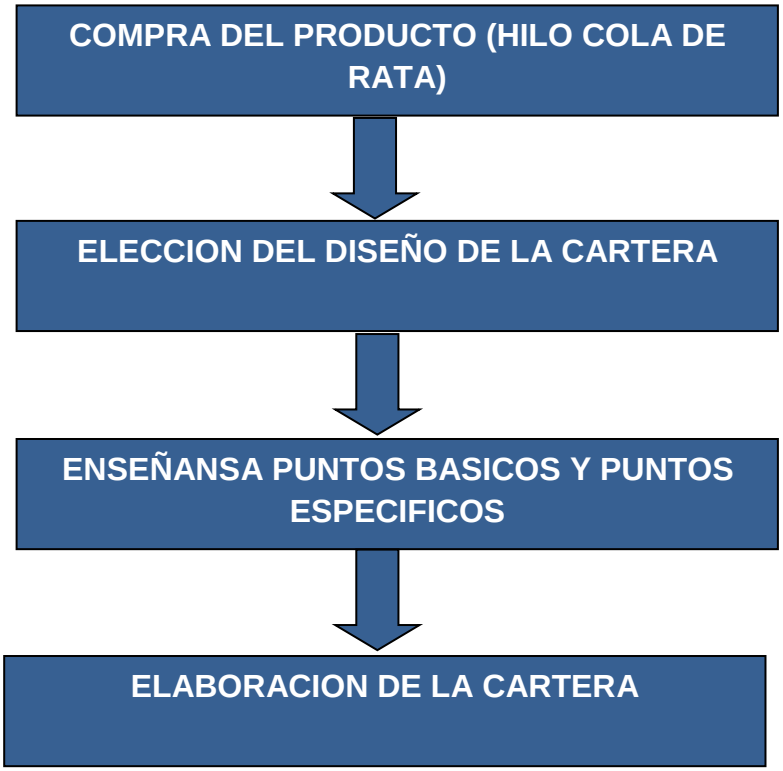
OBJETIVO.

Enseñar a las mujeres de edades comprendidas de 15 a 69 años de la Ciudad de Loja a tejer o a perfeccionarse en las técnicas del tejido en la elaboración de carteras con un costo mínimo y accesible para fomentar un arte ancestral y tener afluencia de clientes en la empresa y así garantizar la salida del producto.

CAPACITADORES.

Para la realización de este taller se necesitaran de dos capacitadoras, las mismas que serán la gerente y la vendedora, que con técnica y paciencia enseñaran a los clientes.

PROCESO DEL TALLER.



COSTOS

El costo de estos talleres será de $5.00 por persona, que cubrirá el costo de asesoramiento del mismo, cabe señalar que el material tiene un costo aparte que se lo realiza por unidades o paquetes por persona de acuerdo a las necesidades de los clientes, y como un requisito para acceder a estos cursos es indispensable adquirir el hilo en la empresa.

MATERIALES NESESARIOS PARA EL TEJIDO

Paquete por persona.

DESCRIPCIÓN	VALOR
1 par de aujones 3.5 mm.	1.00
1 par de hasas	1.50
1 par de broches	0.50
1 fosforera	0.50
TOTAL	3.50

TÉCNICA.

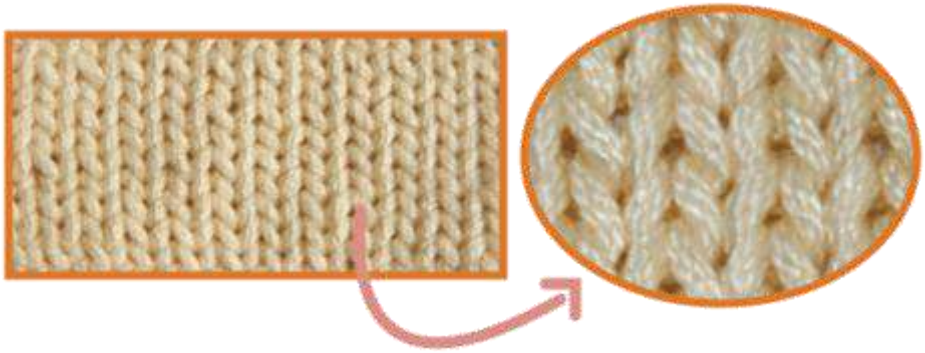
Se enseñara la técnica del tejido en aujones, el cual es muy fácil ya que se utilizan dos palillos de metal con una punta fina en un extremo y en el otro una punta con sujetador que impide que los puntos se salgan por ese extremo. Existen varias clases de aujones hay los de metal, de madera en diferentes tamaños y grosor, para tejido recto, circular o tunecino.

El punto básico de esta técnica es el punto Jersey revés y el punto Jersey derecho. De estos dos puntos básicos se desprenden toda la gama de puntos de fantasía y trenzas que existen. A continuación se los describe:

Punto Jersey Derecho:

Punto jersey	
Grado de dificultad:	
Múltiplo de:	1 más 2 puntos extras (para el inicio y el final)
Punto reversible:	No

Vista y acercamiento del punto jersey:



Instrucciones del punto jersey derecho:

Nota: en todas las carreras pasar el primer punto sin tejer y tejer el último punto al derecho.

1ra carrera: tejer todos los puntos al derecho con la lazada por debajo del aujon

2da carrera: tejer todos los puntos al revés con lazada por encima del aujon

Repetir desde la 1ra carrera. Todas las hileras hasta la altura deseada

Punto Jersey Izquierdo

Punto revés	
Grado de dificultad:	
Múltiplo de:	1 más 2 puntos extras (para el inicio y el final)
Punto reversible:	No

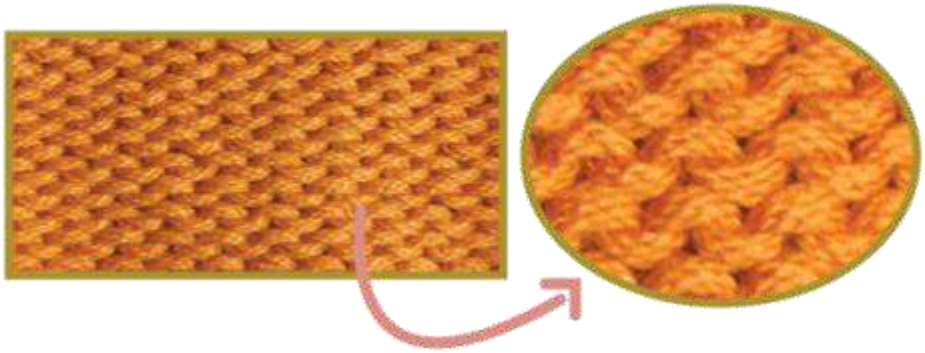
Instrucciones del punto revés:

Nota: en todas las carreras pasar el primer punto sin tejer y tejer el último punto al derecho.

1ra carrera: tejer todos los puntos al revés con lazada por encima del aujon

2da carrera: tejer todos los puntos al derecho. Con lanzada por debajo de aujon

Repetir desde la 1ra carrera. Todas las hileras hasta la altura deseada.



ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realizara, es decir, cuánto dinero se necesita para que la empresa opere, además es una metodología para medir la rentabilidad de un proyecto.

Es por ello que dentro del Estudio Financiero del presente estudio se analizarán algunas variables que se detallan a continuación:

- ✓ Inversiones del proyecto
- ✓ Financiamiento
- ✓ Presupuesto de costos e ingresos totales
- ✓ Punto de equilibrio y
- ✓ Evaluación financiera

INVERSIONES

Las inversiones son los recursos necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto cuando hablamos de la inversión en un proyecto, estamos refiriéndonos a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto.

ACTIVOS FIJOS

El activo fijo de una empresa está formado por bienes que tienen cierta permanencia o fijeza y que han sido adquiridos con el propósito de usarlos.

A continuación se presentan los presupuestos de activos fijos con los que contará la empresa en estudio:

EQUIPOS DE OFICINA.- Comprende los equipos adquiridos por la empresa, como sumadora y teléfono, necesario para la buena marcha del negocio. Entre el costo de los equipos de oficina que requerirá la empresa en estudio será de $ 46,00, cuyo rubro se detalla a continuación:

TABLA # 45
EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Teléfono	30.00	30.00
1	Sumadora	16.00	16.00
TOTAL			46.00

Fuente: Máster PC
Diseño: Ximena Carrión

MUEBLES Y ENSERES.- Representan cada uno de los enseres mobiliarios que sirven para decorar casas, oficinas y todo género de locales. En el presente proyecto los muebles que se requerirán tendrán un costo de $ 643,00

TABLA # 46
MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
15	Sillas	11.00	165.00
2	Vitrinas grandes	50.00	100.00
1	Vitrina pequeña	40.00	40.00
10	Perchero grandes	30.00	300.00
1	Alfombra	8.00	8.00
2	Mesas	15.00	30.00
TOTAL			643.00

Fuente: Pika
Diseño: Ximena Carrión

ACTIVO DIFERIDOS

Son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagados no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al constituir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta en 5 años, Razón por la cual al ser considerados como un elemento importante dentro del estudio financiero de un proyecto se hace necesario realizar el presupuesto de estos activos que incluyen gastos por estudios preliminares o investigación y los gastos de constitución para la empresa en estudio como se detalla en la siguiente tabla:

TABLA # 47
ACTIVOS DIFERIDOS.

DESCRIPCION	VALOR TOTAL	AMORTIZACION 5 AÑOS
Estudios Preliminares	100.00	
Permiso de Funcionamiento	130.00	76.00
Constitución de la Compañía	150.00	
TOTAL	**380.00**	**76.00**

Fuente: Municipio de Loja – Abogado – Ingeniero Comercial
Diseño: Ximena Carrión.

