



Universidad  
Nacional  
de Loja

**Universidad Nacional de Loja**

**Unidad de Educación a Distancia y en Línea**

**Carrera de Administración de Empresas**

**Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de agendas artesanales para la ciudad de Loja, provincia de Loja.**

**Trabajo de Integración Curricular,  
previo a la obtención del título de  
Licenciada en Administración de  
Empresas.**

**Autora:**

Karen Paulina Medina Esparza

**Director:**

Ing. Jorge Oswaldo Mogrovejo León, Mg.

Loja-Ecuador

2024

## Certificación



Sistema de Información Académico  
Administrativo y Financiero - SIAAF

### CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **MOGROVEJO LEON JORGE OSWALDO**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AGENDAS ARTESANALES PARA LA CIUDAD DE LOJA, PROVINCIA DE LOJA**, perteneciente al estudiante **KAREN PAULINA MEDINA ESPARZA**, con cédula de identidad N° **1104321623**.

**Certifico:**

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 4 de Agosto de 2024



DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN  
CURRICULAR

### **Autoría**

Yo, **Karen Paulina Medina Esparza** declaro ser autor/a del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular o de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

### **Firma**

**Cédula de identidad:** 1104321623

**Fecha:** 25 de octubre de 2024

**Correo electrónico:** [karen.medina@unl.edu.ec](mailto:karen.medina@unl.edu.ec)

**Teléfono:** 0967677716

**Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.**

Yo, **Karen Paulina Medina Esparza** declaro ser autor/a del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de agendas artesanales para la ciudad de Loja, provincia de Loja**, como requisito para optar por el título de **Licenciada en Administración de Empresas**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los veinticinco días del mes de octubre de dos mil veinticuatro.

**Firma:**

**Autora:** Karen Paulina Medina Esparza

**Cédula de Identidad:** 1104321623

**Dirección:** Ciudad de Loja, Loja.

**Correo electrónico:** [karen.medina@unl.edu.ec](mailto:karen.medina@unl.edu.ec)

**Teléfono:** 0967677716

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Director de Trabajo de integración Curricular:** Ing. Jorge Oswaldo Mogrovejo León, Mg.

## **Dedicatoria**

Decido mi trabajo de integración curricular en primer lugar a Dios por haberme permitido llegar hasta este momento tan importante y especial y por darme la oportunidad de completa una meta más propuesta hace algunos años, porque ha sido mi guía, me ha dado la fortaleza, salud, fe y valentía para seguir adelante.

A mis padres Darwin y Paulina por haber creído en mí y siempre apoyarme incondicionalmente, porque gracias a ellos he podido alcanzar mi meta, me han sabido guiar por el buen camino y enseñarme buenos valores que me hacen la persona que soy hoy en día.

A mi hermano Darwin por apoyarme siempre, darme palabras de aliento, consejos y acompañarme siempre, especialmente por la paciencia y comprensión, si algún día lees esto siempre puedes contar conmigo.

A mis amigos y familiares que siempre han estado a mi lado brindándome su apoyo incondicional en cada momento y finalmente a cada una de las personas quienes estuvieron a mi lado y me ayudaron a lo largo de mi vida académica.

Con cariño y gratitud

***Karen Paulina Medina Esparza***

## **Agradecimiento**

Primeramente, expreso mi más sincero y profundo agradecimiento a Dios por siempre ser mi guía y regalarme la fortaleza, sabiduría y perseverancia necesarias para cumplir una meta más. Agradezco a la Universidad Nacional de Loja por darme la oportunidad de formarme profesionalmente en la Carrera de Administración de Empresas, y a todo el personal docente y administrativo por el apoyo y por haber compartido su experiencia y conocimientos a lo largo de mi vida académica preparándome como profesional.

También quiero expresar mi más sincero agradecimiento al Ing. Jorge Oswaldo Mogrovejo León, Mg. y al Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada, Mg., quienes con sus orientaciones, conocimientos, apoyo y paciencia hicieron que fuera posible el cumplimiento y culminación del presente trabajo de integración curricular.

***Karen Paulina Medina Esparza***

## Índice de contenidos

<b>Portada</b> .....	i
<b>Certificación</b> .....	ii
<b>Autoría</b> .....	iii
<b>Carta de autorización</b> .....	iv
<b>Dedicatoria</b> .....	v
<b>Agradecimiento</b> .....	vi
<b>Índice de contenidos</b> .....	vii
Índice de tablas .....	viii
Índice de figuras .....	x
Índice de Anexos .....	xi
<b>1. Título</b> .....	1
<b>2. Resumen</b> .....	2
<b>3. Introducción</b> .....	4
<b>4. Marco Teórico</b> .....	6
<b>5. Metodología</b> .....	26
<b>6. Resultados</b> .....	30
<b>7. Discusión</b> .....	43
<b>8. Conclusiones</b> .....	1133
<b>9. Recomendaciones</b> .....	1144
<b>10. Bibliografía</b> .....	1155
<b>11. Anexos</b> .....	1188

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> <i>Estructura de tabla de amortización</i> .....	21
<b>Tabla 2</b> <i>Demanda potencial</i> .....	30
<b>Tabla 3</b> <i>Demanda real</i> .....	30
<b>Tabla 4</b> <i>Consumo anual</i> .....	31
<b>Tabla 5</b> <i>Demanda efectiva</i> .....	32
<b>Tabla 6</b> <i>Género</i> .....	33
<b>Tabla 7</b> <i>Edad</i> .....	33
<b>Tabla 8</b> <i>Tamaño de agenda</i> .....	34
<b>Tabla 9</b> <i>Formato de agenda</i> .....	34
<b>Tabla 10</b> <i>Período de tiempo de agenda</i> .....	35
<b>Tabla 11</b> <i>Lugar de compra</i> .....	36
<b>Tabla 12</b> <i>Gustos por promociones</i> .....	37
<b>Tabla 13</b> <i>Precio</i> .....	38
<b>Tabla 14</b> <i>Método de pago</i> .....	38
<b>Tabla 15</b> <i>Población Económicamente Activa proyectada</i> .....	44
<b>Tabla 16</b> <i>Demanda potencial</i> .....	45
<b>Tabla 17</b> <i>Demanda Real</i> .....	46
<b>Tabla 18</b> <i>Demanda efectiva</i> .....	46
<b>Tabla 19</b> <i>Demanda efectiva de producto en unidades de agendas</i> .....	47
<b>Tabla 20</b> <i>Oferta de agendas artesanales</i> .....	48
<b>Tabla 21</b> <i>Estimación de oferta de agendas</i> .....	48
<b>Tabla 22</b> <i>Demanda insatisfecha</i> .....	49
<b>Tabla 23</b> <i>Caracterización de producto</i> .....	50
<b>Tabla 24</b> <i>Capacidad Instalada</i> .....	54
<b>Tabla 25</b> <i>Capacidad Utilizada</i> .....	54
<b>Tabla 26</b> <i>Porcentaje de Capacidad Instalada</i> .....	54
<b>Tabla 27</b> <i>Requerimiento en muebles y enseres</i> .....	57
<b>Tabla 28</b> <i>Requerimientos en maquinaria y equipo</i> .....	58
<b>Tabla 29</b> <i>Requerimientos en equipo de computación</i> .....	59
<b>Tabla 30</b> <i>Requerimientos en equipo de oficina</i> .....	59
<b>Tabla 31</b> <i>Diagrama de flujo de proceso productivo</i> .....	65
<b>Tabla 32</b> <i>Manual de funciones Gerente</i> .....	71



<b>Tabla 33</b> <i>Manual de funciones Asesor Jurídico</i> .....	72
<b>Tabla 34</b> <i>Manual de funciones contador</i> .....	73
<b>Tabla 35</b> <i>Manual de funciones Secretaria</i> .....	73
<b>Tabla 36</b> <i>Manual de funciones Obrero</i> .....	74
<b>Tabla 37</b> <i>Manual de funciones Vendedor</i> .....	75
<b>Tabla 38</b> <i>Maquinaria y equipo</i> .....	76
<b>Tabla 39</b> <i>Muebles y enseres</i> .....	77
<b>Tabla 40</b> <i>Equipo de computación</i> .....	77
<b>Tabla 41</b> <i>Equipo de oficina</i> .....	78
<b>Tabla 42</b> <i>Reinversión equipo de computación</i> .....	78
<b>Tabla 43</b> <i>Resumen de Activos Fijos</i> .....	78
<b>Tabla 44</b> <i>Resumen de inversión en Activos Diferidos</i> .....	79
<b>Tabla 45</b> <i>Materia prima directa</i> .....	80
<b>Tabla 46</b> <i>Mano de obra directa</i> .....	80
<b>Tabla 47</b> <i>Resumen costo primo</i> .....	81
<b>Tabla 48</b> <i>Materia prima indirecta</i> .....	81
<b>Tabla 49</b> <i>Empaques y etiquetas</i> .....	81
<b>Tabla 50</b> <i>Indumentaria de trabajo</i> .....	82
<b>Tabla 51</b> <i>Insumos de limpieza</i> .....	82
<b>Tabla 52</b> <i>Implementos de producción</i> .....	82
<b>Tabla 53</b> <i>Implementos de seguridad</i> .....	83
<b>Tabla 54</b> <i>Mantenimiento de equipos</i> .....	83
<b>Tabla 55</b> <i>Resumen de costos indirectos de producción</i> .....	83
<b>Tabla 56</b> <i>Sueldos y salarios en área administrativa</i> .....	84
<b>Tabla 57</b> <i>Servicios profesionales</i> .....	84
<b>Tabla 58</b> <i>Servicios básicos</i> .....	85
<b>Tabla 59</b> <i>Arriendo</i> .....	85
<b>Tabla 60</b> <i>Implementos varios</i> .....	85
<b>Tabla 61</b> <i>Resumen gastos administrativos</i> .....	86
<b>Tabla 62</b> <i>Sueldos y salarios área de ventas</i> .....	86
<b>Tabla 63</b> <i>Publicidad</i> .....	86
<b>Tabla 64</b> <i>Resumen de gastos de ventas</i> .....	87
<b>Tabla 65</b> <i>Monto de inversión inicial</i> .....	87
<b>Tabla 66</b> <i>Financiamiento</i> .....	89

<b>Tabla 67</b> <i>Depreciación de Activos Fijos</i> .....	90
<b>Tabla 68</b> <i>Amortización Activos Diferidos</i> .....	90
<b>Tabla 69</b> <i>Amortización de capital</i> .....	91
<b>Tabla 70</b> <i>Presupuesto proyectado</i> .....	91
<b>Tabla 71</b> <i>Costo unitario de producción</i> .....	93
<b>Tabla 72</b> <i>Precio de venta</i> .....	94
<b>Tabla 73</b> <i>Ingresos</i> .....	94
<b>Tabla 74</b> <i>Costos fijos</i> .....	95
<b>Tabla 75</b> <i>Costos variables</i> .....	96
<b>Tabla 76</b> <i>Datos para punto de equilibrio año 1</i> .....	96
<b>Tabla 77</b> <i>Datos para punto de equilibrio año 3</i> .....	99
<b>Tabla 78</b> <i>Datos para punto de equilibrio año 5</i> .....	101
<b>Tabla 79</b> <i>Estado de pérdidas y ganancias</i> .....	103
<b>Tabla 80</b> <i>Flujo de caja</i> .....	104
<b>Tabla 81</b> <i>Valor Actual Neto (VAN)</i> .....	106
<b>Tabla 82</b> <i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i> .....	107
<b>Tabla 83</b> <i>Período de Recuperación de capital (PRC)</i> .....	108
<b>Tabla 84</b> <i>Calculo para número de meses y días</i> .....	108
<b>Tabla 85</b> <i>Relación Beneficio Costo (RBC)</i> .....	109
<b>Tabla 86</b> <i>Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos</i> .....	110
<b>Tabla 87</b> <i>Análisis de sensibilidad con incrementos de costos</i> .....	111
<b>Tabla 88</b> <i>Fuentes de financiamiento externo</i> .....	123

### **Índice de figuras**

<b>Figura 1</b> <i>Área de estudio</i> .....	26
<b>Figura 2</b> <i>Aspectos de decisión de compra</i> .....	32
<b>Figura 3</b> <i>Secciones adicionales</i> .....	35
<b>Figura 4</b> <i>Preferencia de medios para publicidad</i> .....	36
<b>Figura 5</b> <i>Tipo de promociones</i> .....	37
<b>Figura 6</b> <i>Producto terminado</i> .....	51
<b>Figura 7</b> <i>Logo empresa Manuscrito</i> .....	52
<b>Figura 8</b> <i>Macro localización de la empresa Manuscrito</i> .....	55
<b>Figura 9</b> <i>Micro localización de la empresa Manuscrito</i> .....	56
<b>Figura 10</b> <i>Distribución de la planta de Manuscrito</i> .....	61
<b>Figura 11</b> <i>Flujograma del proceso productivo de agendas</i> .....	64

<b>Figura 12</b> <i>Organigrama estructural</i> .....	69
<b>Figura 13</b> <i>Organigrama funcional</i> .....	70
<b>Figura 14</b> <i>Organigrama posicional</i> .....	70
<b>Figura 15</b> <i>Punto de equilibrio año 1</i> .....	98
<b>Figura 16</b> <i>Punto de equilibrio año 3</i> .....	100
<b>Figura 17</b> <i>Punto de equilibrio año 5</i> .....	102

### **Índice de Anexos**

<b>Anezo 1</b> <i>Formato de encuesta a demandantes</i> .....	10218
<b>Anezo 2</b> <i>Modelo de entrevista a oferentes</i> .....	102
<b>Anezo 3</b> <i>Fuentes de financiamiento</i> .....	1023

## **1. Título**

**Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de agendas artesanales para la ciudad de Loja, provincia de Loja.**

## 2. Resumen

Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de agendas artesanales para la ciudad de Loja, provincia de Loja, se lo realizó con la finalidad de determinar la factibilidad de crear una empresa de agendas artesanales considerando que los productos como las agendas pueden ser una herramienta de organización muy práctica y al ser artesanales pueden ser productos casi únicos y exclusivos. El tipo de investigación es descriptiva para lo cual se utilizaron métodos como: el método deductivo, método inductivo, método estadístico, método analítico; y, aplicando las técnicas de recolección de información mediante encuestas aplicadas a 399 personas pertenecientes a la población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Loja y con entrevista a los oferentes de agendas artesanales.