Cabe señalar que en los estudios preliminares el costo en que se incurrirá será de $ 100,00 los mismos que tiene como objetivo determinar la factibilidad del proyecto, en cuanto a los permisos de funcionamiento se considera todos los costos de los trámites necesarios para la puesta en marcha del proyecto en estudio cuyo valor es de $ 130,00, así también se hizo necesario determinar el rubro de la tramitología para constituir la empresa el cual tiene un valor de $ 150,00

CAPITAL DE TRABAJO

Es el dinero que se requiere para comenzar a producir, para lo cual en el presente proyecto se hace necesario analizar los siguientes elementos que se detallarán a continuación:

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA MERCADERÍA.- Este rubro evidencia el producto que la empresa se dedicará a comercializar, es por esto que al año se comprara 24640 madejas que representa un valor al año de $ 9856.00. Cabe explicar estos valores más detalladamente ya que en la capacidad instalada se determinó que cada perchero tiene una capacidad de 616 madejas y ya que son 10 percheros la capacidad total es de 6160 madejas y como se harán 4 pedidos al año en definitiva se adquirirá año 24640 madejas lo que representa en cada pedido 6160 madejas cada tres meses, en cuanto al valor se lo determinó de acuerdo al precio que el proveedor lo facilita que es de $0,40 es por esto que al año se gastará en mercadería $ 9856. Todo esto se detalla en la siguiente tabla:

TABLA # 48
MATERIA PRIMA DIRECTA MERCADERÍA

AÑOS	CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CANTIDAD ANUAL	TOTAL ANUAL
1	6160	Madejas de hilo	0.40	2,464.00	4	9,856.00
2	6160	Madejas de hilo	0.40	2,464.00	4	9,856.00
3	6160	Madejas de hilo	0.40	2,464.00	5	12,320.00
4	6160	Madejas de hilo	0.40	2,464.00	5	12,320.00
5	6160	Madejas de hilo	0.40	2,464.00	6	14,784.00

Diseño: Ximena Carrión.
Fuente: empresa Creaciones Diana

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDRECTA.- Estos forman parte auxiliar en la presentación del producto a comercializar, sin ser el producto en sí. Aquí se incluyen: envases primarios y secundarios y etiquetas, es por esto que la materia indirecta de este proyecto son las fundas plásticas pequeñas y grandes y los kit de tejido como se detalla a continuación:

TABLA # 49
MATERIA PRIMA INDIRECTA

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR TOTAL ANUAL
25	Cientos de fundas pequeñas	0.60	15.00	4	60.00
15	kit personal de tejido	3.50	210.00	12	2520.00
30	Cientos de fundas grandes	0.75	22.50	4	90.00
TOTAL			247.50		2670.00

Diseño: Ximena Carrión

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS.- Dentro de los servicios básicos constan: la luz eléctrica y el teléfono; cuyos rubros para el funcionamiento del presente proyecto se detallan en las siguientes tablas:

LUZ ELÉCTRICA.- En lo que respecta a este rubro para el presente proyecto se hizo necesario determinar el valor del kw hora de luz eléctrica en donde de acuerdo a la EERSSA, la base para el sector comercial de consumo de luz es de $ 14.00 mensuales como se detalla en la siguiente tabla:

TABLA # 50
PRESUPUESTO DE LUZ ELECTRICA

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOS MENSUAL	VALOR ANUAL
100 KB	Base mínima de luz sector comercial	14	168.00
TOTAL			**168.00**

Fuente: Empra EERSSA
Diseño: Ximena Carrión.

TELÉFONO.- Para la determinación de esta variable en el presente proyecto se hizo necesario determinar el valor del minuto de tarifa telefónica en donde de acuerdo a la Empresa CNT la base mínima de teléfono para el sector comercial es de $ 10,00 cuyo dato se detalla en la siguiente tabla:

TABLA # 51
PRESUPUESTO DE TELEFONO

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOS MENSUAL	VALOR ANUAL
100 min	Base mínima de teléfono para el sector Comercial	10	120.00
TOTAL			**120.00**

Fuente: Empresa CNT
Diseño: Ximena Carrión

ÚTILES DE OFICINA.- Esta cuenta registra la existencia de materiales y útiles de oficina que se emplean para el desarrollo de las operaciones de la misma, es por ello que el costo de los útiles de oficina será de $ 45,00 anual cuyo rubro se detalla a continuación:

TABLA # 52
PRESUPUESTO DE ÚTIES DE OFICINA

ANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR TOTAL ANUAL
1	Grapadora	3.50	3.50	1	3.50
1	Paquete de Esféros	1.50	1.50	1	1.50
1	resmas de facturas	5.00	5.00	8	40.00
TOTAL			10.00		45.00

UTENSILIOS DE ASEO.-En lo que respecta a este rubro el costo de los útiles de aseo que requerirá la empresa en estudio será de $ 31.55 anual, los cuales de evidencian en la siguiente tabla:

TABLA # 53
PRESUPUESTO DE ÚTIES DE ASEO

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR TOTAL ANAL
1	Escoba	2.00	2.00	1	2.00
1	Trapeador	2.00	2.00	2	4.00
1	Balde	2.50	2.50	1	2.50
1	Desinfectante pisos	5.00	5.00	2	10.00
1	Franela	1.00	1.00	1	1.00
1	Papel higiénico	0.20	0.20	12	2.40
1	pares de guantes	2.80	2.80	2	5.60
1	Jaboncillo	0.35	0.35	3	1.05
1	Toalla	3.00	3.00	1	3.00
TOTAL			18.85		31.55

Fuente: GALTOR
Diseño: Ximena Carrión

PUBLICIDAD.- Es una técnica de comunicación masiva , destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo, razón por la cual para determinar el costo de la publicidad para la empresa en estudio se hizo necesario primeramente determinar los medios de comunicación que serán utilizados para dar a conocer el producto en donde de acuerdo al estudio de Mercado establecido anteriormente se pudo establecer los siguientes rubros de la publicidad mensual como se detallan a continuación:

TABLA # 54
PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Publicidad	86.00	1,032.00
TOTAL			1,032.00

Fuente: Radio Rumba
Diseño: Ximena Carrión

SUELDOS Y SALARIOS PERSONAL ADMINISTRATIVO.- Representa la retribución que el empleador le paga a un trabajador por las actividades que realizan a favor de la empresa, razón por la cual en el presente proyecto se hace necesario determinar el rubro de financiamiento para cubrir el pago a los trabajadores es por ello que el costo que se requerirá será de $ 449.88 mensuales el cual incluye el pago de todos los beneficios de Ley que les corresponde, para su determinación se realizó un rol de pagos como se evidencia a continuación.

TABLA # 55
PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Gerente	$ 423.21	$ 5,078.56
TOTAL			**$ 5,078.56**

Diseño: Ximena Carrión

SUELDOS Y SALARIOS PERSONAL OPERATIVO MANO DE OBRA DIRECTA .- Representa la retribución que el empleador le paga a un trabajador por las actividades que realizan a favor de la empresa, razón por la cual en el presente proyecto se hace necesario determinar el rubro de financiamiento para cubrir el pago a los trabajadores es por ello que el costo que se requerirá será de $ 412.64 mensuales el cual incluye el pago de todos los beneficios de Ley que les corresponde, para su determinación se realizó un rol de pagos(ANEXOS) como se evidencia a continuación:

TABLA # 56
PRESUPUESTO DEL PERSONAL OPERATIVO MANO DE OBRA DIRECTA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Vendedora	$ 388.31	$ 4,659.74
TOTAL			**$ 4,659.74**

Diseño: Ximena Carrión

ARRIENDO.- Este rubro representa el pago que realizará la empresa por el contrato de un local cuya finalidad es poner en funcionamiento el proyecto en estudio cuyo valor incluye el gasto de agua:

TABLA # 57
ARRIENDO

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Arriendo incluye agua	150.00	1,800.00
TOTAL			1,800.00

Diseño: Ximena Carrión

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

TABLA # 58
ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Equipo de Oficina	$ 46.00
Muebles y enseres	$ 643.00
TOTAL	**$ 689.00**

Diseño: Ximena Carrión

RESUMEN DE CAPITAL DE TRABAJO

TABLA # 59
CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia prima directa	$ 821.33	$ 9,856.00
Mano de obra directa	$ 388.31	$ 4,659.74
Materia prima indirecta	$ 247.50	$ 2,670.00
TOTAL		

Diseño: Ximena Carrión.

RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

TABLA # 60
GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	$ 150.00	$ 1,800.00
Sueldos y salarios	$ 423.21	$ 5,078.56
Teléfono	$ 10.00	$ 120.00
Energía eléctrica	$ 14.00	$ 168.00
Útiles de oficina	$ 10.00	$ 45.00
Útiles de aseo	$ 18.85	$ 31.55
Amortización activos diferidos	$ 6.33	$ 76.00
Depreciación muebles y enseres	$ 4.82	$ 57.87
Depreciación equipo de oficina	$ 0.35	$ 4.14
TOTAL	**$ 637.56**	**$ 7,381.12**

Diseño: Ximena Carrión.

RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

TABLA Nº 61
GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	$ 86.00	$ 1,032.00
TOTAL		**$ 1,032.00**

Diseño: Ximena Carrión

RESUMEN DE INVERSIÓN

TABLA # 62
TOTAL DE INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS	
Equipo de Oficina	$ 46.00
Muebles y enseres	$ 643.00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	**$ 689.00**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Estudios Preliminares	$ 100.00
Constitución de la Empresa	$ 150.00
Permisos de Funcionamiento	$ 130.00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	**$ 380.00**
CAPITAL DE TRABAJO	
Materia Prima Directa	2464
Mano de obra indirecta	388.31
Materia prima indirecta	247.50
Gastos administrativos	$ 626.06
Gastos de ventas	$ 86.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	**$ 3,811.87**
TOTAL DE INVERSIÓN	**$ 4,880.87**

Diseño: Ximena Carrión

FINANCIAMIENTO

El financiamiento representa el análisis de las condiciones económicas financieras de que se dispone y que a su vez permitan determinar la capacidad para financiar la inversión sea con capital propio o mediante crédito. Por tal razón en el presente proyecto se requerirá de una inversión de $ 4931.87 el cual será financiado por la autora del proyecto ya que cuenta con este capital para poder ser utilizado en el mismo.

PRESUPUESTOS PROYECTADOS

Los presupuestos representan una estimación de los costos por los que incurrirá una empresa para su funcionamiento en un periodo de tiempo determinado, razón por la cual en el presente proyecto se ha establecido las proyecciones de los costos de producción para los 5 años de vida útil del mismo, en donde para su establecimiento se procedió a tomar en cuenta los siguientes datos:

Tasa de inflación.- es un indicador que representa el aumento que sufren los precios de los productos en un periodo de tiempo determinado, es por ello que se consideró esta variable para proyectar el costo de los productos que requerirá la empresa en estudio para años posteriores, destacando que la tasa de inflación anual que se utilizó fue del 5,39% aplicado para las siguientes variables:

- ✓ Mercadería
- ✓ Útiles de aseo
- ✓ Útiles de oficina

Tasa de Incremento de la Remuneración.- es considerada como un porcentaje de aumento que tiene el sueldo básico entre un periodo y otro; razón por la cual para el presente proyecto se hizo necesario de este indicador al cual se lo determinó aplicando la siguiente fórmula:

$$\mathbf{i} = \left[\frac{\mathbf{DF}}{\mathbf{Db}}\right]^{\mathbf{1/n}} - \mathbf{1} \qquad \mathbf{i} = \left[\frac{\mathbf{218}}{\mathbf{200}}\right]^{\mathbf{1/1}} - \mathbf{1} \qquad \mathbf{i} = [1.09]^{\mathbf{1}} - \mathbf{1}$$

$$\mathbf{i} = 1.09 - \mathbf{1}$$

$$\mathbf{i} = 0.09$$

Esta fórmula nos permitió determinar la tasa de crecimiento para los sueldos que deberá pagar la empresa en años posteriores, destacando que el porcentaje obtenido para estas dos variables fue del 9%

Una vez establecidos estos requerimientos a continuación se presenta una tabla resumen en la que se indican los costos que deberá cubrir la empresa para los años de vida útil del proyecto.