Con el estudio de mercado se determinó para el año uno una demanda potencial de 74.057 de la PEA, la demanda real de 62.602 y la efectiva de 27.971, con una oferta de 8.484 agendas, con estos datos se determina que el proyecto tiene aceptación en la Ciudad de Loja. En el estudio técnico se determinó que con la capacidad instalada se podría elaborar 116.800 agendas al año de acuerdo al componente tecnológico principal que es una impresora, sin embargo, al ser productos con el proceso productivo hecho a mano únicamente se elaboraran 5.200 agendas por cada año de la vida útil del proyecto, es decir la capacidad utilizada es de 4,45%. El estudio administrativo contiene información de la constitución de la empresa como una empresa unipersonal de responsabilidad limitada constituida bajo la forma de persona natural. Para la puesta en marcha del proyecto se necesita de \$10.546,83 financiado con el 74,44% de aporte del dueño del negocio y el 25,56% mediante un préstamo a un plazo de años a una tasa de interés del 12,26%. La evaluación financiera demostró que la empresa logrará generar flujos de efectivo positivos con indicadores como el VAN con un \$23.560,50; TIR de 82,37%; RBC de 0,19 y con una recuperación de la inversión dentro de la vida útil del proyecto, con respecto al análisis de sensibilidad con incrementos en costos y disminución de ingresos, los valores resultantes son menores a uno por lo que, los cambios en estos dos factores no afectan a la rentabilidad del proyecto, en este contexto, el proyecto es factible y dará resultados favorables en caso de llevarlo a ejecución.

**Palabras clave:** Proyecto de factibilidad, agendas, productos artesanales, estudio financiero.

## **Abstract,**

Feasibility project for the implementation of a company that produces and markets handmade diaries for the city of Loja, province of Loja, was carried out with the purpose of determining the feasibility of creating a handmade diary company, considering that products such as diaries can be a very practical organizational tool and, being handmade, they can be almost unique and exclusive products. The type of research is descriptive, for which methods such as the deductive method, the inductive method, the statistical method, the analytical method were used; and, applying the techniques of collecting information through surveys applied to 399 people belonging to the economically active population (EAP) of the city of Loja and with interviews with the suppliers of handmade diaries.

The market study determined a potential demand of 74,057 of the EAP for year one, a real demand of 62,602 and an effective demand of 27,971, with an offer of 8,484 diaries. With this data it is determined that the project has acceptance in the city of Loja. The technical study determined that with the installed capacity, 116,800 diaries could be made per year according to the main technological component, which is a printer. However, since these are products with a handmade production process, only 5,200 diaries will be made for each year of the project's useful life, in other words, the capacity used is 4.45%. The administrative study contains information on the company's incorporation as a sole proprietorship limited liability company incorporated as a natural person. To start up the project, \$10,546.83 is needed, financed with 74.44% contribution from the business owner and 25.56% through a loan for a period of years at an interest rate of 12.26%. The financial evaluation showed that the company will generate positive cash flows with indicators such as NPV with \$23,560.50; IRR of 82.37%; RBC of 0.19 and with a recovery of the investment within the useful life of the project, with respect to the sensitivity analysis with increases in costs and decreases in income, the resulting values are less than one, therefore, changes in these two factors do not affect the profitability of the project, in this context, the project is feasible and will give favorable results if carried out.

**Keywords:** Feasibility project, agendas, artisanal products, financial study.

### **3. Introducción**

El estudio de factibilidad es importante para conocer la viabilidad y rentabilidad que puede generar un proyecto y poder decidir si se realiza la inversión para llevarlo a ejecución. En el presente trabajo de investigación se plantea la propuesta sobre los estudios necesarios para la implementación de una empresa productora y comercializadora de agendas artesanales, en la ciudad de Loja, Provincia de Loja; considerando que las agendas son herramientas de organización que pueden ser prácticas para mejorar la productividad de las personas que las utilicen y la oferta de estas agendas elaboradas de manera artesanal en la ciudad no es muy elevada y en su mayor parte se realizan bajo pedido lo que hace que no haya un stock en donde las personas puedan elegir.

El presente proyecto de factibilidad se enfoca en la determinación de los recursos necesarios para la elaboración de agendas artesanales ya que las personas buscan productos que tengan un valor agregado en este caso al ser hechas a mano los resultados pueden ser únicos o exclusivos, además de que ayudan a mejorar la productividad en la vida diaria de las personas y les ayuda a organizar sus actividades de trabajo o compromisos del día.

El Trabajo de Integración Curricular se encuentra estructurado en conformidad con lo que establece el artículo 229 del Reglamento de Régimen Académico vigente en la Universidad Nacional de Loja, el mismo que está compuesto de la siguiente manera: Título en donde se identifica el tema de la investigación a realizar; Resumen que es una breve descripción general de las fases principales desarrolladas en el proyecto de trabajo de integración curricular, en idioma español e inglés, además consta de una Introducción que contextualiza la importancia del tema a desarrollar y el aporte que le brinda a la colectividad; Marco Teórico en donde se da a conocer de manera detallada y amplia todo lo referente a la teoría abordada en el proyecto con los antecedentes y conceptos necesarios para la comprensión general del mismo; también se compone de la Metodología donde se señalan principalmente los métodos y técnicas para la recolección de la información, seguido de los resultados los cuales se realizaron en base a la aplicación de las encuestas aplicadas en la Ciudad de Loja con lo que se recolectó información para la comercialización de las agendas artesanales. Discusión en donde se realizó el desarrollo de los distintos estudios necesarios para conocer la factibilidad de todo el proyecto , llevando a cabo el estudio de mercado con el plan de comercialización; el estudio técnico en donde principalmente se establece el tamaño del proyecto y su capacidad de producción junto con los recursos necesarios para llevar a cabo el proceso productivo; el estudio administrativo-legal en donde se establece la forma jurídica

que tomará el proyecto y la estructura organizacional del mismo; el estudio financiero con los presupuestos necesarios en base a los recursos y bienes para iniciar las actividades comerciales y con lo cual se pudo establecer la inversión inicial y determinar el financiamiento adecuado para la inversión y la evaluación financiera en donde se hizo el cálculo de los indicadores que permitían conocer si se acepta o se rechaza el proyecto; Conclusiones y recomendaciones diseñadas en base a los objetivos del proyecto y detallar los resultados obtenidos de la investigación para la toma de decisiones. También está la Bibliografía en donde se reúnen todas las fuentes de información de donde se obtuvo la información para la elaboración del marco teórico y finalmente los anexos en donde está principalmente la documentación que sirve de sustento al trabajo de integración curricular.



## **4. Marco Teórico**

### **Marco referencial**

#### **Antecedentes de investigación**

De acuerdo a Ortiz (2013) en su trabajo titulado “Plan de negocios para una empresa de cuadernos universitarios customizables”, en Santiago de Chile, señala que hay tres factores principales tras la idea de customizar un producto, están las personas, el proceso productivo y el producto, por ello realizó una investigación para ofrecer cuadernos donde las personas puedan seleccionar en cada atributo sus preferencias a partir de sus necesidades y gustos. Como parte de la metodología está analizar las bases del proyecto, realizar el estudio de mercado, analizar y seleccionar los productos a customizar, realizar el estudio técnico, administrativo y financiero.

En base a lo anterior Ortiz concluye que la industria es altamente competitiva, sin embargo, se puede ingresar al mercado a ofrecer una propuesta de valor distinta que satisfagan de manera única a cada persona y que un factor relevante es la estacionalidad del producto ya que hay meses con mayores ventas que otros, a pesar de ello según su evaluación el proyecto es factible.

Por otra parte, como menciona Danert (2023) en su investigación titulada “plan de negocio para un emprendimiento de agendas personalizadas” en la localidad de Banda del Río Salí, provincia de Tucumán, iniciar un negocio puede ser desafiante sin embargo también enriquecedora, al poder encontrar una solución a un problema o necesidad. Al detectar una necesidad insatisfecha en el mercado de productos personalizados se lleva a cabo una investigación con el objetivo de elaborar un plan de negocios que brinde información y guíen en la toma de decisiones que ayude a lograr los objetivos, evaluando su factibilidad y viabilidad, esta investigación es de tipo mixto, para elaborar los distintos estudios del plan de negocios, recopilando datos cuantitativos y cualitativos. Se llevaron a cabo entrevistas con expertos cuestionarios a través de Formularios de Google a clientes actuales y potenciales y revisión documental, con un total de 73 personas como muestra.

Danert (2023) ha podido concluir que se ha elaborado de forma satisfactoria lo que se pretendía inicialmente que era realizar el plan de negocio, llevar a cabo el estudio de mercado y construir de cierta forma el perfil del consumidor, también, con el estudio técnico logró definir de una forma estructurada el proceso productivo y con el estudio financiero y la evaluación se determinó que es un proyecto factible que se puede llevar a cabo.

En otro estudio denominado “Implementación de una empresa productora de cuadernos a base de papel reciclado”, en Guayaquil, Barrigas et al. (2011) se mencionan que hay oportunidades de negocio en la actividad del reciclaje, principalmente como fuente para la elaboración de productos, como los cuadernos con una investigación de tipo mixto, tanto exploratoria como descriptiva, se utilizaron técnicas de recolección de información como entrevistas, encuestas y revisión bibliográfica, la población objeto de estudio son las personas de Guayaquil con una muestra de 200 personas. Posteriormente concluye que la materia prima es de fácil obtención y que el proyecto es factible, puesto que, ante las variaciones negativas, el proyecto no se ve afectado.

Por su parte, Guartasaca et al. (2023) en la investigación denominada “Estudio de costos de producción y venta de libretas ecológicas en la ciudad de Sucúa” mencionan que esta se enfoca en la creación de un producto reutilizable y se emplea una metodología mixta combinando métodos cuantitativos y cualitativos, con técnicas de investigación como la encuesta, para evaluar la aceptación del producto a una muestra de 64 personas, y entrevista a los competidores para comprender el mercado. En esta investigación se concluye que el 83% utilizan libretas medianas por lo que el producto tiene aceptación. Determinaron el proceso de producción y los costos mediante un estudio financiero en donde el costo unitario es de \$3,12 y el precio de venta de \$4,68 dejando una utilidad significativa por cada libreta que se venda.

Finalmente, Salazar (2019), en la investigación denominado “Evaluación financiera para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadernos ecológicos en la ciudad de Loja” menciona que tiene la finalidad de presentar una propuesta de creación de una empresa productora y comercializadora de cuadernos ecológicos de manera artesanal, a base de residuos de planta de plátano. Realizó un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha aplicando técnicas como la encuesta a la comunidad estudiantil del cantón Loja, y la entrevista a los propietarios de seis papelerías para establecer un promedio aproximado de la cantidad de cuadernos que adquieren, además se realizó un estudio técnico, financiero y la evaluación financiera correspondiente.

De la investigación concluye que el estudio de mercado refleja una demanda insatisfecha por lo que hay oportunidad en el mercado, del estudio técnico se estableció el proceso productivo y la necesidad de mano de obra. Con el estudio financiero se establecieron los costos y gasto, así como el monto inicial de inversión, mientras que con la evaluación

financiera se realizaron los cálculos respectivos para constatar que el proyecto es factible. (Salazar, 2019)

Con los estudios analizados de los autores ya mencionados, se puede conocer que la producción de agendas que son productos parecidos a los cuadernos, también pueden tener una gran oportunidad en el mercado, por lo que la presente investigación cuenta con bases fundamentadas para su desarrollo y realizar los estudios necesarios y determinar la factibilidad de implementar el producto en el mercado.

### **Agenda**

Una agenda personal de acuerdo a la Real Academia Española (s.f.) se define como “Libro, cuaderno o dispositivo electrónico en que se apunta, para no olvidarlo, aquello que se ha de hacer” (definición 1).

Una agenda, según Arellano (2024), “es un registro de citas, compromisos y tareas que una persona tiene por realizar. Puede ser física o digital, y puede tener diferentes formatos.” (párr. 1).

### **Importancia de una agenda**

La agenda es un método de organización sencillo que permite a las personas aumentar la productividad ya que es un espacio en donde se puede anotar todas las actividades pendientes, especificando el año, mes, día y hora. Es muy útil y práctica para mantener la información organizada y al utilizar la escritura a mano, se convierten en una herramienta eficaz para recordar, ahorrar tiempo y vaciar la mente de preocupaciones por actividades a realizar (Martín , 2021).

### **Beneficios de tener una agenda**

El uso de una agenda puede brindar algunos beneficios como: organización eficiente, permite asignar el tiempo a cada tarea y priorizar actividades con anticipación, también mejorar la productividad ya que ayuda a evitar la procrastinación, reduce el estrés al proporcionar la sensación de control sobre la vida y responsabilidades, incluso ayuda a cumplir metas permitiendo dividir los objetivos a largo plazo en tareas pequeñas. Fomenta la creatividad, se puede anotar ideas, pensamientos y proyectos creativos; o puede ser diario personal para registrar momentos especiales y recuerdos importantes (Parker, 2024).

### **Características generales de las agendas**

En términos generales las agendas ofrecen una estructura ordenada y limpia, permitiendo que se pueda diferenciar de forma clara cada uno de los apartados, con una tipografía legible, en lo posible sin glifos, degradados o distorsiones, especialmente en las páginas del contenido diario. Así mismo, en el diseño tanto de páginas como de las portadas se debe evitar mezclas poco coherentes de gráficos o elementos que dificulten la escritura y lectura (Martín , 2021).

### **Elección del tipo de agenda.**

Una persona puede elegir una agenda entre diferentes formatos y diseños, sin embargo, se pueden considerar tres factores principales para elegir una agenda para utilizar en el día a día, puede ser: ´

- **Por su contenido:** pueden ser día por página o semana vista.
- **Por su tamaño:** los principales formatos pueden ser en tamaño pequeño A6, tamaño compacto A5 o dependiendo del fabricante ya que hay formatos de agendas en B5 que también son muy utilizadas.
- **Por la encuadernación:** entre los principales tipos de encuadernación están rústica cosida o pegada, espiral plástica, wire-O o grapada (Bañolas, 2018)

Una persona puede tener la información de todos los ámbitos de su vida diaria en una sola agenda y codificarlas por colores o buscar una forma eficaz para diferenciarlas o, por otra parte, puede tener una agenda dependiendo de sus necesidades o según como desee priorizar cada uno de los ámbitos de su vida diaria ya que las agendas pueden tener distintas aplicaciones, puede ser una agenda para uso personal, agenda de trabajo o agenda escolar (Martín , 2021).

### **Historia de las agendas**

Las primeras agendas pueden considerarse un resultado evolutivo de los calendarios por lo que ambos están estrechamente relacionados. El calendario puede ser el ancestro probable de la agenda ya que a lo largo de la historia este ha evolucionado, Para el año 2013 , investigadores descubrieron el calendario mas antigua que se ha conocido que es el calendario de Aberdeenshire (Escocia) que data del 8.000 a.C, este es un monumento del moniolítico compuesto por doce piedras para medir el tiempo en base a las fases de la luna y el sol (Tirado, 2020).

De acuerdo a los datos de la historia posteriormente se dio origen a los calendarios sumerios y babilonios, los sumerios fueron quienes dividieron el año en doce ciclos lunares para que, más tarde, los babilonios establecieran el día en 24 horas y la hora en 60 minutos. Con el pasar de los años se fueron dando una serie de transformaciones al calendario hasta que en 1582 bajo el papado de Gregorio XIII se estableció el calendario por el que nos regimos hoy en día (Tirado, 2020).

Con el pasar del tiempo, las formas de organización han ido cambiando y estas han venido apoyándose en lo que es el calendario para realizar actividades. Así mismo con la revolución industrial y el ferrocarril las ventajas aumentaron y se acortaron los tiempos y las distancias a tal punto que se empezó a “agendar” las actividades en días o semanas, esto continuó en mejoras a tal punto que en la actualidad la agenda con su formato nace para dar respuesta a los requerimientos de las personas. Según continuó avanzando el tiempo se empezaron a editar para que cuenten con espacio para notas diarias. (Tirado, 2020).

En la actualidad es complicado decir la fecha exacta en la que apareció la agenda tal y como se la conoce hoy en día, sin embargo, se pueden señalar algunas agendas como la agenda comercial norteamericana que data de finales del XVIII, otra que se puede señalar es la agenda francesa que existió a principios del XIX y que surgió con la finalidad de plasmar las actividades diarias que cada persona debe cumplir e su rutina, esta última se combinaba con un cuaderno de notas. A pesar de todo esto, lo que si se conoce es que la agenda desde mediados del XIX y en el siglo XX empieza a ser un elemento esencial en oficinas y hogares. (Tirado, 2020)

Para el siglo XIX, las agendas empezaron a popularizarse por su tamaño compacto y formato práctico, denominándose “libro de cuentas” o “diario de bolsillo”. Sin embargo, con la llegada de la era digital también se conocieron las agendas electrónicas y aplicaciones para dispositivos móviles. A pesar de ello, aún hay personas que prefieren las agendas físicas o tradicionales por distintas razones para usarlas como principal método de organización. (DIBRETI, 2022)

### **Proceso artesanal**

Comúnmente al pensar en un proceso artesanal se confunde con únicamente utilizar las manos para elaborar un determinado producto cuando no es así, según Puentes (2021):

El proceso o producción artesanal es aquel mediante el cual se fabrican objetos de forma manual o a través de herramientas y maquinarias simples, sin utilizar tecnologías o procesos industriales. (...) en realidad los procesos artesanales no son exclusivamente ancestrales o tradicionales, como es el caso de algunas manualidades que evolucionan gracias a nuevas técnicas y herramientas. (párr. 4-5)

### **Oportunidad de negocio en productos artesanales**

Los negocios que se caracterizan por producir y vender artículos elaborados a mano pueden obtener algunos beneficios al ofrecer productos auténticos, que tengan valor agregado y sean considerados exclusivos ya que al ser elaborados uno por uno pueden tener acabados únicos, por lo que los negocios artesanales se han vuelto parte de las nuevas tendencias y pertenecen a un mercado en apogeo (Martinez, 2023).

Hay por hoy estamos en plena industrialización de procesos y cada vez la oferta de diversos productos se hace más extensa al punto de llegar a ver productos que parecían difíciles de materializarse al alcance de los consumidores, de igual forma es cierto que los mismos consumidores son quienes buscan cada vez más productos exclusivos. Desde la revolución industrial se ha ido avanzando en habilidades y conocimientos para crear una mayor cantidad de productos en el menor tiempo posible y se ha buscado reducir costos para ofrecer estos productos a un precio más bajo. Sin embargo, aún hay personas que buscan lo único y exclusivo, aunque esto no sea sinónimo de asequible (Martinez, 2023).

### **Encuadernación con anillado metálico (Wire-O) en agendas**

El anillado metálico o en inglés wire-O es un alambre doble que se introduce por un extremo del lateral del producto hasta el otro extremo, puede tener varias medias y hay una variedad de colores, Además, es un tipo de encuadernaciones muy habitual, y permite agrupar gran cantidad de hojas mediante un proceso sencillo en donde se debe perforar la cantidad de hojas deseada y posteriormente elegir la medida adecuada de wire-O para proceder a cerrarlo sobre sí mismo. Este producto ofrecer muchas ventajas gran durabilidad y flexibilidad en el terminado del producto como las agendas (Carnero, 2021).

### **Definición de empresa**

Según Estupiñan (2020), una empresa es:

La persona natural o jurídica, pública o privada, lucrativa o no lucrativa, que asume la iniciativa, decisión, innovación y riesgo para coordinar los factores de la producción

en la forma más ventajosa para producir y /o distribuir bienes y /o servicios que satisfagan las necesidades humanas y, por ende, a la sociedad en general. Las empresas se pueden clasificar por el origen de la inversión, su objeto social, los productos, su tamaño, el tipo de sociedad, la persona natural y el sector económico. (p. 36)

Por otra parte, con respecto a la definición de empresa, se manifiesta según Paolini y Odriozola (2019):

La palabra “empresa” deviene de emprendimiento (del francés entrepreneur: emprendedor). Una empresa (emprendimiento) está asociada al desarrollo de un proyecto o acción determinados asumiendo un riesgo. Para su conformación entonces, se requiere que una o varias personas inviertan su capital en una actividad productiva, comercial o de servicios asumiendo un riesgo. (p. 13)

### **Fundamentos teóricos.**

#### **Definición de proyecto**

Un proyecto surge de una idea que se quiere desarrollar a futuro en donde se quiere resolver una problemática. Según Quezada et al. (2020):

Un proyecto está asociado a una idea, a una oportunidad, a una inversión que debe ser desarrollada en un contexto de emprendimiento y riesgo. Esto significa que la noción de proyectos es el desarrollo de una serie de actividades planificadas que propenden a la óptima utilización de los recursos en procura de lograr un objetivo. (p. 22)

#### **Proyecto de factibilidad**

Un proyecto de factibilidad puede ayudar al futuro inversionista o futuros inversionistas a tomar una decisión en base a la información recopilada y analizada sobre si es factible llevarlo a cabo o no. Según Cevallos (2019):

La preparación y evaluación del proyecto es un instrumento de gran utilidad empleado para la asignación de los recursos en la iniciativa de la presente inversión. Se busca recopilar, crear y analizar en forma sistemática un conjunto de antecedentes económicos que permitan juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos. (p. 379)

#### **Ciclo de vida de los proyectos**

Entre las fases a desarrollar para llevar a cabo un proyecto están: pre-inversión, inversión y operación. La etapa de pre inversión está compuesta por el perfil, la pre-factibilidad y factibilidad. En el perfil se identifican las características del entorno de un proyecto; en la pre-factibilidad, se realiza el estudio de mercado, el estudio técnico, estudio administrativo, el estudio financiero y evaluación financiera; para la factibilidad las entidades que financian el proyecto revisan con detalle el documento y se actualiza información en caso de ser necesario (Carrillo et al., 2019).

### **Estudio de mercado**

El conocimiento del mercado es clave y se lo puede llevar a cabo para saber si un proyecto será rentable o no, es decir, se determina si las condiciones de mercado son favorables o no se debe llevar a cabo el proyecto. A partir del análisis de la oferta y la demanda se puede determinar la cantidad de productos que se lleguen a oferta, determinar su precio entre otros datos importantes de la comercialización (Quezada et al., 2020)

### **Mercado**

Es el espacio en donde interactúan, por un lado los compradores que sienten una necesidad y tienen requerimientos especiales o simplemente deseos específicos que quieren satisfacer, adquiriendo productos por voluntad propia de participar en el intercambio con la otra parte, que vienen a ser los vendedores, quienes son los que ofrecen los productos ya sea por necesidad o por distintas razones; el mercado puede ser real de forma presencial o llevarse a cabo por medios como internet (Díaz et al., 2022).

### **Segmentación de mercado**

En lo referente a la segmentación de mercado se trata de identificar el conjunto de personas al que la empresa o negocio pretende ofrecer sus productos y para los cuales va a desarrollar estrategias y dedicar sus esfuerzos comerciales y llegar al consumidor. Este conjunto de personas pueden tener características específicas o separarse por variables geográficas, demográficas, conductuales, entre otras (Carrillo et al., 2019).

### **Demanda**

La demanda se refiere a la cantidad de bienes o servicios que los consumidores o compradores están dispuestos, pueden o desean adquirir a distintos precios durante un periodo de tiempo, basándose en factores como gustos, preferencias, cambio climático, ingresos, entre otros (Díaz et al., 2022).



## **Oferta**

La oferta es aquella cantidad de productos que los fabricantes o productores están dispuestos a elaborar para colocarlos en el mercado y estos sean adquiridos por los demandantes a un determinado precio, en un lugar y tiempo específico (Díaz et al., 2022).