TABLA 63

PRESUPUESTO PROYECTADO

DESCRIPCIÒN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO PRIMO					
Materia Prima Directa	$ 9,856.00	$ 10,387.24	$ 12,984.05	$ 12,984.05	$ 15,580.86
Mano de obra directa	$ 4,659.74	$ 5,079.11	$ 5,536.23	$ 6,034.49	$ 6,577.60
COSTOS GENESRALES					
Materia Prima Indirecta	$ 2,670.00	$ 2,813.91	$ 2,965.58	$ 3,125.43	$ 3,293.89
TOTAL COSTOS	**$ 17,185.74**	**$ 18,280.26**	**$ 21,485.86**	**$ 22,143.97**	**$ 25,452.34**
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACION					
Sueldos y Salarios	$ 5,078.56	$ 5,535.63	$ 6,033.84	$ 6,576.88	$ 7,168.80
Arriendos	$ 1,800.00	$ 1,897.02	$ 1,999.27	$ 2,107.03	$ 2,220.60
Energia Electrica	$ 168.00	$ 168.00	$ 168.00	$ 168.00	$ 168.00
Telefono	$ 120.00	$ 120.00	$ 120.00	$ 120.00	$ 120.00
Utiles de Oficina	$ 45.00	$ 47.43	$ 49.98	$ 52.68	$ 55.51
Utiles de aseo	$ 31.55	$ 33.25	$ 35.04	$ 36.93	$ 38.92
Depreciacion de Muebles y Enseres	$ 57.87	$ 57.87	$ 57.87	$ 57.87	$ 57.87
Depreciacion de Equipos de oficina	$ 4.14	$ 4.14	$ 4.14	$ 4.14	$ 4.14
Amortizacion de Activos diferidos	$ 76.00	$ 76.00	$ 76.00	$ 76.00	$ 76.00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÒN	**$ 7,381.12**	**$ 7,939.34**	**$ 8,544.14**	**$ 9,199.53**	**$ 9,909.85**
GASTOS DE VENTAS					
Publlicidad	$ 1,032.00	$ 1,087.62	$ 1,146.25	$ 1,208.03	$ 1,273.14
TOTAL GASTOS DE VENTAS	**$ 1,032.00**	**$ 1,087.62**	**$ 1,146.25**	**$ 1,208.03**	**$ 1,273.14**
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	**$ 8,413.12**	**$ 9,026.96**	**$ 9,690.39**	**$ 10,407.56**	**$ 11,182.99**
COSTO TOTAL DE COMERCIALIZACION	**$ 25,598.86**	**$ 27,307.22**	**$ 31,176.25**	**$ 32,551.53**	**$ 36,635.33**

COSTOS

COSTO UNITARIO DE COMERCIALIZACION.- Es considerado como el costo que tendrán cada uno de los productos que ofrecerá una empresa en el mercado, es por ello que en el presente proyecto una vez analizados todos los costos en que incurrirá la empresa en estudio para su comercialización se hace necesario determinar el costo unitario de la madeja de hilo, al cual se lo obtiene de dividir los costos totales de comercialización para el número de unidades que deberá comprar cuyos datos se evidencia a continuación:

TABLA # 64
COSTO UNITARIO DE COMERCIALIZACION

AÑO	COSTO TOTAL DE COMERCIALIZACION	CAPACIDAD ISTALADA	COSTO UNITARIO DE COMERCIALIZACION
1	25,598.86	24640	$ 1.04
2	27,307.22	24640	$ 1.11
3	31,176.25	30800	$ 1.01
4	32,551.53	30800	$ 1.06
5	36,635.33	36960	$ 0.99

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO.- Representa el costo que una empresa asigna a un producto para poderlo comercializar en el mercado, es por ello que en el presente proyecto se procedió a establecer este rubro tomando en consideración el costo unitario de comercialización al cual se le asignó un margen de utilidad que permitan a la empresa obtener ingresos económicos, cuyos datos se establecen a continuación:

TABLA # 65
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

AÑO	COSTO UNITARIO DE COMERCIALIZACION	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO
1	1.04	3%	$ 1.07
2	1.11	3%	$ 1.14
3	1.01	3%	$ 1.04
4	1.06	3%	$ 1.09
5	0.99	3%	$ 1.02

INGRESO POR VENTAS.- Constituye los ingresos que genera una empresa a través de la venta de su producto, tal es el caso que en el proyecto objeto de estudio se procedió a determinar los ingresos que generaría el mismo por la venta del producto para lo cual se hizo necesario determinar el número de unidades que comercializara la empresa para posteriormente multiplicarlo por el precio de venta que se le asignado al producto, además es importante establecer también que dentro de la empresa va a existir otro ingreso adicional por concepto del taller que se realizara por la compra del hilo que tendrá un costo de $5.00 a 10 mujeres semanalmente. Todos los resultados se evidencian en las siguientes tablas:

TABLA # 66
INGRESO POR VENTAS

AÑO	CAPACIDAD INSTALAD	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	INGRESOS POR VENTAS
1	24640	$ 1.07	$ 26,366.82
2	24640	$ 1.14	$ 28,126.44
3	30800	$ 1.04	$ 32,111.54
4	30800	$ 1.09	$ 33,528.08
5	36960	$ 1.02	$ 37,734.40

TABLA # 67
INGRESOS POR TALLER

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
10	Mujeres que participaran mensualmente en el taller	5	50	200	2400
TOTAL					2400

Diseño: Ximena Carrión

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también estado de resultados es un documento contable que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un periodo determinado, clasificándoles de acuerdo con las operaciones de la empresa, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas, es por ello que en el presente proyecto se procedió a determinar esta herramienta financiera cuyo objetivo es indicar las utilidades o perdidas de la empresa en estudio, para lo cual se procedió a establecer los ingresos por ventas para posteriormente restar todos los egresos por costos de comercialización, costo de operación, impuestos y reservas cuyos resultados se presentan a continuación, destacando que los mismos que se encuentra proyectos para los años de vida útil del proyecto.

TABLA # 68
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DESCRIPCIÒN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	$ 26,366.82	$ 28,126.44	$ 32,111.54	$ 33,528.08	$ 37,734.40
Ventas (ingreso por taller)	$ 2,400.00	$ 4,320.00	$ 4,800.00	$ 5,520.00	$ 6,000.00
Valor Residual					$ 378.95
TOTAL DE INGRESOS	**$ 28,766.82**	**$ 32,446.44**	**$ 36,911.54**	**$ 39,048.08**	**$ 44,113.35**
EGRESOS					
Costos de Comercializacion	$ 17,185.74	$ 18,280.26	$ 21,485.86	$ 22,143.97	$ 25,452.34
Costos de Operacón	$ 8,413.12	$ 9,026.96	$ 9,690.39	$ 10,407.56	$ 11,182.99
TOTAL EGRESOS	**$ 25,598.86**	**$ 27,307.22**	**$ 31,176.25**	**$ 32,551.53**	**$ 36,635.33**
(1-2) Ganancias Gravables	$ 3,167.97	$ 5,139.22	$ 5,735.29	$ 6,496.55	$ 7,478.01
(-)15% para Trabajadores	$ 475.19	$ 770.88	$ 860.29	$ 974.48	$ 1,121.70
(=)Utilidad Antes del Impuesto	$ 2,692.77	$ 4,368.33	$ 4,874.99	$ 5,522.06	$ 6,356.31
(-)25% Impuesto a la Renta	$ 673.19	$ 1,092.08	$ 1,218.75	$ 1,380.52	$ 1,589.08
(=)Utilidad Antes de Reserva Legal	$ 2,019.58	$ 3,276.25	$ 3,656.25	$ 4,141.55	$ 4,767.23
10% Reserva Legal	$ 201.96	$ 327.63	$ 365.62	$ 414.15	$ 476.72
UTILIDAD LIQUIDA	**$ 1,817.62**	**$ 2,948.63**	**$ 3,290.62**	**$ 3,727.39**	**$ 4,290.51**

CLASIFICACIÓN DE COSTOS

Los costos son considerados como la suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir un bien, por lo cual se hace necesario clasificarlos en dos tipos de costos como son:

COSTOS FIJOS.- Son considerados como aquellos costos que no varían. Su importe permanece constante independientemente de lo que la empresa produzca

COSTOS VARIABLES.- Representan aquellos costos que están en función de las ventas, o sea, varían en forma proporcional a las fluctuaciones de la comercialización de un período.

Una vez establecidos estos elementos se hace necesario clasificar los costos tanto fijos como variables para la empresa en estudio de manera tal que puedan ser utilizadas para la toma de decisiones al momento de incurrir en los gastos del proyecto. A continuación se presenta la tabla de dichos costos:

TABLA N` 69
CLASIFICACION DE COSTO

DESCRIPCIÒN	Año 1	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	AÑO 5	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO PRIMO						
Materia Prima Directa	$ 9,856.00		$ 9,856.00	$ 15,580.86		$ 15,580.86
Mano de obra directa	$ 4,659.74		$ 4,659.74	$ 6,577.60		$ 6,577.60
COSTOS GENESRALES						
Materia Prima Indirecta	$ 2,670.00		$ 2,670.00	$ 3,293.89		$ 3,293.89
TOTAL COSTOS	**$ 17,185.74**		**$ 17,185.74**	**$ 25,452.34**		**$ 25,452.34**
GASTOS DE OPERACIÓN						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
Sueldos y Salarios	$ 5,078.56	$ 5,078.56		$ 7,168.80	$ 7,168.80	
Arriendos	$ 1,800.00		$ 1,800.00	$ 2,220.60		$ 2,220.60
Energia Electrica	$ 168.00	$ 168.00		$ 168.00	$ 168.00	
Telefono	$ 120.00	$ 120.00		$ 120.00	$ 120.00	
Utiles de Oficina	$ 45.00	$ 45.00		$ 55.51	$ 55.51	
Utiles de aseo	$ 31.55	$ 31.55		$ 38.92	$ 38.92	
Depreciacion de Muebles y Enseres	$ 57.87	$ 57.87		$ 57.87	$ 57.87	
Depreciacion de Equipos de oficina	$ 4.14	$ 4.14		$ 4.14	$ 4.14	
Amortizacion de Activos diferidos	$ 76.00	$ 76.00		$ 76.00	$ 76.00	
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÒN	**$ 7,381.12**	**$ 5,581.12**	**$ 1,800.00**	**$ 9,909.85**	**$ 7,569.25**	**$ 2,220.60**
GASTOS DE VENTAS						
Publlicidad	$ 1,032.00	$ 1,032.00		$ 1,273.14	$ 1,273.14	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	**$ 1,032.00**	**$ 1,032.00**		**$ 1,273.14**	**$ 1,273.14**	
COSTO TOTAL DE COMERCIALIZACION	**$ 25,598.86**	$ 6,613.12	$ 18,985.74		$ 8,842.39	$ 27,672.94

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es una herramienta que permite determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder, ni ganar, razón por la cual al considerarlo como un completo de análisis financiero para la empresa en estudio se hace necesario determinar esta herramienta tanto para el primer año como para el quinto año de vida útil del proyecto a través de la aplicación de varios métodos matemáticos para su cálculo los mismo que se detallan a continuación:

ANÁLISIS PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

- **EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS.-** Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que se deberán generar en el presente proyecto en donde para su cálculo se hizo necesario determinar la siguiente fórmula**:**

$$\mathbf{PE} = \frac{\text{CFT}}{1-\left(\frac{\text{CVT}}{\text{VT}}\right)}$$

Con la determinación de esta fórmula se procedió a reemplazar los datos como establecen a continuación:

$$\mathbf{PE} = \frac{6613.12}{1-\left(\frac{18985.74}{26366.82}\right)}$$

PE = 23623.48

- **EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALA.-** Representa el porcentaje de la capacidad de comercialización del local en el presente proyecto para que pueda generar ventas que permitan cubrir los costos empleados por la empresa, para ello se hizo necesario determinar la siguiente fórmula para su cálculo**:**

-

$$\mathbf{PE} = \frac{\text{CFT}}{\text{VT - CVT}} \text{ x } 100$$

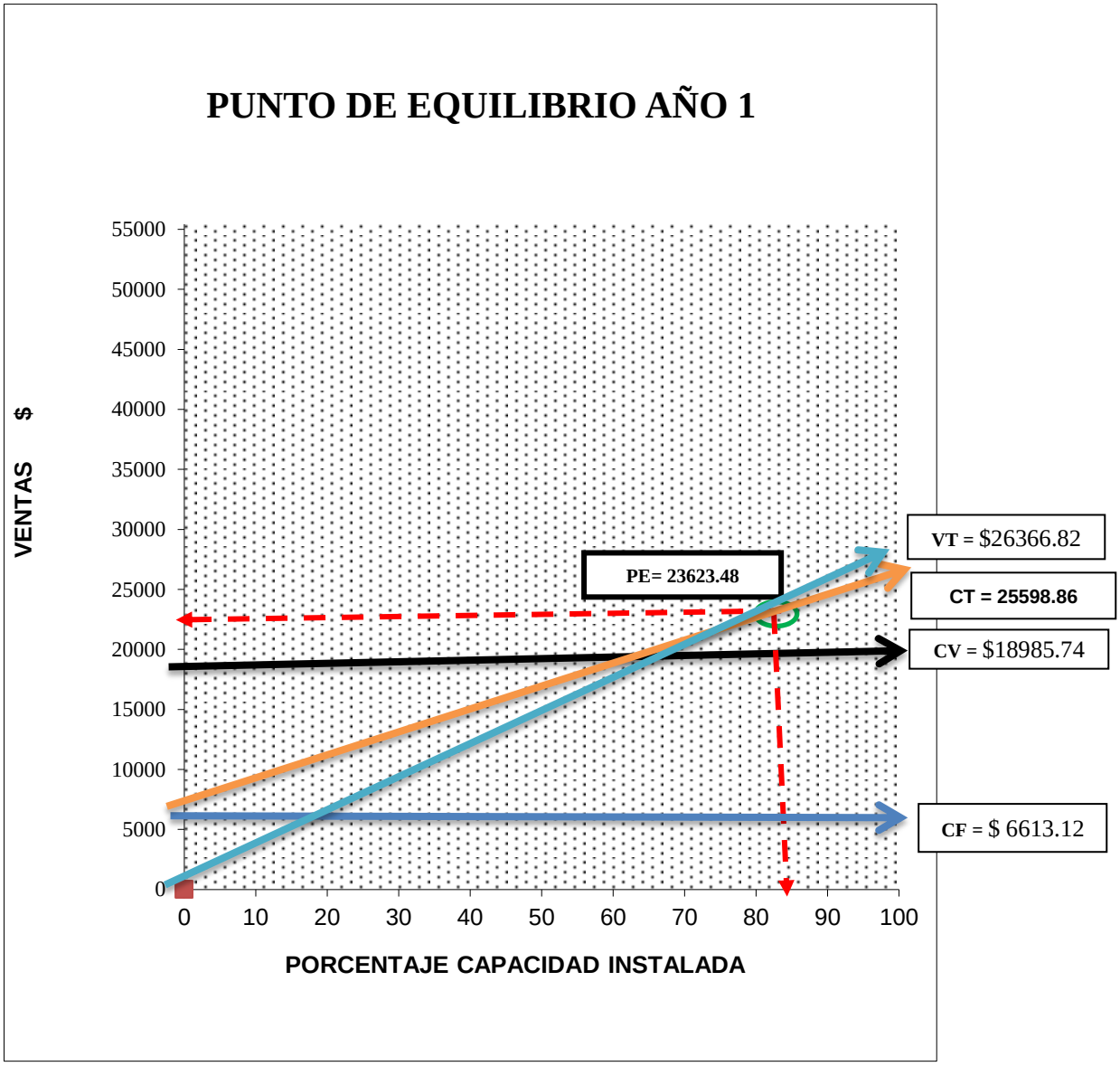
Una vez establecida la formula se procedió ha reemplazar los datos como se señalan a continuación:

$$\mathbf{PE} = \frac{6613.12}{26366.82 - 18985.74} \text{ x } 100$$

PE = 89.60%

Una vez establecidos los métodos matemáticos del cálculo del punto de equilibrio para la empresa objeto de estudio se presenta a continuación la representación gráfica del mismo:

GRÁFICO Nº 31
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1



INTERPRETACIÓN:

La Gráfica representada anteriormente señala que la empresa objeto de estudio deberá vender $ 23623.48 para ni perder ni ganar tomando en cuenta que requerirá de la utilización de la capacidad de su planta del 89.60%

ANÁLISIS PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

- **EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS.-** Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que se deberán generar en el presente proyecto en donde para su cálculo se hizo necesario determinar la siguiente fórmula**:**

$$\mathbf{PE} = \frac{\text{CFT}}{1-\left(\frac{\text{CVT}}{\text{VT}}\right)}$$

Con la determinación de esta fórmula se procedió a reemplazar los datos como establecen a continuación:

$$\mathbf{PE} = \frac{8842.39}{1-\left(\frac{27672.94}{37734.40}\right)}$$

PE = 33162.44

- **EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALA.-** Representa el porcentaje de la capacidad de producción de la planta es decir lo que

deberá trabajar la maquinaria empleada en el presente proyecto para que su comercialización pueda generar ventas que permitan cubrir los costos empleados por la empresa, para ello se hizo necesario determinar la siguiente fórmula para su cálculo**:**

$$\mathbf{PE} = \frac{\text{CFT}}{\text{VT - CVT}} \text{ x } 100$$

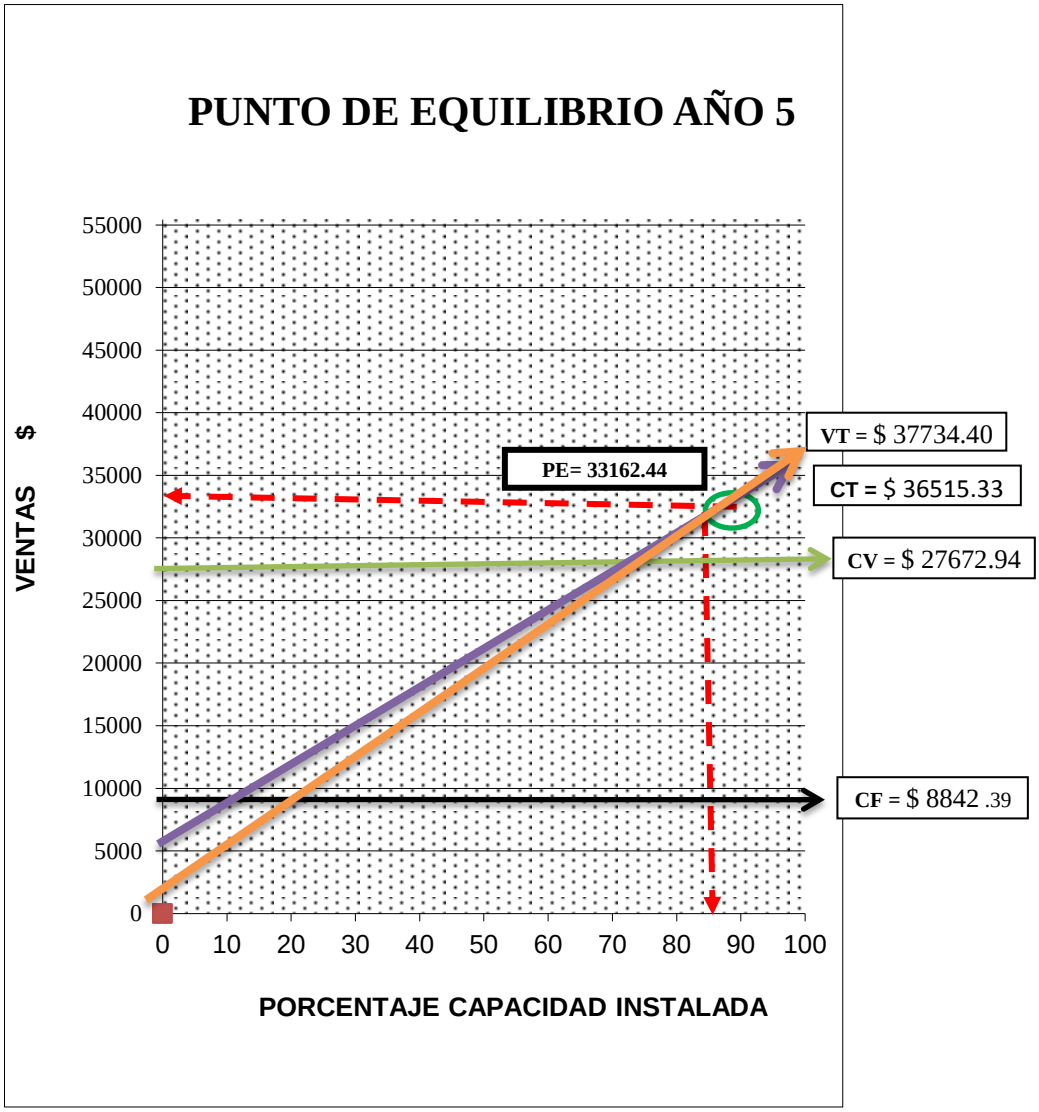
Una vez establecida la formula se procedió ha reemplazar los datos como se señalan a continuación:

$$\mathbf{PE} = \frac{8842.39}{37734.40 - 27672.94} \text{ x } 100$$

PE =87.88%

Una vez establecidos los métodos matemáticos del cálculo del punto de equilibrio para la empresa objeto de estudio se presenta a continuación la representación gráfica del mismo:

GRÁFICO Nº 32
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5



INTERPRETACIÓN:

La Gráfica representada anteriormente señala que la empresa objeto de estudio deberá vender $ 33162.44 para ni perder ni ganar tomando en cuenta que requerirá de la utilización de la capacidad de su planta del 87.88%.