## **Plan de comercialización**

El plan de comercialización engloba algunos factores importantes para que los comerciantes puedan acercar sus productos a los consumidores en donde se establece el precio que tendrá el bien o servicio, se determina la forma y los canales de comercialización que faciliten la distribución del producto y facilitar el intercambio comercial; también se identifican los medios y las estrategias para dar a conocer el producto y posicionar la marca en la mente del consumidor, en sí se toma en cuenta las preferencias y gustos del mercado objetivo para que el producto cumpla con las expectativas de los clientes finales (Carrillo et al., 2019)

### **Producto:**

En cuanto al producto que se pretende ofrecer en un futuro a los clientes se describe de la siguiente manera, los productos son bienes o servicios que serán producidos y entregados en el mercado, los bienes son productos tangibles que los consumidores pueden transportar o almacenar y están sujetos a desgastarse por su uso y pueden o no requerir mantenimiento, mientras que los servicios son productos intangibles que el consumidor no puede almacenar o transportar y que son consumidos a través de una interacción directa con los proveedores del mismo.

### **Precio:**

Se refiere a la cantidad de recursos económicos que los consumidores pagan por un bien o servicio ofertado, el precio varía dependiendo del oferente y puede estar determinado por factores como el segmento de mercado al que se dirige el bien o servicio, en base a costos de producción, en base a la competencia, entre otros (Carrillo et al., 2019).

### **Distribución o plazas:**

Son aquellos que funcionan como medios a través de los cuales las empresas o negocios pueden hacer llegar el producto a los consumidores o al segmento de mercado objetivo, actualmente los canales de distribución pueden ser reales o virtuales ya que se ha

implementado el internet en los últimos tiempos como medio para llegar a los clientes (Carrillo et al., 2019)

### **Promoción:**

La promoción se relaciona con los medios para comunicar o informar sobre el proyecto al segmento de mercado objetivo dar a conocer el concepto o mensaje que la marca o empresa quiere posicionar en la mente de los consumidores, mediante el uso de plataformas que son las más utilizadas por este mismo mercado objetivo para informarse. (Carrillo et al., 2019)

### **Estudio técnico**

Se realiza el diseño de cómo se producirá lo que se pretende ofertar al mercado, una idea puede ser elegida por varias razones, se conoce cómo hacerlo, se puede investigar el proceso de elaboración o por gusto y preferencia; en este estudio se define localización, maquinaria, personal necesario, materias primas describiendo el proceso productivo de lo que se va a utilizar para producir y vender el producto final (Quezada et al., 2020)

### **Tamaño de proyecto**

Se relaciona principalmente con el espacio o superficie que tiene la planta donde se va a realizar la actividad comercial, así como con la capacidad de producción y almacenamiento que se disponga. En esta superficie deben estar todas las áreas necesarias para cumplir con las actividades operativas. La capacidad de producción de un negocio debe ser coherente con la demanda prevista y establecerse un tiempo determinado para que se pueda calcular de mejor manera y evitar desperdicio de la capacidad disponible (González y Blanco, 2022)

### **Capacidad instalada**

La capacidad instalada corresponde a las especificaciones técnicas con las que cuenta un maquinaria o construcción desde su diseño o fabricación, está por lo general es mayor a la producción efectiva y en términos generales la capacidad instalada es el potencial de producción máximo que se tiene en una empresa durante un periodo de tiempo específico y teniendo en cuenta los recursos disponibles (Cevallos et al., 2022).

### **Capacidad utilizada**

La capacidad utilizada hace referencia a la parte o porcentaje de la capacidad instalada que realmente se llega a utilizar de la maquinaria, equipos o instalaciones en el proyecto, también denominada capacidad real. (Cevallos et al., 2022)

### **Localización del proyecto**

Sin importar el tamaño de la empresa a implementar, se debe analizar todas las facetas y las variables a afrontar, la localización se relaciona con la distribución, comercialización y venta de los productos por lo que es un factor que puede llegar a considerarse como ventaja competitiva, además de que los inversionistas también toman sus decisiones en función de la localización del proyecto (Elías et al., 2021).

#### **Macro localización:**

Para la macro localización de un proyecto se deben tomar en cuenta varios factores como la disponibilidad de la infraestructura, las políticas gubernamentales, el transporte, consumidores entre otros. Para elegir la macro localización se debe decidir si es mejor ubicar la futura empresa en donde se encuentran los compradores o la materia prima, la decisión se puede tomar luego de realizar un análisis de costos (González y Blanco, 2022).

#### **Micro localización:**

La micro localización se refiere al terreno donde se implementará la futura empresa, por lo que el lugar debe responder a las necesidades de producción y de administración. Para decidir sobre el lugar de ubicación se deben tomar en cuenta aspectos como: accesos al predio, disponibilidad de servicios básicos, instalaciones para ubicar maquinaria y equipo, espacio para el flujo de materia prima y de ser posible espacio para futuro desarrollo (González y Blanco, 2022).

### **Ingeniería del proyecto**

La ingeniería de un proyecto se refiere a la tecnología que se debe utilizar para llevar a cabo el proceso productivo y obtener el producto terminado, por lo que este apartado del estudio técnico se analizan aspectos como la distribución de planta, el proceso de producción y el flujograma de proceso. (Cevallos et al., 2022)

#### **Distribución de planta**

En lo que se refiere a la distribución de planta se analiza la distribución interna de los diferentes recursos que intervienen en el proceso de producción en donde se deben considerar:

la secuencia de operaciones, la capacidad instalada de cada máquina y equipos, espacio de abastecimiento de la materia prima, espacio de almacenamiento de productos terminados, espacio de circulación de materiales, espacio de circulación de personas y el estudio de los tiempos y movimientos. (Cevallos et al., 2022)

### **Proceso de producción**

En esta parte del proyecto principalmente se describe el proceso que se debe llevar a cabo para tratar de estandarizar la transformación de los insumos en productos, es decir, se describe el flujo de actividades para elaborar el producto o para la prestación de un servicio según corresponda la finalidad del proyecto. Esta descripción debe ser de forma secuencial en donde se incluyen las operaciones, el uso de equipos, insumos y materiales o el requerimiento de la mano de obra hasta llegar al paso final para obtener el producto terminado. (Cevallos et al., 2022)

### **Flujograma de proceso**

Un diagrama de flujo del proceso se refiere a la representación gráfica del proceso con detalles como las actividades a desarrollar, el tiempo requerido; se identifican los eventos en lo que se debe tomar decisiones y se indica si el proceso cumple con ciertas características puede continuar, sino el proceso retrocede al paso en el que se deban realizar las rectificaciones y una vez que se cumpla con lo requerido se pueda continuar. (Carrillo et al., 2019)

### **Estudio Administrativo y Legal**

En lo referente al estudio administrativo y legal se tiene por una parte los aspectos administrativos en donde se requiere planificar la estructura organizacional, delimitar funciones, establecer la filosofía empresarial. Y por otra parte están los aspectos legales en donde se debe realizar un estudio de las normativas vigentes, elección de la forma jurídica, entre otros. (Carrillo et al., 2019)

### **Aspectos legales**

Para llevar a cabo el estudio legal de un proyecto se debe tomar en cuenta los aspectos legales, es decir, considerar la normativa legal vigente en la localización en donde se desarrollará el proyecto, Para determinar la viabilidad legal del proyecto se debe determinar la existencia de restricciones que puedan ser obstáculos y que en el presente o futuro puedan

afectar la realización de la inversión por lo que se debe realizar un estudio de la normatividad nacional (Elías et al., 2021).

### **Aspectos Administrativos**

En lo referente a los aspectos administrativos, en todo proyecto se debe planificar en forma detallada la estructura, identificando cada nivel y delimitar las funciones de cada colaborador, así mismo se debe formular la visión, misión y valores organizacionales para el desempeño eficiente de una empresa. (Carrillo et al., 2019)

### **Estructura organizativa**

Se establece la distribución de las funciones de los colaboradores y los departamentos que conformarán el proyecto, con la finalidad de identificar las líneas de mando, colaboración entre colaboradores y departamentos para llevar a cabo cada una de las actividades. (Carrillo et al., 2019)

**Organigrama estructural:** Para realizar un organigrama estructural, de acuerdo a Carrillo et al. (2019) se debe tener en cuenta que en esta representación gráfica se identificarán:

- **Departamentos:** Se refiere a la agrupación de cargos que comparten objetivos comunes y que tienen autonomía limitada.
- **Cargo:** Es el conjunto de funciones con un objetivo específico y que puede ser desempeñado por una o varias personas dependiendo de las plazas que existan con dicho cargo.
- **Plaza:** Se refiere al número de puestos de trabajo disponibles para un cargo.
- **Puesto de trabajo:** se refiere a al espacio físico en el cual el colaborador desempeña sus funciones
- **Línea de mando:** Se refiere a la relación de autoridad, es decir, como se dan las ordenes dentro de la estructura orgánica del proyecto (Carrillo et al., 2019)

También está el organigrama funcional en donde se establecen las principales funciones de cada uno de los departamentos y también está el organigrama posicional en donde se establece la remuneración de cada cargo con el nombre del mismo y la persona que ocupa ese lugar dentro de la organización (Carrillo et al., 2019)

### **Manual de funciones**

Los manuales de funciones son de gran importancia en las empresas puesto que son documentos que pueden direccionar a los colaboradores de una empresa en lo referente a sus actividades y funciones de acuerdo a su cargo con la finalidad de que cada persona conozca y tenga claras sus responsabilidades. Con esto se puede evitar la duplicidad de labores y la pérdida de tiempo, así como ser una herramienta para generar el buen ambiente laboral en donde haya uniformidad y trabajo cooperativo principalmente (Rincón , 2023)

### **Estudio financiero**

El estudio financiero ayuda a calcular los indicadores de rentabilidad y con ello reducir la incertidumbre de los inversionistas o futuros inversionistas, se compone de los datos obtenidos en los estudios anteriores, en el caso del estudio de mercado, su información sirve para la estimación de los ingresos, mientras que en los estudios técnico y administrativos se puede obtener información para calcular los costos y gastos que implicará el proyecto a implementarse (Carrillo et al., 2019).

### **Presupuesto**

Es donde se estima los costos totales de un proyecto y prevé los ingresos que permitirán cubrirlos puesto que en él se detallan todos los recursos, su estructuración también permite tomar decisiones en cuentas al recorte de gastos o la optimización de recursos. Se pueden realizar proyecciones para el tiempo de vida útil del proyecto e identificar los resultados esperados en dio período de tiempo a partir de los datos iniciales. (Carrillo et al., 2019)

### **Inversión**

La inversión es la parte de recursos económicos representados por la cantidad o el monto de dinero que se debe sacrificar para llevar a cabo o poner en ejecución un determinado proyecto que se esté evaluando (Virreira, 2020)

### **Presupuestos de inversiones**

Se refiere al presupuesto estimado de adquirentes de bienes de capital que son requeridos para poder llevar a cabo las actividades operativas de la empresa desde que inicia sus actividades en el caso de ser un nuevo proyecto, se compone de activos fijos, depreciaciones, amortizaciones y capital de trabajo (Carrillo et al., 2019).

### **Inversiones en activo fijo**

Son todos aquellos activos que se adquieren los cuales son tangibles como por ejemplo equipos, maquinaria, muebles, terrenos, construcciones, entre otros; los cuales son necesarios para llevar a cabo las actividades operativas de la empresa y se puedan producir los bienes o servicios que se van a ofrecer en el mercado. Estas inversiones están sujetas a desgaste por el uso por lo que son depreciados con excepción de las inversiones en terrenos. (Virreira, 2020)

### **Inversión en activo diferido o intangibles**

Son las inversiones que engloban los activos intangibles como, por ejemplo, los gastos pre operativos, intereses pre operativos, estudios preliminares, permisos, entre otros que se necesiten para llevar a cabo la ejecución del proyecto. Estas inversiones son las que se realizan antes de iniciar la etapa operativa y que en el futuro serán descontados de los ingresos, principalmente para efectos tributarios (Virreira, 2020)

### **Inversiones en capital de trabajo**

Son aquellas que se necesitan para iniciar y llevar a cabo las actividades operativas de una empresa, estas inversiones se realizar sobre los recursos necesarios para producir los bienes o servicios y tiene relación directa con las ventas, es decir, si las ventas aumentan también lo hace la inversión en capital de trabajo y viceversa. (Virreira, 2020)

### **Depreciaciones**

Las depreciaciones son las reducciones del valor de un activo fijo a lo largo de su vida útil, y es uno de los tipos de gastos en los que no son salidas de efectivo. Cada activo fijo tiene una cantidad de años de vida útil, sin embargo, independientemente de la cantidad de años se debe reconocer la depreciación de los activos fijos en la planificación de un proyecto, estas depreciaciones constan en los estados de resultados. Si un bien ya ha cumplido con su vida útil y aún es productivo puede seguirse utilizando (Izaguirre et al., 2020).

**Método de línea recta:** Según Izaguirre et al. (2020) “uno de los métodos para calcular las depreciaciones es el método de línea recta” su fórmula se muestra a continuación:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor activo}}{\text{Vida útil}}$$

### **Amortizaciones**

Las amortizaciones se refieren al abono que se hace al capital de una operación financiera y es básicamente el nombre que se pone a la operación financiera en donde se calcula la diferencia entre una cuota pagada por un crédito y el interés que se generó a partir del mismo (Izaguirre et al., 2020).