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera es considerada como la parte más importante de los proyectos de inversión ya que de los resultados que arroje la misma dependerá la decisión de poner en marcha o no un proyecto determinado, es por ello que en la presente investigación se hace necesario analizar esta variable para lo cual se debe determinar primeramente el flujo de caja como se detalla a continuación:

FLUJO DE CAJA.- El flujo de Caja llamado también flujo de efectivo es un cálculo del volumen de ingresos y de gastos, que incurrirá una empresa durante un período determinado, razón por la cual en el presente proyecto para determinarlo se hizo necesario establecer los ingresos totales los mismos que están representados por las ventas y el valor residual, así como también los egresos el cual está conformado por los costos de comercialización, operación, reparto de utilidades e impuestos y otros rubros más como se detallan en la siguiente tabla:

TABLA Nº 70
FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	$ 26,366.82	$ 28,126.44	$ 32,111.54	$ 33,528.08	$ 37,734.40
Saldo anterior	$ 0.00	$ 2,157.59	$ 3,414.26	$ 3,794.26	$ 4,279.56
Ventas (ingreso por taller)	$ 2,400.00	$ 4,320.00	$ 4,800.00	$ 5,520.00	$ 6,000.00
Valor residual	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 378.95
TOTAL DE INGRESOS	**$ 28,766.82**	**$ 34,604.03**	**$ 40,325.80**	**$ 42,842.33**	**$ 48,392.90**
EGRESOS					
Costos De comercializacion	$ 17,185.74	$ 18,280.26	$ 21,485.86	$ 22,143.97	$ 25,452.34
Costos de operación	$ 8,413.12	$ 9,026.96	$ 9,690.39	$ 10,407.56	$ 11,182.99
Reparto de Utilidad	$ 0.00	$ 2,157.59	$ 3,414.26	$ 3,794.26	$ 4,279.56
TOTAL DE INGRESOS	**$ 25,598.86**	**$ 29,464.81**	**$ 34,590.51**	**$ 36,345.79**	**$ 40,914.89**
(1-2) Ganancias Gravables	$ 3,167.97	$ 5,139.22	$ 5,735.29	$ 6,496.55	$ 7,478.01
(-)15% para Trabajadores	**$ 475.19**	**$ 770.88**	**$ 860.29**	**$ 974.48**	**$ 1,121.70**
(=)Utilidad Antes del Impuesto	$ 2,692.77	$ 4,368.33	$ 4,874.99	$ 5,522.06	$ 6,356.31
(-)25% Impuesto a la Renta	$ 673.19	$ 1,092.08	$ 1,218.75	$ 1,380.52	$ 1,589.08
(=)Utilidad Antes de Reserva Legal	$ 2,019.58	$ 3,276.25	$ 3,656.25	$ 4,141.55	$ 4,767.23
(+) Amortizacion Activos Diferidos	$ 76.00	$ 76.00	$ 76.00	$ 76.00	$ 76.00
(+) Depreciaciones	$ 62.01	$ 62.01	$ 62.01	$ 62.01	$ 62.01
FLUJO DE CAJA	**$ 2,157.59**	**$ 3,414.26**	**$ 3,794.26**	**$ 4,279.56**	**$ 4,905.24**

VALOR ACTUAL NETO.- Este método consiste en determinar el valor presente de los flujos de costo e ingresos generado a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y corresponde a la estimación del valor presente de los ingresos y gastos que se utilizaran en todos y cada uno de los años de operación del proyecto. El VAN representa los valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir es el retorno liquido generado por el proyecto. Si el Van es igual o mayor a cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente su ejecución.

TABLA Nº 71
VALOR ACTUAL NETO.

AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
		9.44%	
0	$ 4,880.87		
1	$ 2,157.59	0.91374269	$ 1,971.48
2	$ 3,414.26	0.834925704	$ 2,850.65
3	$ 3,794.26	0.762907258	$ 2,894.67
4	$ 4,279.56	0.697100931	$ 2,983.28
5	$ 4,905.24	0.63697088	$ 3,124.50
TOTAL			**$ 13,824.58**

Luego de obtener los flujos netos actualizados se procede a calcular el Valor Actual Neto que es de: $ 13 824,58 con la siguiente fórmula:

VAN =Sumatoria de flujos netos actualizados – Inversión

VAN = $ 13 824,58 – 4880,87

VAN = $ 8943.70

El presente proyecto se acepta ya que luego de haber realizado los cálculos respectivos el resultado del VAN es positivo el cual representa la cantidad de $ 8943.70 lo que significa que el valor de la empresa aumentará.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.- el Periodo de Recuperación de inversión son los años que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce, es por ello que en el presente proyecto para determinar esta variable se hizo necesario extraer los resultados establecidos en el flujo de caja, así como también al igual que en el VAN se determinó el factor de actualización los cuales permitieron obtener los siguientes resultados como se indica en la tabla a continuación:

TABLA Nº 72
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
		9.44%	
0	$ 4,880.87		
1	$ 2,157.59	0.913742690	$ 1,971.48
2	$ 3,414.26	0.834925704	$ 2,850.65
3	$ 3,794.26	0.762907258	$ 2,894.67
4	$ 4,279.56	0.697100931	$ 2,983.28
5	$ 4,905.24	0.636970880	$ 3,124.50
TOTAL			**$ 13,824.58**

Una vez obtenidos los datos se precedió a determinar el periodo de recuperación del proyecto con la siguiente fórmula:

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

$$\textbf{PRI} = 2 + \frac{4880.87 - 7716.80}{3414.26}$$

PRI = 1.17 años

PRI = 0.17 x 12 = 2.04 **meses**

PRI = 0.04 x 30 =4.2 **Días**

Los resultados anteriormente señalados nos muestran que el capital a invertir podrá ser recuperado en 1 años y 2 meses y 4 días.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO.- Este indicador representa la cantidad obtenida por cada dólar invertido, se obtiene a través de la división de los ingresos actualizados para los egresos actualizados, por lo cual en la investigación objeto de estudio se procedió a tomar de base los resultados de los ingresos y egresos presentes en el flujo de caja, así como también de la determinación del factor de actualización, para posteriormente obtener los ingresos y egresos actualizados como se presenta en la siguiente tabla:

TABLA Nº 73
RELACION BENEFICIO COSTO

AÑOS	INRESOS ORIGINAL	EGRESOS ORIGINAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 9.44%	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	$ 28,766.82	$ 25,598.86	0.913742690	$ 26,285.47	$ 23,390.77
2	$ 34,604.03	$ 29,464.81	0.834925704	$ 26,399.67	$ 24,600.93
3	$ 40,325.80	$ 34,590.51	0.762907258	$ 30,764.85	$ 26,389.35
4	$ 42,842.33	$ 36,345.79	0.697100931	$ 29,865.43	$ 25,336.68
5	$ 48,392.90	$ 40,914.89	0.636970880	$ 30,824.87	$ 26,061.60
TOTAL				$ 144,140.28	**$ 125,779.33**

Una vez obtenidos estos datos se procede a determinar la Relación Beneficio Costo con la siguiente fórmula:

$$\mathbf{RBC} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}} \qquad \mathbf{RBC} = \frac{144140.28}{125779.33}$$

RBC = 1,14

La Relación Beneficio Costo obtenida es de 1,14 lo que significa que el proyecto es aceptable ya que de acuerdo a lo criterios de decisión para que un proyecto sea favorable debe ser mayor a 1 en otra palabras por cada dólar invertido se obtendrá u beneficio del 0,14 centavos.

TASA INTERNA DE RETORNO.- Representa la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada, razón por la cual en la empresa objeto de estudio se procede a determinar este factor a través de la búsqueda de un

coeficiente de actualización que permita obtener como resultado negativo el VAN Mayor y como positivo el VAN Menor como se presenta a continuación:

TABLA Nº 74
TASA INTERNA DE RETORNO

		ACTUALIZACIÓN			
AÑO	**FLUJO NETO**	**FACTOR DE ACTUALIZACIÒN**	**VAN MENOR**	**FACTOR DE ACTUALIZACÓN**	**VAN MAYOR**
		57%		58%	
0	$ 4,880.87			.	
1	$ 2,157.59	0.636942675	$ 1,374.26	0.632911392	$ 1,365.56
2	$ 3,414.26	0.405695971	$ 1,385.15	0.400576831	$ 1,367.67
3	$ 3,794.26	0.258405077	$ 980.45	0.253529640	$ 961.96
4	$ 4,279.56	0.164589221	$ 704.37	0.160461797	$ 686.71
5	$ 4,905.24	0.104833899	$ 514.24	0.101558100	$ 498.17
		TOTAL	**$ 4,958.47**		**$ 4,880.06**
		Inversion Inicial	**$ 4,880.87**		**$ 4,880.87**
		TOTAL	**$ 77.60**		**-$ 0.81**

Una vez establecidos los resultados se procedió a calcular la TIR mediante la siguiente fórmula:

$$\mathbf{TIR} = \mathrm{Tm} + \mathrm{Dt}\left(\frac{\mathrm{VAN\,Tm}}{\mathrm{VAN\,Tm} - \mathrm{VAN\,TM}}\right)$$

$$\mathbf{TIR} = 57\% + (58\% - 57\%)\left(\frac{77.60}{77.60 - (-0.81)}\right)$$

TIR = 57.99%

El presente proyecto se acepta ya que luego de haber realizado los cálculos respectivos la TIR tiene un valor de 57,99% que es mayor al costo del capital, por lo tanto el proyecto es factible..

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.- Este análisis se efectúa con la finalidad de conocer el grado máximo de soporte que tendrá el proyecto ante posibles cambios en los costos e ingresos totales, que podrían ocurrir en el fututo puesto que se desconoce cuáles serán las condiciones económicas en las que se desenvolverá el proyecto una vez que entre en funcionamiento

Para el proyecto en estudio el análisis de sensibilidad se determinará desde dos puntos de vista con el incremento en los costos y la disminución en los ingresos.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 5.38% EN LOS COSTOS.- Para determinar el impacto que genera el incremento del 5.38% en los costos se procedió a calcular el costo original el cual está representado por los egresos establecido en el flujo de caja, así también se extrajo los ingresos totales también establecido en el mismo para posteriormente con la determinación del porcentaje de incremento calcular el flujo neto como se establece a continuación:

Flujo Neto = Ingreso Total –Ingreso Total Original

Flujo Neto = 28766.82 – 26973.07

Flujo Neto = 1790.75

Cabe señalar que el dato establecido anteriormente es el resultado para el primer año, y para la determinación de los años posteriores se aplicó el mismo procedimiento.

Una vez establecido el flujo Neto para cada año se procedió a determinar el factor de actualización para el VAN Menor y VAN Mayor con un porcentaje el 36% y 37% respectivamente como se evidencia en la siguiente tabla:

TABLA Nº 75
ANALISIS DE SENCIBILIDAD AUMENTO DEL 5.38 % EN LOS COSTOS

Años	Costo Original	Costo Total Original	Ingreso Total	Flujo Neto	Factor de Actualización	Van Menor	Factor de Actualización	Van Mayor
		5.38%			36%		37%	
0	4880.87							
1	$ 25,598.86	$ 26,976.07	$ 28,766.82	$ 1,790.75	0.73529412	**$ 1,316.73**	0.72992701	**$ 1,307.11**
2	$ 29,464.81	$ 31,050.02	$ 34,604.03	$ 3,554.01	0.54065744	**$ 1,921.50**	0.53279344	**$ 1,893.55**
3	$ 34,590.51	$ 36,451.48	$ 34,590.51	-$ 1,860.97	0.39754223	**-$ 739.81**	0.38890032	**-$ 723.73**
4	$ 36,345.79	$ 38,301.19	$ 42,842.33	$ 4,541.14	0.29231047	**$ 1,327.42**	0.28386885	**$ 1,289.09**
5	$ 40,914.89	$ 43,116.11	$ 48,392.90	$ 5,276.79	0.21493417	**$ 1,134.16**	0.20720354	**$ 1,093.37**
						$ 4,960.00		**$ 4,859.39**
						$ 4,880.87		**$ 4,880.87**
						$ 79.12		-$ 21.48

Una vez determinados los datos anteriores se procede a calcular el tipo de sensibilidad que presenta el proyecto con las siguientes formulas:

- **Se obtiene la Nueva Tasa Interna de Retorno.-** Para determinar esta variable se procedió a aplicar la siguiente fórmula:

$$\mathbf{TIR} = \mathrm{Tm} + \mathrm{Dt}\left(\frac{\mathrm{VAN\,Tm}}{\mathrm{VAN\,Tm - VAN\,TM}}\right)$$

$$\mathbf{TIR} = 36\% + (37\% - 36\%)\left(\frac{79.10}{79.12 - (-24.48)}\right)$$

TIR = 36.79%

- **Se encuentra la Tasa Interna de Retorno Resultante.-** Para su cálculo se hizo necesario tomar de base la Tasa interna de Retorno original que fue del 57.99 % así como también de la Nueva TIR que es del 36.79 % para posteriormente reemplazarlas en la siguiente fórmula:

TIR.R = TIRO - NTIR

TIR.R = 57.60% - 36.79 %

TIR.R = 21.10%

- **Se calcula el porcentaje de variación.-** Para su determinación se tomo de base el resultado obtenido en la Tasa Interna de Retorno Resultante así como también de la Tasa interna de Retorno Original que fue del 57.99% para posteriormente aplicar la siguiente fórmula para su cálculo:

%V = (TIR.R / TIRO) x 100

%V = (0,210 / 0,5799) x 100

%V = 36.56%

- **Se calcula el valor se sensibilidad.-** para su cálculo se toma de base el porcentaje de variación y la Nueva TIR para posteriormente aplicar la siguiente fórmula para su cálculo:

S = %V / N.TIR

S = 36.56 / 36.79%

S = 0,99 %

Con un incremento del 5,38% en los costos, el coeficiente de sensibilidad calculado es de 0,99 lo que significa que el proyecto no es sensible a los cambios que se puedan dar en el aumento de los costos de la empresa en estudio.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 6.46 EN LOS INGRESOS.- Para determinar el impacto que genera la disminución del 6.46% en los ingresos se procede a determinar el costo original el cual está representado por los egresos establecido en el flujo de caja, Una vez establecidos los datos del ingreso total para cada uno de los años se procedió a determinar el flujo neto como se establece a continuación

Flujo Neto = Ingreso Total –Ingreso total Original

Flujo Neto = 28766.82 – 26908.48

Flujo Neto = 1858.34

Cabe señalar que el dato establecido anteriormente es el resultado para el primer año, y para la determinación de los años posteriores se aplicó el mismo procedimiento.

Una vez establecido el flujo Neto para cada año se procedió a determinar el factor de actualización para el VAN Menor y VAN Mayor con un porcentaje del 36% y37 % respectivamente como se evidencia en la siguiente tabla:

TABLA Nº 76

ANÁLISIS DE SENCIBILIDAD DISMINUCION DEL 6.46% EN LOS INGRESOS

				ACTUALIZACIÒN				
Años	**Costo Original**	**Ingreso Original**	**Ingreso Total Original**	**Flujo Neto**	**Factor de Actualización**	**Van Menor**	**Factor de Actualización**	**Van Mayor**
		6.46%			**36%**		**37%**	
0	4880.87	.			.			
1	25598.86	28766.82	26908.48	1858.34	0.735294118	**1366.42**	0.729927007	**1356.45**
2	29464.81	34604.03	32368.61	2235.42	0.540657439	**1208.60**	0.532793436	**1191.02**
3	34590.51	34590.51	32355.97	2234.55	0.397542235	**888.33**	0.388900318	**888.33**
4	36345.79	42842.33	40074.72	2767.61	0.292310467	**809.00**	0.283868845	**785.64**
5	40914.89	48392.90	45266.72	3126.18	0.214934167	**671.92**	0.207203537	**647.76**
						4944.27		**4869.19**
						4880.87		**4880.87**
						63.40		**-11.68**

Una vez determinados los datos anteriores se procede a calcular el tipo de sensibilidad que presenta el proyecto con las siguientes formulas:

- **Se obtiene la Nueva Tasa Interna de Retorno.-** Para determinar esta variable se procedió a aplicar la siguiente fórmula:

$$\mathbf{TIR} = \mathrm{Tm} + \mathrm{Dt}\left(\frac{\mathrm{VAN\,Tm}}{\mathrm{VAN\,Tm - VAN\,TM}}\right)$$

$$\mathbf{TIR} = 36\% + (37\% - 36\,\%)\left(\frac{63.40}{63.40 - (-11.68)}\right)$$

TIR = 36.84%

- **Se encuentra la Tasa Interna de Retorno Resultante.-** Para su cálculo se hizo necesario tomar de base la Tasa interna de Retorno original que fue del 57,99% así como también de la Nueva TIR que es del 36,84 % para posteriormente reemplazarlas en la siguiente fórmula:

TIR.R = TIRO - NTIR

TIR.R = 57.99% - 36.84 %

TIR.R = 21.15%

- **Se calcula el porcentaje de variación.-** Para su determinación se toma de base el resultado obtenido en la Tasa Interna de Retorno Resultante así como también de la Tasa interna de Retorno Original que fue del 57.99 %para posteriormente aplicar la siguiente fórmula para su cálculo:

%V = (TIR.R / TIRO) x 100

%V = (0.2115 / 0,5799) x 100

%V = 36.46 %

- **Se calcula el valor se sensibilidad.-** para su cálculo se toma de base el porcentaje de variación y la Nueva TIR para posteriormente aplicar la siguiente fórmula para su cálculo:

S = %V / N.TIR

S = 36.46 / 36.84%

S = 0,99 %

Con un decremento del 6.46 % en los Ingresos, el coeficiente de sensibilidad calculado es de 0,99 % lo que significa que el proyecto no es sensible a los cambios que se puedan dar en el aumento de los costos de la empresa en estudio.

h.-Conclusiones y Recomendaciones

g. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Al finalizar el presente trabajo y una vez cumplidos con los objetivos propuestos se presentan las siguientes conclusiones y recomendaciones:

1 Conclusiones.

- El proyecto para la creación de una empresa comercializadora del Hilo Cola de Rata en la Ciudad de Loja es factible desde la perspectiva del mercado ya que existe demanda insatisfecha, desde la perspectiva técnica ya que existen los materiales y producto a comercializar disponible, y desde la perspectiva financiera se obtendrá rentabilidad.
- La inversión que se necesita para crear y poner en marcha el proyecto asciende 4880.87 del cual el 100% es aportado por la propietaria.
- La utilidad neta que se obtendrá del proyecto para el primer año de vida útil será de$ 1817.62
- En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: Valor actual neto 8943.70; Periodo de Recuperación del Capital será de 1 años y 2 meses y 4 días, Relación Beneficio Costo será de $ 1,14 la Tasa Interna de Retorno es de 57.99%
- Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en el costo de 5.38 % y una disminución en los ingresos de 6.46%

- Analizando estos indicadores para la toma de decisiones se concluye que el proyecto es factible de implementar.

2 Recomendaciones.

Una vez culminado el presente estudio de factibilidad se presenta las siguientes sugerencias:

- Al establecer que el proyecto es factible de ejecutarse se recomienda ponerlo en ejecución dada su rentabilidad para la inversionista y su aporte al desarrollo empresarial de la ciudad.
- Resulta de vital importancia la creación de la empresa dado que además de contribuir a la generación una fuente de trabajo, se estaría contribuyendo a satisfacer la demanda existente y por con siguiente fomentar una costumbre ancestral como es el tejido artesano de carteras y de esta manera generar más emprendimiento o también una relajación o distracción sana para las mujeres.
- El Gobierno a través de las diferentes organizaciones públicas y privadas de apoyo deberían ser más flexibles en cuanto a las cantidades, requerimientos, plazos de pago y tasas de interés.

i.-Bibliografía

h. Bibliografía.

- Gabriel Baca Urbina – Elaboración de Proyectos - 3ra Edición – Pag. 135 – 137
- Ronal M. Weiers- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS/ 96-125
- www.hoy.com.ec/...ecuador/sector-comercial-evalua-al-gobierno-388361.html
- www.terra.com.ec/.../balanza-comercial-petrolera-aumenta-6036-enero-julio-2010.html
- www.ecuadorinmediato.com/.../expreso_guayaquil_las_ventas_del_sector_comercial_no_repuntan--132404
- www.hoy.com.ec/...ecuador/sector-comercial-evalua-al-gobierno-388361.html
- www.cronica.com.ec/index.php?
- www. selikacarreras.es.tl/Historia-del-hilo-a-.htm
- *www.tejiendoideas.wordpress.com/2009/07/06/7/*
- www.indumentariaymoda.com/2009/03/18/apunte-de-tejido
- www.es.wikipedia.org/wiki/Ganchillo
- www.tejidostelares.com/.../historia-del-tejido-y-telar.html
- www.monografias.com – Proyectos de Inversión

j. Anexos

i. ANEXOS.

ANEXO Nº 1

FICHA RESUMEN DEL PROYECTO.

TITULO.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE HILO COLA DE RATA EN LA CIUDAD DE LOJA

PROBLEMA.

La sociedad ecuatoriana ha venido atravesando una situación crítica que ha generado un desequilibrio económico, político y social en sus habitantes incluyendo al sector empresarial, comercial y de servicios del Ecuador.

En la actualidad se han implementado medidas que aparentemente favorecen a los diferentes sectores comerciales como es el caso de los créditos bancarios otorgados por el Banco Nacional de Fomento, donde se evidencia una realidad muy diferente ya que la mayoría de préstamos son denegados.

"Según Blasco PeñaherreraSoláh, representante de la Federación Nacional de Cámaras de Comercio del Ecuador, indicó que los tres años y medio de Gobierno del Economista Rafael Correa no han sido beneficiosos para el país, específicamente para el sector comercial.

Los problemas que ha atravesado el sector inician en la aplicación de aranceles a una gran parte de bienes de consumo importables, por parte del

Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (Comexi), mismos que han reducido el índice de importaciones pero no han ayudado al fomento de la producción.

La gran mayoría de productos quedan castigados en más del 20% con la reducción del 10% de los aranceles que ofrece el Comexi.

Un gran inconveniente que se dio con este tipo de políticas fue que se incrementó el contrabando, según un estudio realizado por la Federación de $1 000 millones que se perciben de las importaciones, $450 millones se desvían al mercado negro. Además las importaciones que más han decrecido son los bienes de capital y de materia prima, esto significa que el Ecuador dejó de importar lo que necesita para producir. La incertidumbre en la que se vive en la actualidad a dado como resultado el alza en los índices de desempleo."[5]

“Todo esto se ve evidenciado en la balanza comercial petrolera de Ecuador que se incrementó en un 60,36% entre enero y julio de este año respecto al mismo lapso de 2009, que se situó en 3.582,80 millones de dólares, según el Banco Central del Ecuador, que apuntó como razones para la recuperación el aumento en los precios del barril de petróleo crudo y a sus derivados en un 63,84%.

Dentro de las ventas petroleras externas, el petróleo crudo representa el 92,06% del volumen exportado, y la diferencia del 7,94% corresponde a los derivados (fuel oil y nafta).

---

[5] www.hoy.com.ec/...**ecuador**/**sector**-**comercial**-evalua-al-gobierno-388361.html

En cambio la balanza comercial no petrolera durante enero y julio de 2010 incrementó su déficit comercial con relación al mismo lapso del año anterior en un 38,23% al pasar de 2.810,53 millones de dólares a 3.885,06 millones de dólares.

En general, la balanza comercial durante Enero-Julio en valor FOB (incluyendo transporte y maniobras) reportó un déficit de 302,25 millones de dólares al totalizar exportaciones por 9.838,36 millones de dólares frente a importaciones por 10.140,61 millones de dólares."[6]

"Otro factor que afecta al sector comercial es el desempleo que actualmente es de 7.70%, lo que produce que las personas desocupadas guarden lo poco que tienen para comprar lo que realmente necesitan.