**Tabla 1**

*Estructura de tabla de amortización*

# cuota	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
Indicador del número de cuota	Pago constante Inicia en el período 1.	Resulta de multiplicar la tasa por el saldo pendiente (fila anterior)	Resulta de la resta de la cuota y el interés	Constituye el capital no pagado. Es el saldo anterior menos la amortización

*Nota:* Información obtenida del libro Finanzas para no financieros (Izaguirre et al., 2020)

### **Financiamiento:**

Para llevar a cabo un proyecto de inversión también se debe tomar en cuenta el financiamiento del mismo para ponerlo en marcha, se refiere a la manera o forma en la que el inversionista pretende obtener los recursos económicos necesarios y de cuales serán las fuentes de financiación que empleará ya sean como capital propio, inversionistas, la banca, entre otros y el monto o porcentaje de participación de cada uno (Cevallos Á. , 2019)

### **Presupuesto de ingresos**

Para estructurar el presupuesto de ingresos se parte de los datos obtenidos en el estudio de mercado ya que en este estudio se establece el porcentaje esperado de participación que se tendrá en el mercado y se puede estimar las ventas que se tendrá. Al final del presupuesto se puede resumir los ingresos esperados para cada año (Carrillo et al., 2019).

### **Presupuesto de egresos**

Para estructurar el presupuesto de egresos también se parte de datos obtenidos en el estudio de mercado, con esto se procede a realizar el presupuesto de costos indirectos, los costos indirectos unitarios y costear la mano de obra identificando el cargo, número de plazas del mismo y el salario por trabajador incluyendo beneficios sociales (Carrillo et al., 2019).



## **Presupuesto de gastos**

El presupuesto de gastos está compuesto por los gastos administrativos, gastos financieros y gastos de ventas. Los gastos administrativos se refieren a las salidas monetarias para solventar el pago de personal administrativo, directivos y de apoyo; los gastos financieros son todos aquellos que se destinan para cubrir las cuotas de préstamos o deudas financieras; los gastos de ventas engloban todo aquello relacionado a la promoción y publicidad destinadas al posicionamiento de la marca (Carrillo et al., 2019).

## **Punto de equilibrio:**

En materia empresarial el punto de equilibrio se refiere básicamente al momento en el que los ingresos y los costos de una empresa son iguales por lo tanto no se obtendrá ninguna utilidad, pero tampoco habrá pérdida. Con el cálculo del punto de equilibrio se puede evidenciar como los cambios en los ingresos o en los costos por la variación en el volumen de las ventas pueden afectar positivamente, generando utilidades, o negativamente, generando pérdidas, a la empresa (Aguirre, 2021).

## **Estado de resultados**

El estado de resultados es un instrumento de gran valor en las empresas puesto que muestra de forma detallada la situación de la empresa en un determinado periodo de tiempo al ser un estado financiero puede mostrar la situación de la empresa expresados en términos de ingresos y egresos. (Cevallos Á. , 2019)

El esquema de resultado es:

- (1) Ingresos por ventas.
- (2) Costo de producción.
- (3) = (1) – (2) Utilidad bruta.
- (4) Gastos operacionales.
- (5) = (3)-(4) Utilidad operacional.
- (6) Gastos financieros.
- (7) = (5) – (6) Utilidad antes del impuesto.
- (8) Impuestos.

(9) = (7)- (8) Utilidad neta del ejercicio.

### **Evaluación financiera**

Para llevar a cabo la evaluación financiera de un proyecto se realiza el cálculo de los indicadores de rentabilidad, que son parámetros de referencia para determinar la eficiencia de la empresa al usar sus activos y calcular las utilidades que se obtendrán en relación a la inversión inicial. (Carrillo et al., 2019).

### **Flujo de caja**

El flujo de caja permite conocer la cantidad de ingresos y egresos de forma anticipada a un determinado tiempo de vida útil de un proyecto, este se compone de la suma de tres componentes como son: primeramente, las inversiones en activos fijos, las inversiones en activos intangibles y las inversiones realizadas en capital de trabajo (Virreira, 2020).

### **Valor Actual Neto (VAN)**

Es uno de los componentes de la evaluación financiera y de gran importancia para conocer la viabilidad de un proyecto y tomar una decisión sobre su futura ejecución. Es aquel valor monetario que surge como resultado de la suma de los flujos descontados a la inversión inicial del proyecto, este método del Valor Actual Neto, se cataloga como una de las técnicas de evaluación financiera más utilizadas para la evaluación de un proyecto de inversión, por dos razones principales una de ellas es la relación con el cálculo de los ingresos y egresos a futuro traídos a valores presentes, es decir, permite obtener datos y con ello evidenciar si los ingresos son mayores a los egresos y la segunda razón es por su sencillez en la aplicación del mismo (Cevallos Á. , 2019).

### **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Tasa interna de retorno se denomina a aquella que igual al valor actual neto a cero, en un determinado proyecto de inversión, por ello se realizan los cálculos respectivos para determinar si es favorable o no al compararla con la tasa mínima de rendimiento requerida o conocida también como la tasa de descuento (Sarmiento et al., 2022).

Para calcular este indicador se puede utilizar la siguiente fórmula:

$$TIR = tn + (tm - tn) \left[ \frac{(VAN+)}{(VAN+) - (VAN-)} \right]$$

Donde:

tn=tasa de descuento menor

tm= tasa de descuento mayor

VAN+= Valor Actual Neto positivo

VAN-= Valor Actual Neto negativo

Para poder interpretar la TIR se debe tomar en cuenta la tasa de descuento establecida previamente; por lo tanto:

Si  $TIR > TD$  se acepta realizar la inversión

Si  $TIR = TD$  es indiferente

Si  $TIR < TD$  se rechaza realizar la inversión

### **Relación beneficio-costo**

Se refiere a la relación que existe entre el valor presente y los beneficios y costos asociados al proyecto en ejecución, con el cálculo de este indicador se puede realizar la comparación entre los flujos positivos, es decir ingresos o beneficios, y los negativos como los gastos, para determinar que la relación es conveniente cuando el resultado de la operación es superior a la unidad y se puede evidenciar que los ingresos son mayores a los gastos (Sarmiento et al., 2022).

Se puede calcular este indicador con la siguiente fórmula:

$$RBC = \left( \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Costos actualizados}} \right) - 1$$

De acuerdo a los resultados se puede interpretar de la siguiente manera:

Si la relación ingresos / costos  $> 1$  el proyecto es rentable

Si la relación ingresos / costos  $< 1$  el proyecto no es rentable

Si la relación ingresos / costos  $= 1$  el proyecto no es indiferente

### **Período de recuperación de la inversión**

Este indicador sobre el periodo de recuperación de capital mide el tiempo en el cual se recuperará la inversión en su totalidad mediante su cálculo, siempre tomando en cuenta el valor del dinero en el tiempo. El periodo se determina en base a la recuperación de la

inversión total, es decir, cuando se hacen los cálculos respectivos y el resultado es cero se puede considerar el final del periodo de tiempo (Virreira, 2020).

EL indicador da como resultado el número de periodos de acuerdo se haya dividido el proyecto que deben transcurrir para que los fondos que se generen sean iguales a la inversión inicial del proyecto en ejecución y básicamente, dicho de otra manera, se encarga de medir la liquidez que tiene el proyecto (Ibáñez et al., 2018)

Se puede calcular este indicador con la siguiente fórmula:

$$PRI = \text{Período último Flujo N. Acum.} + \left[ \frac{\text{Valor absoluto del último FNA negativo}}{\text{Valor del flujo neto en el siguiente período}} \right]$$

### **Análisis de sensibilidad**

En un proyecto de inversión se calcula este indicador para conocer el riesgo en la inversión, este indicador es el análisis de riesgo más básico que se puede realizar, ayuda a conocer cómo cambia el Valor Actual Neto del proyecto cuando varía o cambia el valor de una sola variable a la vez ya puede ser un cambio en los ingresos o un cambio en los costos mientras lo demás es constante, es decir, los valores de las demás variables permanecen igual (Virreira, 2020)

Para realizar el cálculo del análisis de sensibilidad se lo puede hacer de forma manual o utilizando un software, indistintamente del método se debe tomar en cuenta algunos criterios para tomar una decisión final (Virreira, 2020).

Si el coeficiente es mayor que 1 el proyecto es sensible lo que quiere decir que el cambio de una variable puede reducir la rentabilidad o anularla.

Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible lo que quiere decir que el cambio de una variable no afecta la rentabilidad.

Si el coeficiente es igual a 1 no hay influencia sobre el proyecto (Virreira, 2020)

## 5. Metodología

### Área de estudio

La investigación se llevó a cabo en la ciudad de Loja que es la cabecera cantonal del cantón Loja, en la provincia de Loja. La ciudad de Loja cuenta con una población económicamente activa de 103 436 personas para el año 2022 según como consta en la página del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022) en el censo realizado en el año 2022.

### Figura 1

#### Área de estudio



*Nota:* Imagen obtenida de Google Maps

### Tipo de investigación

La investigación llevada a cabo es una investigación descriptiva. Debido a que se trató de la recopilación de información para la elaboración de un proyecto de factibilidad, para la creación de una empresa productora y comercializadora de agendas artesanales en la ciudad de Loja, provincia de Loja, por lo que se partió con la fundamentación teórica, utilizando fuentes de información de distintos autores, lo que permitió conseguir información acerca del tema de estudio, analizarla y organizar de forma sistemática los aspectos considerados como relevantes para la realización del proyecto.

### Enfoque de investigación

El enfoque de investigación que tuvo el proyecto fue mixto que, ya que se utilizaron métodos cualitativos y cuantitativos, con la finalidad de obtener información más completa y con esto se pudo realizar cada uno de los estudios cumplir con los objetivos planteados.

### **Métodos**

A continuación, se detallan los métodos que fueron utilizados para llevar a cabo el presente proyecto:

#### **Método deductivo**

Con este método se pudo revisar las fuentes de información de distintos referentes teóricos acerca de lo que conlleva la formulación y evaluación de proyectos y obtener información sobre el estudio de mercado, técnico legal, económico y la evaluación financiera, información que fue recopilada de manera general y en lo posterior fue aplicada de forma particular al sector objeto de estudio, De igual manera se pudo obtener datos de la población económicamente activa de Loja con lo que se pudo establecer el tamaño de la muestra.

#### **Método inductivo**

Con este método se pudo analizar la información recopilada a través de las encuestas que ayudaron a dar forma y establecer el estudio de mercado y el estudio financiero, al poder establecer la relación entre las preferencias de los posibles consumidores con la teoría anteriormente investigada.

#### **Método estadístico**

A través del método estadístico se lo utilizó para detallar los resultados con cifras y porcentajes obtenidos a través de la aplicación de la encuesta y se realizaron las respectivas inferencias o generalizaciones de las preferencias de la población a partir de la muestra,

#### **Método analítico:**

Se utilizó el método analítico al realizar la investigación correspondiente para buscar información de cada uno de los estudios y poderlos llevar a cabo en cada una de sus partes.

#### **Técnicas de investigación:**

Las técnicas que fueron aplicadas para la elaboración del proyecto fueron:

#### **Encuestas:**

Esta técnica ayudó a la recopilación de información y con ello se realizaron los distintos estudios que forman parte del proyecto, se aplicaron encuestas con preguntas cerradas a personas de la población económicamente activa de la ciudad de Loja.

### **Entrevista:**

A través de la entrevista se pudo recopilar la información de los oferentes de agendas artesanales en la ciudad de Loja, se investiga sobre el promedio de ventas mensuales en temporada baja y alta, el precio, características de las agendas que comercializan. La selección de la muestra a entrevistar se realizó mediante el muestreo por conveniencia, ya que se seleccionó a 12 oferentes que se dedican a la producción y comercialización de agendas entre todos los oferentes de productos de encuadernación o artesanías, puesto que muchos de ellos ofrecen otros tipos de productos diferentes a las agendas.

### **Recolección bibliográfica**

Se aplicó esta técnica en la revisión de estudios anteriores, buscando bibliografía física y a través de internet, con lo que se pudo sustentar el marco teórico de la investigación y a la vez sustentar los temas que se plantearon en los objetivos de investigación.

### **Población:**

La población tomada en cuenta para la realización del proyecto de factibilidad fue la Población Económicamente Activa de la ciudad de Loja.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022), en la página oficial del censo realizado para el año 2022 la PEA en el cantón Loja es de 103.436 personas, a partir de las cuales se obtuvo la proyección de la población para el año 2024 con su respectiva tasa de crecimiento que es del 1,37%.

### **Proyección de la población para el año 2024**

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

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

$$Pf = 103.436(1 + 0.0137)^2$$

$$Pf = 106.290 \text{ Personas de la PEA para el año 2024}$$

En donde:

Pf: población para el año 2024

Po: Población inicial (2022)

i: Tasa de crecimiento

n: Periodos transcurridos

**Muestra:**

A partir de la población se extrajo una muestra representativa y se aplicaron las encuestas de forma aleatoria. Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

Fórmula:

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

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{106.290}{1 + 106.290 (0.05)^2} = \frac{106.290}{1 + 265,73}$$

$$n = \frac{106.290}{266,73} = 399 \text{ encuestas}$$



## 6. Resultados

Se aplicaron un total de 399 encuestas en la Ciudad de Loja a personas que pertenecen a la población económicamente activa de la ciudad (PEA) con la finalidad de conocer los gustos y preferencias relacionadas con el producto.

### **Análisis de los resultados de las encuestas a demandantes.**

En la tabla 2, se muestra los resultados de las personas que han adquirido una agenda para organizarse.

**Tabla 2**

*Demanda potencial*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	278	69,67%
No	121	30,33%
Total	399	100,00%

*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

De los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada, el 70% de la muestra de estudio si ha adquirido al menos una vez una agenda para poder organizar sus actividades, por lo que los datos indican que el empleo del producto está representado por un alto porcentaje de la población. Con estos datos se puede obtener la demanda potencial de producto.

En la tabla 3, se muestran los resultados de las personas que alguna vez han adquirido una agenda artesanal.

**Tabla 3**

*Demanda real*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	235	84,53%
No	43	15,47%
Total	278	100,00%

*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta aplicada se puede observar que 235 personas encuestadas han adquirido alguna vez una agenda elaborada artesanalmente, es

decir en donde se ha involucrado un proceso elaborado a mano, lo que representa un 85%, con estos datos se puede calcular la demanda real del producto.

En la tabla 4, se muestran los resultados del consumo anual del producto entre las personas encuestadas con lo cual se puede calcular el consumo anual por persona del producto.

**Tabla 4**

*Consumo anual*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Consumo anual</b>	<b>Consumo promedio anual</b>
1 agenda	179	76,17%	1	179
2 agendas	45	19,15%	2	90
3 agendas	11	4,68%	3	33
Total	235	100,00%		302

*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

**Calculo del promedio de consumo anual:**

1. **Consumo anual** = Selección de respuesta de encuestados
2. **Consumo promedio anual**= Frecuencia \*consumo anual
3. **Consumo promedio anual por persona**= Sumatoria de consumo promedio anual/número de personas que adquieren una agenda artesanal

$$\text{Consumo prom. anual (persona)} = \frac{\sum \text{Consumo promedio anual}}{\text{Personas que adquieren agendas artesanales}}$$

$$\text{Consumo prom. anual (persona)} = \frac{302}{235}$$

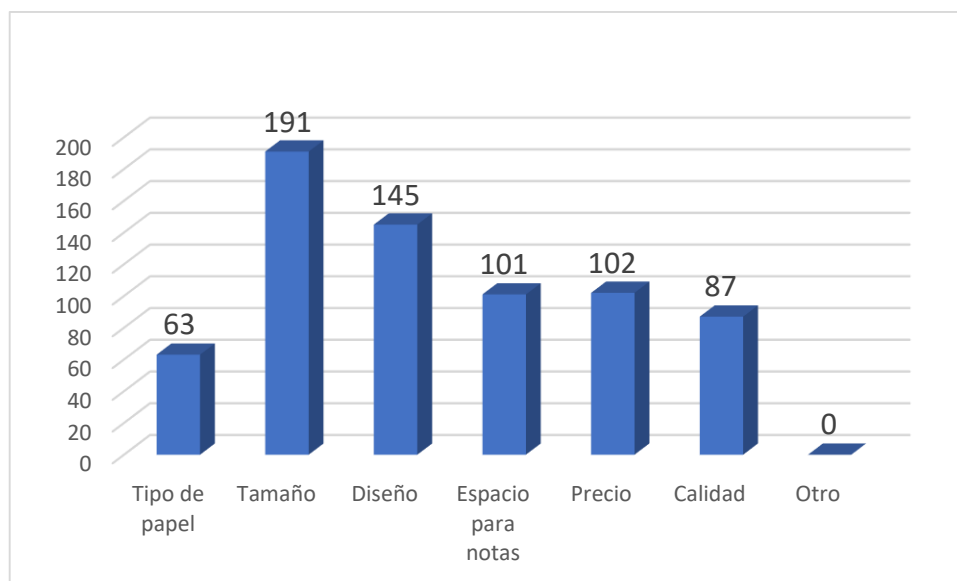
$$\text{Consumo prom. anual (persona)} = 1.29 = 1 \text{ agenda por persona}$$

Según el análisis de los datos se puede evidenciar que las personas que han adquirido agendas artesanales son 179 quienes afirman que en un año solo adquieren una agenda en el año, en base a esto posterior a los cálculos respectivos, en relación al consumo promedio anual por persona de las agendas artesanales se estima que es de una agenda por persona.

En la figura 2, se muestra los factores que influyen en la decisión de compra de las personas al momento de adquirir una agenda.

**Figura 2**

*Aspectos de decisión de compra*



*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

En el proceso de compra puede haber algunos factores que influyen en la decisión de los consumidores al momento de adquirir un producto, de acuerdo a los resultados de las encuestas se puede observar que para 191 personas el factor más relevante al momento de adquirir una agenda es el tamaño de la misma, seguido del diseño como lo afirman 145 personas encuestadas.

En la tabla 5, se muestran los resultados de las personas dispuestas a adquirir el producto.

**Tabla 5**

*Demanda efectiva*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	105	44,68%
No	130	55,32%
Total	235	100,00%

*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

Una vez se ha obtenido los resultados, se puede evidenciar que 105 personas afirman que si se implementara una nueva empresa en la Ciudad de Loja dedicada a la producción y comercialización de agendas artesanales estarían dispuestas a adquirir el producto. Con estos datos se puede inferir que el producto tendrá una buena acogida y servirán para calcular la demanda efectiva.

En la tabla 6, se muestra el género de las personas encuestadas.

**Tabla 6**

*Género*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	43	40,95%
Femenino	62	59,05%
Otro	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>105</b>	<b>100,00%</b>

*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

De acuerdo a las encuestas realizadas, la mayoría de las personas se identifican con el género femenino, así lo afirman 62 personas que representan un 59,05% del total, mientras que el 40,95% restante se identifica con el género masculino.

En la tabla 7, se muestran los resultados en relación a la edad de las personas encuestadas.

**Tabla 7**

*Edad*

<b>Edad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>		
15-22	16	15,24%	18,5	296,00
23-30	33	31,43%	26,5	874,50
31-38	24	22,86%	34,5	828,00
39-46	16	15,24%	42,5	680,00
47-54	8	7,62%	55,5	444,00
55-62	7	6,67%	58,5	409,50
63-70	1	0,95%	66,5	66,50
<b>Total</b>	<b>105</b>	<b>100,00%</b>		<b>3598,50</b>

*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

**Cálculo del promedio de la edad:**

$$Edad\ promedio = \frac{\sum \bar{X} * F}{Personas\ encuestadas}$$

$$Edad\ promedio = \frac{3598,50}{105}$$

$$Edad\ promedio = 34,27 = 34\ años$$

Según el análisis de los datos de las encuestas aplicadas se puede observar que la mayor parte de los encuestados están entre los 23 y 30 años de edad, puesto que así lo afirmaron 33 personas representando el 31,43% del total. Una vez realizados los cálculos respectivos se pudo conocer que del total de encuestados la edad promedio entre las personas es de 34 años de edad.

En la tabla 8, se muestran los resultados de preferencia en tamaño de agenda.

**Tabla 8**

*Tamaño de agenda*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Tamaño A5 (15,3 cm x 21,5cm)	80	76,19%
Tamaño A6 (11cm x 15,3cm)	22	20,95%
Tamaño B5 (18,1cm x 25,5)	3	2,86%
Total	105	100,00%

*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

Existen distintos tamaños de agendas que se podrían ofrecer al mercado, en base a esto, de acuerdo a los resultados se puede verificar que las personas encuestadas prefieren en su mayoría adquirir una agenda en tamaño A5 (15,3cm x 21,5cm) ya que así lo afirmaron 80 personas representando un 76,19% del total.

En la tabla 9, se muestran los resultados de la preferencia en formatos de agenda

**Tabla 9**

*Formato de agenda*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Diaria	35	33,33%
Semana vista	19	18,10%
Sin fechas	51	48,57%
Total	105	100,00%

*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

De acuerdo a la opinión de 51 personas encuestadas se puede evidenciar que prefieren adquirir una agenda con formato sin fechas para registrar sus actividades, representando al 48,50% del total, además según los resultados se puede observar que hay 35 personas que afirman que prefieren un formato diario representando al 33,33% del total.

En la tabla 10, se muestran los resultados del período de tiempo que prefieren los encuestados.

**Tabla 10**

*Período de tiempo de agenda*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Anual	94	89,52%
Semestral	8	7,62%
Trimestral	2	1,90%
Mensual	1	0,95%
<b>Total</b>	<b>105</b>	<b>100,00%</b>

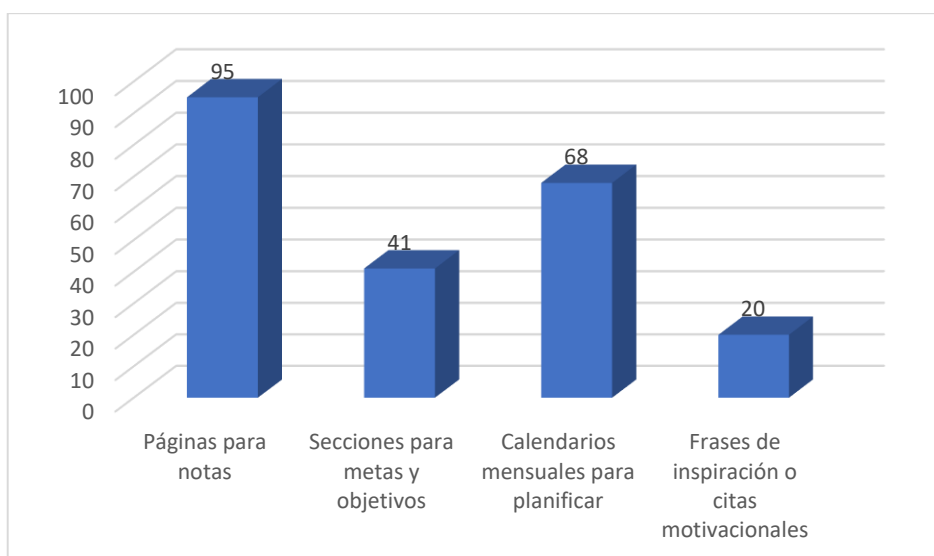
*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede verificar que la mayor parte de los encuestados prefieren que la agenda que van a adquirir cubra un período de tiempo de un año, puesto que esta es la opinión de 94 personas que representan al 89,52% del total de encuestados.

En la Figura 3, se muestran los resultados de la preferencia en secciones adicionales en agendas.

**Figura 3**

Secciones adicionales



*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

De acuerdo a los resultados obtenidos, una de las opciones que prefieren las personas encuestadas en relación a las secciones adicionales que pueden encontrar en una agenda son las páginas para notas, puesto que así lo señalaron 95 personas, seguido de las personas que prefieren los calendarios mensuales para planificar según la opinión de 68 personas.

En la tabla 11, se muestran los resultados de preferencia de lugar de compra.

**Tabla 11**

*Lugar de compra*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>
Tienda online (compra por internet)	92
Tienda física (Local comercial /papelería o librería)	70
Ferias de emprendimiento	10

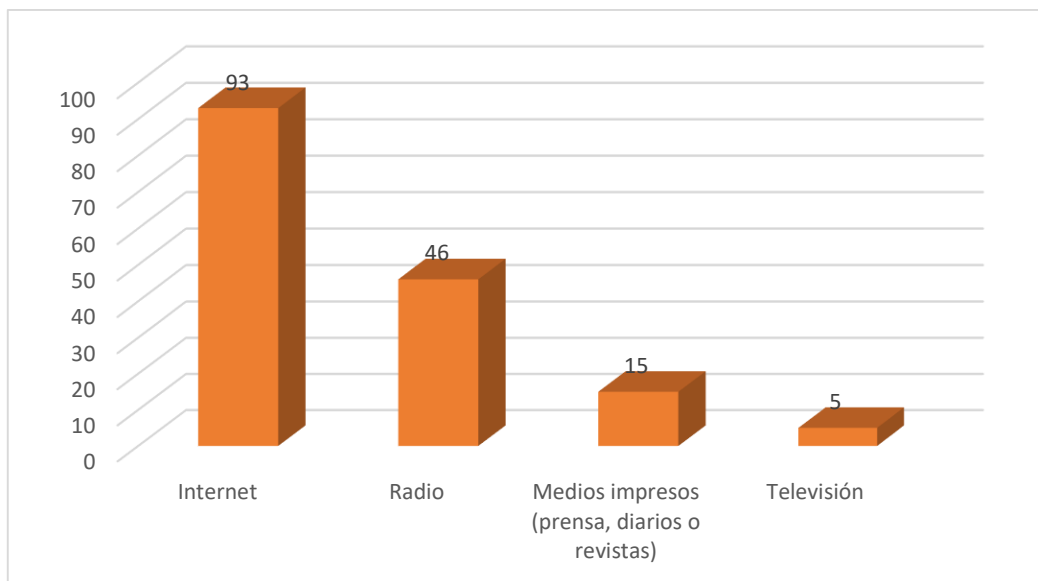
*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

Una vez realizadas las encuestas se puede verificar que las personas encuestadas opinan que el lugar de preferencia para comprar el producto es una tienda online, así lo señalaron 92 personas, seguido de tienda física según la opinión de 70 personas.