La caída de las remesas es otro factor que ha afectado al sector comercial en el país ya que según el Banco Central del Ecuador el ingreso de estas divisas ha descendido. De Abril a Junio del 2010, el flujo de giros familiares sumó 549.8 millones lo que representó una disminución del 1.2 % en relación al primer trimestre del 2010 y una contracción de 8.7% respecto al segundo trimestre del 2009."[7]

En cuanto al comercio interno en el país se refleja un panorama en que las ventas se ven estancadas en diversos sectores comerciales, que evidencian una desaceleración de la demanda.

"Pero así como hay sectores que sintieron un perjuicio, hay otros que han visto beneficiados como el sector que ofrece abrigos de lana y tejidos para el

---

[6] www.terra.com.ec/.../**balanza**-**comercial**-petrolera-aumenta-6036-enero-julio-**2010**.html -

[7] www.**ecuador**inmediato.com/.../expreso_guayaquil_las_ventas_del_**sector_comercial**_no_repuntan--132404

frio, que en el mes de Agosto creció un 20% con respecto al mes anterior, esto por las bajas temperaturas que presentan algunos sectores del país."[8]

A Nivel de la Provincia de Loja el comercio de bienes y servicios que se realiza no solo es de productos primarios (agrícolas, pecuarios, forestales, etc.) sino de bienes semiprocesados y procesados, procedentes de provincias que han logrado mayor grado de industrialización, dada la bipolaridad con la que se desarrollan las actividades económicas en el Ecuador, dentro de lo cual las provincias de Pichincha, Guayas y Cuenca observan las mayores tasas de industrialización tanto que avanzan a cubrir las principales demandas por parte del resto de provincias del país.

En lo que respecta a la Ciudad de Loja en el ámbito empresarial quienes crean empresas pequeñas lo hacen desconociendo las escasas probabilidades de supervivencia. "La experiencia demuestra que el 50% de dichas empresas quiebran durante el primer año de actividad, y no menos del 90% antes de cinco años. Según revelan los análisis estadísticos, el 95% de estos fracasos son atribuibles a la falta de competencia y de experiencia y a la vez falta de estrategias en la dirección de empresas dedicadas a la actividad concreta de que se trate."[9]

Otro factor negativo que influye para las empresas de la ciudad es la infraestructura vial que trae consigo que el proceso de comercialización se paralice y que el producto no llegue con beneficios de tiempo y calidad y por ende no tenga la competitividad necesaria dentro del mercado local.

---

[8] www.hoy.com.ec/...**ecuador/sector-comercial**-evalua-al-gobierno-388361.html

[9] www.cronica.com.ec/index.php?

Así mismo debido a estos factores los habitantes se han caracterizado por desenvolverse en la actividad comercial, que ha presentado muchas falencias ya que muchos de los propietarios de este tipo de actividad solo realizan la compra y venta del producto sin tener en cuenta estrategias que permitan generar un valor adicional a su producto. Por lo que muchas de estas empresas han quebrado en el primer año de gestión.

Además de los problemas antes señalados se ha podido determinar que en la ciudad de Loja la mayor parte de las empresas se dedican a la comercialización de productos o materia prima para realizar otros productos, tal es el caso de las empresas dedicadas a la comercialización de lanas e Hilos sintéticos como la Cola de Rata que sirven para la elaboración de diferentes productos como: carteras, sombreros, correas y lencería para el hogar. Las mismas que son escasas ya que en la actualidad solo existen tres que buscan mecanismos para la salida del producto porque es mucho más barato como materia prima que como procesado en producto ya terminado.

Por otro lado esta clase de empresas handejado de lado lo que es un estudio de mercado que les permita saber cual es su demanda, competencia y cual deberá ser su oferta, el estudio técnico que le permita conocer los aspectos fundamentales para la ubicación de la empresa, el análisis financiero en donde se determina las inversiones para implementar la empresa, la estructura organizacional y administrativa para conocer el flujo de comunicación, las funciones que debe cumplir el personal y la legalización para poder responder judicialmente y extrajudicialmente por los

actos de la empresa. Todos estos aspectos ayudan a que las empresa pueda satisfacer las necesidades del mercado buscando mejoras en los productos y servicios, así como también la atención al cliente, lo que provoca que no se desarrollen y se queden estancadas.

En la actualidad las empresas que comercializan el hilo Cola de Rata no generan estrategias para la mejor comercialización del hilo, lo que genera que sus ventas sean bajas.

Además se observa que hoy en día el comportamiento, gustos, preferencias de las personas cambian constantemente y un factor importante para ello es el valor agregado que se le da a los productos y también el bienestar que puedan generar.

El Hilo Cola de Rata es un hilo sintético que como ya se mencionó en base a este se realizan productos artesanales de excelente calidad como: carteras, sombreros, correas y lencería para el hogar, en base a la utilización de diferentes técnicas de tejido como es: la técnica en dos agujas y a crochet, y a diferencia de años anteriores este arte se ha perdido uno por el desinterés de las jóvenes y otro porque no tienen quien les enseñe a tejer.

Es por ello la necesidad de crear una empresa que mediante una estrategia de ventas produzca una mayor índice de ventas de este hilo, que a la vez proporcionará a los futuros clientes una forma de emprendimiento o como una terapia de relajación para poder contrarrestar diferentes anomalías o simplemente por mera distracción.

En base a estas falencias el principal inconveniente que presenta la ciudad de Loja en función a lo anteriormente señalado es: "**LA FALTA DE EMPRENDIMIENTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL Y EL DESCONOCIMIENTO DE LAS TÉCNICAS DE ELABORACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN NO PERMITE MEJORAR LAS ACTIVIDADES DEL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE LOJA"**

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar y evaluar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de Hilo Cola de Rata en la ciudad de Loja.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Efectuar un estudio de mercado que permita establecer técnicamente la oferta, la demanda del Hilo Cola de Rata en la Ciudad de Loja.
- ✓ Efectuar un estudio técnico del proyecto, determinando ubicación de la empresa y los recursos físicos para su instalación.
- ✓ Efectuar un estudio de tipo legal y empresarial, con el fin de determinar el tipo de empresa más apropiado.
- ✓ Efectuar un estudio económico financiero, con el fin de terminar mediante los indicadores financieros la rentabilidad del proyecto
- ✓ Elaboración del informe final.

METODOLOGIA.

En el presente proyecto de inversión se utilizaran distintos métodos, técnicas y procedimientos para la recopilación necesaria de información que el mismo requiere, es por ello que para el presente proyecto se utilizaran los siguientes:

MÉTODO CIENTÍFICO

Es un conjunto de procedimientos lógicamente sistematizados que servirá para recolectar toda la información necesaria y poder generar en mí los conocimientos necesarios para la elaboración del proyecto.

MÉTODO INDUCTIVO - DEDUCTIVO

Este método mediante el proceso de deducción lógica de los datos me permitirá partir de los conocimientos básicos de la evaluación y elaboración de proyectos y de todos los aspectos relacionados al proyecto como es el estudio de Mercado, , estudio técnico, estudio legal, finanzas y evaluación financiera que serán aplicadas en él para generar la factibilidad del mismo.

MÉTODO ANALÍTICO

Este método me ayudará en el análisis de los resultados de la investigación para poder realizar las conclusiones y recomendaciones necesarias para el proyecto.

Además utilizaré técnicas las cuales me ayudaran a obtener información fundamental y principal de mi proyecto a investigar, tales como:

ENTREVISTA

Esta técnica se aplicará a las tres empresas dedicadas a la comercialización del Hilo: Cola de Rata que son: Bisutería y Moda ARIEL, Bisutería – Bazar y

Accesorios JMC y otro que en la actualidad no tiene nombre, para recolectar información sobre los niveles de ventas que tienen para poder determinar de esta manera la demanda insatisfecha de este producto.

ENCUESTA

Se aplicará a los posibles clientes, con la finalidad de poder recopilar información necesaria que me ayudará a saber si mi idea de negocio va a tener acogida en el mercado, en la encuesta incluiré interrogantes relacionadas con la cantidad y publicidad.

MUESTREO

Es una técnica que permitirá determinar y seleccionar un grupo de individuos que realmente se estudiarán en un proyecto, es por ello que en el presente proyecto se hace necesario de la utilización de este indicador ya que me permitirá identificar el número de encuestas a aplicar a las Personas de la ciudad de Loja, logrando de esta manera obtener información confiable para la ejecución del proyecto. Para el cálculo del muestreo se utilizará la siguiente fórmula:

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

El trabajo investigativo está dirigido a las mujeres en una edad comprendida 15 a 69 años de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, para la obtención de la información de la población se recurrió a los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC2010)con la respectiva proyección del 2011) ya que es una fuente primordial para obtener este dato. Se tomo como referencia la población femenina comprendida entre

intervalos que comprenden las edades de 15 a 69 años que habitan en las diferentes parroquias urbanas de nuestra localidad. (El Valle, Sucre, El Sagrario y San Sebastián), quienes serán posibles clientes de mi producto.

En la siguientes tabla se detalla la población femenina de la ciudad de Loja en las diferentes parroquias urbanas de la ciudad detallando el número poblacional entre los intervalos de edades que son requeridos por este proyecto ya con su debida proyección 2011. Cabe recalcar que la población femenina en el cuadro no es la total ya que no se toman en cuenta los intervalos de población de edades comprendidas de menores de 5 años, de 6 a 14 años y de 65 años y mas, que conforman el total de la población femenina en la ciudad de Loja.

TABLA # 2
POBLACION FEMENINA DE EDADES DE 15 A 69 AÑOS

INTERVALO DE EDAD	Nº DE POBLACION EL VALLE	Nº DE POBLACION EL SUCRE	Nº DE POBLACION EL SAGRARIO	Nº DE POBLACION SAN SEBASTIAN	TOTAL
DE 15 A 69	10770	24568	5520	19210	60068
TOTAL					**60068**

FUENTE: VII CENSO DE POBLACION Y VI DE VIVIENDA 2010- Proyección 2011
ELABORADO: POR LA AUTORA

Una vez elegida la población de estudio se realiza la fórmula estadística para saber cuántas encuestas debería aplicarse para cada sector o parroquia. La fórmula tiene como referencia la población femenina comprendida entre intervalos desde los 15 a los 69 años de edad.

La fórmula es:

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

N = Población femenina comprendida en intervalos de edades de 15 a 69 años.

N = 60068

Z = 1.96

P = Probabilidad de éxito. O.5

Q = Probabilidad de fracaso. O.5

E = Margen de error que es del 5%.

(N - 1) = Corrección de la población.

$$n = \frac{(60068)\,(1.96)^2\,(0.5)(0.5)}{(60068-1)\,(0.05)^2 + (1.96)^2\,(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(60068)\,(3.8416)\,(0.25)}{(60068)\,(0.0025) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = 381$$

El número de encuestas es de 381, las mismas que serán aplicadas a las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, para realizar la distribución muestral y determinar cuántas encuestas corresponde a cada parroquia y en consecuencia a cada intervalo de edades se utilizará la siguiente fórmula:

$$C = \frac{n}{N}$$

C = Coeficiente.