En la Figura 4, se muestran resultados de la preferencia en medios publicitarios de los encuestados.

**Figura 4**

*Preferencia de medios para publicidad*



*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que las personas encuestadas señalaron que el medio por el cual prefieren para conocer sobre el producto es el internet, así lo indicaron 95 personas, seguido de la radio como lo indicaron 46 personas.

En la tabla 12, se muestran los resultado de la preferencia de las personas en relación a las promociones

**Tabla 12**

*Gustos por promociones*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	73	69,52%
No	32	30,48%
Total	105	100,00%

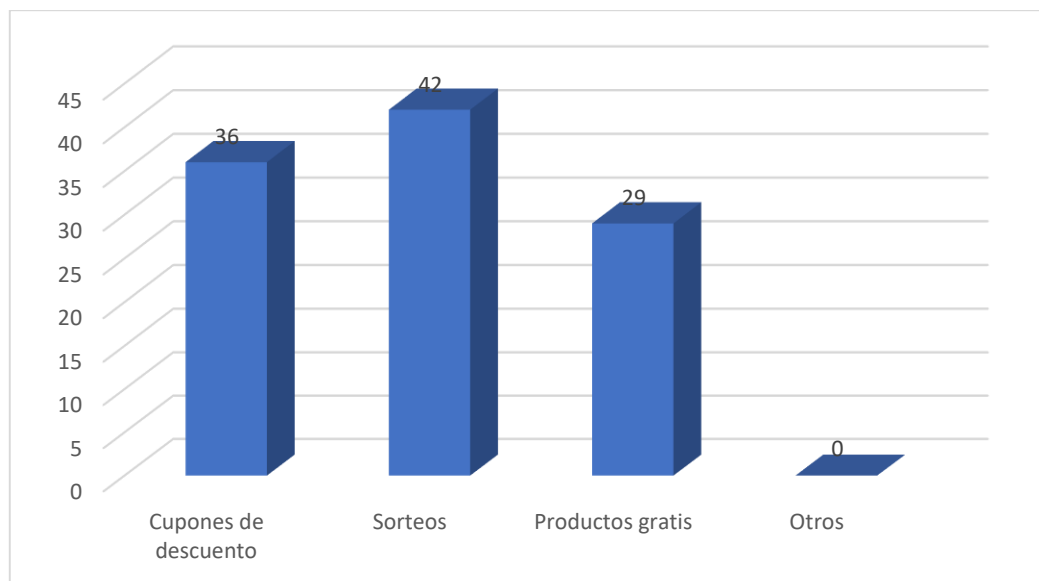
*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede verificar que la mayor parte de las personas encuestadas les gustaría tener promociones por parte de la empresa, puesto que así lo indicaron 73 personas representando al 69,52% del total de encuestados.

En la Figura 5, se muestran los resultados relacionados al tipo de promociones que prefieren las personas.

**Figura 5**

*Tipo de promociones*



*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

De acuerdo a las encuestas realizadas se obtuvieron los resultados donde se puede evidenciar que la mayoría de las personas encuestadas prefieren promociones como los sorteos, así lo afirmaron 42 personas, seguido de los cupones de descuento como lo indicaron 30 personas.

En la tabla 13, se muestra los resultados del precio que se pagaría por el producto.



**Tabla 13**

*Precio*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>		
De \$5 a \$9	9	8,57%	7	63,00
De \$10 a \$14	23	21,90%	12	276,00
De \$15 a \$19	63	60,00%	17	1071,00
De \$20 a \$24	10	9,52%	22	220,00
Total	105	100,00%		1630,00

*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

**Cálculo del precio promedio:**

$$\text{Precio promedio} = \frac{\sum \bar{X} * F}{\text{Personas encuestadas}}$$

$$\text{Precio promedio} = \frac{1630,00}{105}$$

$$\text{Precio promedio} = 15,52 \text{ dólares}$$

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas se puede observar que el 60% de las personas encuestadas, es decir, 63 personas afirman que estarían dispuestas a pagar de \$15 a \$19 por cada agenda, después de los cálculos respectivos se puede señalar que las personas estarían dispuestas a pagar en promedio un precio de \$15,52 dólares por cada agenda.

En la tabla 14, se muestran las preferencias en métodos de pago.

**Tabla 14**

*Método de pago*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>
Efectivo	90
Transferencia	42
Tarjetas de debito	13
Tarjetas de crédito	3

*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta aplicada a demandantes

Según la opinión de las personas encuestadas se puede evidenciar que la forma de pago de mayor preferencia son pagos en efectivo, puesto que así lo señalaron 42 personas, seguido de la transferencia bancaria como lo indicaron 90 de las personas encuestadas.

## **Análisis de entrevista a oferentes.**

Se llevó a cabo una entrevista a 12 empresas o emprendimientos de la ciudad de Loja que se dedican a la producción y comercialización de agendas artesanales con el objetivo de recopilar la información sobre la venta de este producto y poder calcular la oferta.

### **1. ¿Usted vende agendas mensualmente?**

De las empresas o emprendimientos entrevistados, Olivia paper love, Emotivo, El taller de Paty, Metamorfosis, The art mar, Barricada y Stellar cat mencionaron que si venden agendas de forma mensual; mientras que Pixeles, Imprenta Ortiz, Ikonos, Spiral arte y diseño y Rincón Creativo by Pao Ruiz mencionaron que no realizan ventas de forma mensual.

### **2. Si la respuesta es no, ¿Cuáles son los meses que usted vende agendas, pero no son de “temporada alta”?**

Pixeles mencionó que estos meses son febrero, marzo, septiembre y octubre; Imprenta Ortiz mencionó que son los meses de febrero, marzo abril, octubre y noviembre; por su parte Ikonos mencionó que son los meses de febrero, marzo, septiembre, octubre y noviembre; Spiral arte y diseño mencionó que son abril, junio y noviembre; y Rincón Creativo by Pao Ruiz mencionó que son los meses de febrero, julio y agosto.

### **3. ¿Cuántas agendas vende en promedio al mes?**

Con un flujo constante de ventas, Olivia paper love mencionó que su venta mensual en promedio es de 40 agendas; Emotivo mencionó que la venta mensual que tiene es de 15 agendas; El taller de Paty indicó que mensualmente venden 30 agendas; Metamorfosis indicó que venden en promedio 25 agendas cada mes; The art mar por su parte mencionó que en promedio venden unas 30 agendas cada mes, Barricada mencionó que depende de los pedidos que tengas pero en promedio podrían ser unas 70 agendas vendidas mensualmente y Stellar cat mencionó que de forma mensual únicamente venden en promedio unas 16 agendas.

Por otra parte de los entrevistados que no tienen ventas constantes de forma mensual mencionaron que los meses en los que sí tienen ventas son las siguientes: Pixeles mencionó que serían en promedio unas 15 agendas que venden cada mes; Imprenta Ortiz mencionó que la venta es en promedio de 12 agendas; Ikonos, mencionó que depende del pedido pero que son en promedio 36 agendas; Spiral arte y diseño mencionó que en promedio venden unas 15 agendas y Rincón Creativo by Pao Ruiz mencionó que vende unas 5 agendas en promedio

#### **4. ¿Cuáles son los meses que usted considera de temporada alta?**

La “temporada alta”, es decir, los meses en los que los negocios tienen más ventas son los siguientes de acuerdo a los entrevistados: para Olivia paper love son los meses de enero, febrero, marzo, septiembre, octubre, noviembre y diciembre; Emotivo mencionó que son los meses de enero, mayo y diciembre; El taller de Paty menciona que son los meses de enero, agosto, noviembre y diciembre; Metamorfosis indicó que son los meses de enero, febrero mayo, junio y diciembre; The art mar indicó que son los meses de noviembre, diciembre y enero, Barricada que son los meses de noviembre, diciembre y enero; Stellar cat mencionó que son los meses de agosto, septiembre y diciembre.

Por su parte Pixeles indicó que son noviembre y diciembre; Imprenta Ortiz indicó que son noviembre, diciembre y enero; Ikonos indicó que son diciembre y enero, Spiral arte y diseño mencionó que son enero, febrero, marzo, mayo, noviembre y diciembre y Rincón Creativo by Pao Ruiz mencionó a enero y diciembre como meses de “temporada alta”

#### **5. ¿Cuántas agendas vende en promedio al mes en temporada alta?**

En “temporada alta” los negocios comercializan una mayor cantidad de agendas: Olivia paper love mencionó que comercializa 100 agendas; en Stellar cat mencionaron que comercializan en promedio 40 agendas, en Emotivo comentaron que serían unas 20 ; Spiral arte y diseño mencionó que pueden ser unas 50 agendas; El taller de Paty menciona son 70 agendas comercializadas en promedio; Metamorfosis y The art mar indicaron que son en promedio unas 60 agendas; Barricada mencionó que en promedio son 300 agendas; Pixeles mencionó que pueden ser unas 100 agendas e Imprenta Ortiz indicaron que son 200 en promedio mensualmente pero depende del pedido; Ikonos indicó que depende del pedido pero en promedio son unas 50 agendas y Rincón Creativo by Pao Ruiz mencionó que son unas 10 agendas.

#### **6. ¿Cuáles son los formatos de agendas que comercializa?**

Existen distintos formatos en los que se ofertan las agendas, según los entrevistados los formatos que ofertan son los siguientes: Olivia paper love mencionó que diaria, semana vista y sin fechas; Emotivo, Stellar cat, Pixeles, Ikonos y Metamorfosis mencionaron que solo ofertan agendas sin fechas; El taller de Paty, Spiral arte y diseño, Imprenta Ortiz y Barricada mencionaron que ofertan en diarias y sin fechas; The art mar indicó que oferta en semana

vista y sin fechas Rincón Creativo by Pao Ruiz mencionó que oferta en formato diaria, semana vista, sin fechas y en formato personalizado.

### **7. ¿Cuáles son los tamaños de agendas que comercializa?**

Así mismo existen distintos tamaños en los que se ofertan las agendas, según los entrevistados los tamaños que ofertan son los siguientes: Olivia paper love y Rincón Creativo by Pao Ruiz mencionaron que en tamaño A4, A5 y A6; Emotivo, Stellar cat, Metamorfosis, El taller de Paty, The art mar, Pixeles, Imprenta Ortiz mencionaron que solo ofertan agendas en A5; Spiral arte y diseño mencionó que oferta agendas en 12cm x14cm, 8cm x 12cm de 15,3 x 21 y de 20cm x 20cm; Barricada e Ikonos mencionaron que ofertan agendas en A5 y A6.

### **8. ¿Cuál es el medio por el que da a conocer sus agendas?**

Todos los entrevistados mencionaron que el medio que utilizan para dar a conocer sus productos es el internet a través de las redes sociales.

### **9. ¿Cuál es el rango de precios de sus agendas?**

De las empresas o emprendimientos entrevistados, Olivia paper love mencionó que el precio de sus agendas va desde los \$22 hasta los \$60 depende de la agenda o el tamaño, Emotivo mencionó que sus agendas tienen un precio de \$30, El taller de Paty sus agendas van desde los \$15 hasta los \$35 depende del número de páginas; Metamorfosis vende agendas desde los \$10 hasta los \$20 depende de la cantidad de hojas, The art mar vende sus agendas desde los \$30 hasta los \$35 depende del formato, Barricada ofrece las agendas de \$6 hasta los \$10 depende de la agenda si el pedido es por mayor baja el precio dependiendo de la cantidad y Stellar cat mencionaron que depende del tipo de anillo tienen un precio entre \$25 a \$30;

Pixelés también menciona que depende de la agenda está en promedio en \$10, Imprenta Ortiz menciona que por unidad las agendas tienen un precio de \$25 si es al mayoreo baja el precio dependiendo de la cantidad, Ikonos comercializa sus agendas en \$12 y si el pedido es por mayor baja el precio dependiendo de las cantidad, Spiral arte y diseño comercializa sus agendas desde los \$10 hasta los \$25 dependiendo del tamaño o si llevan ilustraciones y Rincón Creativo by Pao Ruiz mencionaron que sus agendas tienen un precio desde los \$25 hasta los \$40 depende de tamaño o formato.