N = Número de población femenina por intervalos de edad de 15 a 69 años.

n = Numero de encuestas.

$$C = \frac{381}{60068} \qquad C = 0.006342811$$

Con este resultado se procede a determinar el número de encuestas en las siguientes tablas:

TABLA #
DISTRIBUCION DE LA MUESTRA
POBLACION FEMENINA DE EDADES DE 15 A 69 AÑOS

PARROQUIAS	INTERVALO DE EDADES DE 15 A 69 AÑOS	COEFICIENTE	# DE ENCUESTAS
Valle	10770	0.006342811	68
Sucre	24568	0.006342811	156
Sagrario	5520	0.006342811	35
San Sebastián	19210	0.006342811	122
Total	60068		381

FUENTE: VII CENSO DE POBLACION Y VI DE VIVIENDA 2010- Proyección 2011
ELABORADO: POR LA AUTORA

Y por último en base a procedimientos que se detallan a continuación se realizara el presente proyecto:

- El estudio de mercado lo realizaré mediante la aplicación de encuestas que mediante su respectiva tabulación determinaré la demanda insatisfecha de mi producto.

- Además mediante una entrevista a los propietarios de las empresas competidoras determinaré cual es la oferta del producto.
- Para el estudio técnico recurriré a los distintos proveedores poder determinar cuál será el más favorable así como también poder identificar que personal y en qué cantidad se necesitará.
- Para el estudio organizacional necesitaré revisar bibliografía como El Código a la Ley de Trabajo y a la vez visitar tanto al Municipio de Loja como al SRI para determinar los requisitos para su funcionamiento, así como también recurrir a un experto en leyes para la respectiva elaboración de la minuta constitutiva de la empresa.
- El estudio económico a través de la realización de los presupuestos de: ventas y gastos me permitirá saber que ganancias o que perdida tendrá mi proyecto. .
- Y para realizar la evaluación financiera me apoyaré en los distintos indicadores financieros que me permitirán determinar si mi proyecto es factible o no.

ANEXO Nº 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ENCUESTA

Estimado amiga, con el propósito de conocer cuál es la factibilidad de un proyecto de inversión acerca de la comercialización del Hilo Cola de Rata en la ciudad de Loja, le pido encarecidamente, se digne en contestar la siguiente encuesta para obtener una información veraz y confiable. El proceso se llevará sin ocuparle demasiado tiempo.

1.- En qué parroquia reside usted? Marque con una X

PARROQUIA	MARQUE CON UNA X
VALLE	
SUCRE	
SAGRARIO	
SAN SEBASTIAN	

2.- Qué ocupación tiene? Marque con una X

Ama de Casa ( ) Trabajo de oficina ( ) Estudiante ( ) Comerciante ( ) Otros ( ) _____

3.- Sabe usted tejer? Marque con una X

Si ( ) si su respuesta es si conteste desde la pregunta 6.

No ( )

4.- Por cuál de estas razones usted no teje? Marque con una X

No puede ( )

No hay quien le enseñe ( )

No le gusta ( )

5.- Le gustaría aprender a tejer? Marque con una X

Si ( )

No ( ) Si su respuesta es no le agradezco por su colaboración.

6.- Qué puntos conoce o la gustaría aprender? Marque con una X

Puntos básicos ( ) Puntos acanalados ( ) Puntos fantasía ( ) Puntos trenzas ( ) Otros ( ) _____

7.- Qué técnica de tejido practica o le gustaría practicar? Marque con una X

Dos agujas ( ) Crochet ( ) Macramé ( )

8.-Utiliza usted el hilo Cola de Rata? Marque con una X

Si ( )

No ( ) Si su respuesta es no pase a contestar desde la pregunta 15.

9.-Cuántas madejas de este hilo usted adquiere al mes? Marque con una X

Cuántas?

5 Madejas ( ) _____

10 Madejas ( ) _____

15 Madejas ( ) _____

20 Madejas ( ) _____

Otros ( ) _____

10.- Qué colores prefiere usted al comprar el Hilo Cola de Rata?

Cuáles?

Fuertes_____

Bajos _____

Otros _____

11.- ¿ Cuánto paga usted por el hilo?. Marque con una "X" una sola opción.

$ 1.00 ( ) $ 1.10 ( ) ( ) Otros ( ) _____

12.- ¿ Según su apreciación como considera usted el precio del Hilo?. Marque con una "X" una sola opción

Caro ( ) Razonable ( ) Barato ( )

13.- ¿Qué le parece la calidad de Hilo que usted ha adquirido?. Marque con una "X" una sola opción

Bueno( ) Muy Bueno ( ) Regular ( )

14.- ¿Qué empresas de comercialización de hilo Cola de Rata conoce usted?. Señale con una "X" una sola opción

Bisutería y Moda ARIEL ( ) Bisutería – Bazar y Accesorios JMC ( )

Otra S/N San Sebastián ( ) Otros ( ) _____

15.- Le gustaría utilizar el hilo Cola de Rata para aprender a elaborar productos artesanales ya que el mismo tiene como características ser perdurable, fácil manipulación y adaptable a cualquier punto? Marque con una "X" una sola opción

Si ( )

No ( )

16.- Si se llegará a implementar una empresa comercializadora del hilo Cola de Rata. Usted compraría el hilo? Ponga una "X" en una sola opción.

Si ( )

No ( )

17.- Si se ofrecieran cursos de tejido con un costo mínimo, usted estaría dispuesta a seguir el curso? Ponga una "X" en una sola opción

Si ( )

No ( )

18.- Qué monto estaría usted dispuesta a pagar? Ponga una "X" en una sola opción

5.00 ( )

10.00 ( )

19.- Cuántas madejas de este hilo estaría usted dispuesta a comprar? Ponga una "X" en una sola opción

5 Madejas ( ) _____

10 Madejas ( ) _____

15 Madejas ( ) _____

20 Madejas ( ) _____

Otros ( ) _____

20.- Qué le gustaría elaborar? Ponga una "X" en una sola opción

Carteras ( )

Lencería para el Hogar ( )

Otros ( )

21.- ¿En qué lugar le gustaría que se encuentre esta empresa? Marque con una X según sea su agrado

Centro de la ciudad ( ) San Sebastián ( ) Mayorista ( ) Otros ( )_____

22.- ¿Qué medios de comunicación locales utiliza para informarse, por favor llene los casilleros según sea su preferencia?

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	NOMBRE	PROGRAMAS	HORARIO
RADIO			
TELEVISION			

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	NOMBRE	SECCIÓN	DÍA DE COMPRA
PRENSA			

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nº 3

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ENTREVISTA

Estimado propietario de la empresa a su cargo, con el propósito de conocer cuál es la factibilidad de un proyecto de inversión acerca de la comercialización del Hilo Cola de Rata en la ciudad de Loja, le pido encarecidamente, se digne en contestar las siguientes preguntas para obtener una información veraz y confiable. El proceso se llevará sin ocuparle demasiado tiempo.

1.- Que cantidad de hilo cola de rata vendió en el año 2009?

2. Que cantidad de hilo cola de rata vendió en el año 2010 ?

ANEXO Nº 4

DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE OFICINA

Valor Actual = $ 46,00

Valor Residual = 46,00 x 10% = 4,60

Vida Útil = 10 años

CÁLCULO

$$\mathbf{DP} = \frac{VA - VR}{VU} \qquad \mathbf{DP} = \frac{46{,}00 - 4.60}{10\text{ años}} \qquad \mathbf{DP} = \frac{41.40}{10\text{ años}} = 4.14$$

TABLA Nº 83
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA

AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	--------	--------	46.00
1	4.14	4.14	41.86
2	4.14	8.28	37.72
3	4.14	12.42	33.58
4	4.14	16.56	29.44
5	4.14	20.7	25.30
6	4.14	24.84	21.16
7	4.14	28.98	17.02
8	4.14	33.12	12.88
9	4.14	37.26	8.74
10	4.14	41.4	4.60

Diseño: Ximena Carrión.

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

Valor Actual = $ 643,00

Valor Residual = 643,00 x 10% = 64.30

Vida Útil = 10 años

CÁLCULO

$$\mathbf{DP} = \frac{\text{VA} - \text{VR}}{\text{VU}} \qquad \mathbf{DP} = \frac{643.00 - 64.30}{10 \text{ años}} \qquad \mathbf{DP} = \frac{578.70}{10 \text{ años}} = \mathbf{57.87}$$

TABLA Nº 84
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	--------	--------	643.00
1	57.87	57.87	585.13
2	57.87	115.74	527.26
3	57.87	173.61	469.39
4	57.87	231.48	411.52
5	57.87	289.35	353.65
6	57.87	347.22	295.78
7	57.87	405.09	237.91
8	57.87	462.96	180.04
9	57.87	520.83	122.17
10	57.87	578.70	64.30

Diseño: Ximena Carrión

ANEXO Nº 5

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

DATOS

Total de Activos Diferidos = $ 380,00

Años de Vida Útil = 5 años

CÁLCULO

$$\textbf{Amortizaciòn} = \frac{\text{Total de Activos Diferidos}}{\text{Años de vida util del proyecto}}$$

$$\textbf{Amortizaciòn} = \frac{380.00}{5\text{ años}} = \textbf{\$ 76,00}$$

ANEXO Nº 6

TABLANº 85

RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS SIN DEPRECIACIONES

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	$ 150.00	$ 1,800.00
Sueldos y salarios	$ 449.88	$ 5,398.56
Energía eléctrica	$ 14.00	$ 168.00
Teléfono	$ 10.00	$ 120.00
Útiles de oficina	$ 10.00	$ 45.00
Útiles de aseo	$ 18.85	$ 31.55
TOTAL	**$ 652.73**	**$ 7,563.11**

ANEXO Nº 7

TABLA Nº 86
ROL DE PAGOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVA

CARGO	SUELSO BASICO UNIFICADO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE	320	26.7	24.33	13.33	38.88	423.21	5078.56

TABLA Nº 87
ROL DE PAGOS DEL PERSONAL OPRATIVO MANO DE OBRA DIRECTA

CARGO	SUELSO BASICO UNIFICADO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
VENDEDORA TEJEDORA	292	24.3	24.33	12.17	35.478	388.31	4659.736

ANEXO Nº 8

RESUMEN DE MATERIA PRIMA PARA LOS SIGUIENTE AÑOS

2º AÑO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia prima directa	$ 821.33	$ 9,856.00
TOTAL		

3º AÑO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia prima directa	$ 821.33	$ 12,320.00
TOTAL		

4º AÑO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia prima directa	$ 821.33	$ 12,320.00
TOTAL		

5º AÑO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia prima directa	$ 821.33	$ 14,784.00
TOTAL		

RESUMEN DE OTROS INGRESOS (TALLER)

año 2

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
18	Mujeres que participaran mensualmente en el taller	5	90	360	4320
TOTAL					4320

año 3

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
20	Mujeres que participaran mensualmente en el taller	5	100	400	4800
TOTAL					4800

año 4

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
23	Mujeres que participaran mensualmente en el taller	5	115	460	5520
TOTAL					5520

k.-Índice

K- ÍNDICE

CERTIFICACION	II
AGRADECIMIENTO	III
AUTORIA	IV
DEDICATORIA	V
a) TÍTULO	7
b) RESUMEN EN CASTELLANO E INGLES	9
c) INTRODUCCION	15
d) REVISIÓN DE LITERATURA	20
e) MATERIALES Y MÉTODOS	44
f) RESULTADOS	52
g) DISCUSIÓN	83
ESTUDIO DE MERCADO	83
ESTUDIO TECNICO	105
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	116
ESTUDIO FINANCIERO	132
EVALUACION FINANCIERA	159
h) CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	176
i) BIBLIOGRAFÍA	179
j) ANEXOS	181
k) ÍNDICE	207