### **10. ¿Usted realiza agendas para tener en stock o las realiza bajo pedido?**

De las empresas o emprendimientos entrevistados, Olivia paper love, Emotivo, El taller de Paty, The art mar, Stellar cat Pixeles, Imprenta Ortiz, Ikonos y Rincón Creativo by Pao Ruiz mencionaron que únicamente hacen agendas bajo pedido; mientras que, Spiral arte y diseño, Metamrfofis y Barricada mencionaron que tienen agendas en stock con diseños predeterminados sin embargo también realizan agendas bajo pedido.

### **11. ¿Cuántos días se demora en entregar un pedido normalmente?**

Según las respuestas de los entrevistados, Olivia paper love el pedido demora 10 días hábiles, Emotivo y Stellar cat mencionaron que demoran 4 días hábiles, El taller de Paty demora 3 días hábiles, The art mar mencionó que son 5 días hábiles, Pixeles mencionó que depende de la cantidad del pedido sin embargo en promedio puede ser hasta un mes, Imprenta Ortiz mencionó que depende de la cantidad de pedido sin embargo para una agenda puede ser de 3 días.

Así mismo, Ikonos mencionó que depende de la cantidad del pedido pero en promedio sería de una semana y Rincón Creativo by Pao Ruiz mencionó que el pedido se puede demorar mínimo 5 días, Spiral arte y diseño mencionó que depende de la complejidad del diseño puede ser máximo 3 días, Metamrfofis mencionó que depende de la cantidad de pedido pero para una agenda pueden ser 3 días y Barricada mencionó que depende de la cantidad del pedido pueden ser 5 días y si es para una agenda pueden ser mínimo 24hrs.

### **12. ¿Realiza algún tipo de promoción a sus clientes? ¿Cuáles?**

De las empresas o emprendimientos entrevistados, Olivia paper love, El taller de Paty, Stellar cat mencionaron que no realizan ningún tipo de promoción a sus clientes. Por su parte Emotivo, The art mar, Rincón creativo by Pao Ruiz, mencionaron que entre sus promociones están ofrecer algún producto gratis por la compra. Mientras que Spiral arte y diseño mencionó que por lanzamientos de colecciones ofrece descuentos o descuento en envíos a otras ciudades.

Por otra parte, Barricada, Metamorfofis, Ikonos, Imprenta Ortiz y Pixeles no ofrecen promociones por compras de agendas por unidad, sin embargo, si se realiza un pedido al por mayor se realizan descuentos dependiendo de la cantidad del pedido.

## 7. Discusión

### **Estudio de mercado**

Para conocer la aceptación de las agendas artesanales se debe realizar el estudio de mercado partiendo de los resultados de las encuestas aplicadas para analizar la demanda, oferta y el plan de comercialización para llevar el producto a los clientes.

### **Producto principal:**

Las agendas artesanales son herramientas de organización elaboradas a mano mediante un proceso artesanal cuidando cada detalle y calidad, caracterizadas por su durabilidad al ser elaboradas con materia prima de calidad y que el producto final pueda ayudar a cada persona a planificar, registrar y gestionar sus actividades.

### **Producto sustituto**

Los productos sustitutos son aquellos que pueden remplazar al producto principal cumpliendo con su función, entre los productos sustitutos de las agendas tenemos:

- Cuadernos
- Diarios
- Planificadores digitales
- Aplicaciones de gestión de tiempo.

### **Producto complementario**

Los productos complementarios pueden mejorar la funcionalidad del producto principal y utilizarse en conjunto, en el caso de las agendas, los productos complementarios pueden mejorar la organización personal al mantener la información clara y ordenada, es muy común que las personas busquen un estilo propio en cuanto a la presentación y la forma de sistematizar sus actividades para eso los productos complementarios pueden ayudar a personalizar la agenda según las necesidades y preferencias de cada uno, en este contexto, productos complementarios de las agendas pueden ser:

- Accesorios de papelería (stickers, reglas, resaltadores, esferos, notas adhesivas)
- Material de oficina (cintas, grapas, clips)
- Tableros de corcho o magnéticos
- Planificadores mensuales o semanales (Hojas adicionales que se pueden insertar en la agenda)

## **Mercado demandante**

Las agendas artesanales pueden ayudar a aumentar la productividad de las personas ya que les permite una mejor gestión del tiempo y sus actividades. Para el cálculo de la población actual y proyectada se realizó el siguiente procedimiento:

Para el año 2022 según el último censo realizado por el INEC existen un total de 103 436 habitantes que pertenecen a la población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Loja en el área urbana, a partir de este dato se procedió al cálculo de la proyección de la población, tomando en cuenta que según el mismo censo del 2022 la tasa de crecimiento poblacional promedio anual para Loja es de 1,37%. El proyecto se lo realiza con horizonte de tiempo de 5 años, para la proyección de la población se utiliza las siguientes fórmulas tomando en cuenta que el 2024 es el año cero.

**Población proyectada=** Población año cero\*tasa de crecimiento promedio anual+ población año cero.

$$\text{Población proyectada} = 106\,290 * 1,37\% + 106\,290$$

$$\text{Población proyectada} = 107\,756$$

En la tabla 15 se puede visualizar la proyección de la población de estudio.

**Tabla 15**

*Población Económicamente Activa proyectada*

<b>N</b>	<b>Años</b>	<b>Tasa de crecimiento promedio anual</b>	<b>PEA proyectada</b>
0	2024		106.290
1	2025	1.37%	107.746
2	2026	1.37%	109.222
3	2027	1.37%	110.719
4	2028	1.37%	112.235
5	2029	1.37%	113.773

Nota. Datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

## **Análisis de la demanda**

Para realizar el análisis de la demanda se realizó el cálculo de una muestra en base a la población de estudio y mediante la técnica de encuesta se encuestó a 399 personas

pertenecientes a la Población Económicamente Activa de la ciudad de Loja. El análisis de la demanda permite determinar a los posibles compradores del producto.

### **Demanda potencial**

Este tipo de demanda se conforma por las personas de la ciudad de Loja que en la actualidad cuentan con un empleo y alguna vez han adquirido una agenda. Para realizar el cálculo respectivo se toma en cuenta la PEA proyectada y porcentaje de aceptación del producto. Para el cálculo del año 0 se realiza de la siguiente manera:

**DP=** Personas de la PEA de la ciudad de Loja en cada año\* Porcentaje de aceptación

**DP=** 106 290\*70%

**DP=** 74 403

**Tabla 16**

*Demanda potencial*

<b>N</b>	<b>Año</b>	<b>PEA de la ciudad de Loja</b>	<b>Porcentaje de aceptación</b>	<b>Demanda potencial</b>
0	2024	106.290	69,67%	74.057
1	2025	107.746	69,67%	75.071
2	2026	109.222	69,67%	76.100
3	2027	110.719	69,67%	77.142
4	2028	112.235	69,67%	78.199
5	2029	113.773	69,67%	79.270

**Nota:** Datos obtenidos de la encuesta a los demandantes, pregunta 1, tabla 2

### **Demanda real**

La demanda real se conforma de todas las personas que han adquirido una agenda elaborada artesanalmente, para determinar este tipo de demanda se considera la información de la pregunta 2 de la encuesta, tabla 3. El cálculo de la demanda real se realiza como se muestra a continuación:

**DR=** Demanda potencial para cada año \* Porcentaje de aceptación

**DR=** 74 057\*84,53%

**DR=** 62 602



**Tabla 17***Demanda Real*

N	Año	Demanda potencial	Porcentaje de aceptación	Demanda real
0	2024	74.057	84,53%	62.602
1	2025	75.071	84,53%	63.460
2	2026	76.100	84,53%	64.329
3	2027	77.142	84,53%	65.210
4	2028	78.199	84,53%	66.104
5	2029	79.270	84,53%	67.009

**Nota:** Datos obtenidos de la encuesta a los demandantes, pregunta 2, tabla 3 y tabla 16

**Demanda efectiva**

La demanda efectiva se conforma por las personas que estaría dispuestas a adquirir el producto principal, en este caso agendas, si se implementara una nueva empresa productora y comercializadora en la ciudad de Loja, para este cálculo se considera la demanda real y el porcentaje de aceptación que es de 94,68%. A continuación, se muestra el cálculo de la demanda efectiva:

$$DE = \text{Demanda real} * \text{porcentaje de aceptación}$$

$$DE = 62\,602 * 44,68\%$$

$$DE = 27.971$$

**Tabla 18***Demanda efectiva*

N	Año	Demandantes reales	Porcentaje de aceptación	Demanda efectiva
0	2024	62.602	44,68%	27.971
1	2025	63.460	44,68%	28.354
2	2026	64.329	44,68%	28.743
3	2027	65.210	44,68%	29.136
4	2028	66.104	44,68%	29.536
5	2029	67.009	44,68%	29.940

**Nota:** Datos obtenidos la encuesta a los demandantes, pregunta 5, tabla 5 y tabla 17

**Demanda efectiva en producto**

Para determinar la demanda efectiva del producto considera el consumo promedio anual en unidades de agendas y se lo multiplica por el número o de demandantes que se obtuvo en la demanda efectiva calculada anteriormente.

**Tabla 19**

*Demanda efectiva de producto en unidades de agendas*

<b>N</b>	<b>Año</b>	<b>Demanda efectiva en personas</b>	<b>Consumo promedio anual en unidades</b>	<b>Demanda efectiva en unidades de producto</b>
0	2024	27.971	1	27971
1	2025	28.354	1	28354
2	2026	28.743	1	28743
3	2027	29.136	1	29136
4	2028	29.536	1	29536
5	2029	29.940	1	29940

**Nota:** Datos obtenidos de la encuesta a los demandantes, pregunta 3, tabal 4 y tabla 18

### **Análisis de la oferta**

La oferta es la cantidad del producto principal que se vende en el mercado a un determinado precio, para calcular la oferta existente de agendas artesanales en la ciudad de Loja se llevó a cabo una investigación en donde se incluyó 12 negocios que se dedican a ofrecer este producto en la ciudad de Loja, mediante una entrevista se recopiló la información acerca de la cantidad de agendas que cada empresa vende mensualmente y con la oferta mensual determinar la oferta anual de cada uno para finalmente obtener la oferta total.

En este contexto, a continuación, se muestra la tabla 20 con la información de la oferta de cada entrevistado en la ciudad de Loja:

**Tabla 20***Oferta de agendas artesanales*

<b>Nombre</b>	<b>Promedio ventas temporada baja</b>	<b>Frecuencia (meses)</b>	<b>Total</b>	<b>Promedio ventas temporada alta</b>	<b>Frecuencia (meses)</b>	<b>Total</b>
Olivia paper love	40	5	<b>200</b>	100	7	<b>700</b>
Emotivo	15	9	<b>135</b>	40	3	<b>120</b>
Spiral arte y diseño	20	3	<b>60</b>	50	6	<b>300</b>
Stellar cat	16	9	<b>144</b>	40	3	<b>120</b>
El taller de paty	30	8	<b>240</b>	70	4	<b>280</b>
Metamorfosis	25	7	<b>175</b>	60	5	<b>300</b>
The art mar	30	9	<b>270</b>	60	3	<b>180</b>
Barricada	70	9	<b>630</b>	500	3	<b>1.500</b>
Pixeles	15	4	<b>60</b>	1.000	2	<b>2.000</b>
Imprenta ortiz	12	5	<b>60</b>	200	3	<b>600</b>
Ikonos	36	5	<b>180</b>	100	2	<b>200</b>
Rincón creativo by Pao Ruiz	5	2	<b>10</b>	10	2	<b>20</b>
<b>Total</b>			<b>2.164</b>			<b>6.320</b>
<b>Total anual</b>						<b>8.484</b>

*Nota:* Datos obtenidos de la entrevista a los oferentes en la ciudad de Loja.

**Estimación de la oferta.**

En las entrevistas realizadas no se obtuvo el porcentaje de crecimiento en ventas de las agendas artesanales, ya que los entrevistados mencionaron que no podrían estimarlo, que es desconocida o que es información confidencial, en este contexto la estimación de la oferta se establecería de la siguiente manera:

**Tabla 21***Estimación de oferta de agendas*

<b>N</b>	<b>Año</b>	<b>Estimación de oferta de agendas</b>
0	2024	8.484
1	2025	8.484
2	2026	8.484
3	2027	8.484
4	2028	8.484
5	2029	8.484

*Nota:* Datos obtenidos del análisis de la oferta total anual de la tabla 20.

### **Demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha se refiere a la parte de la demanda que, a pesar de tener el poder adquisitivo necesario para adquirir el producto, no pueden acceder al mismo, ya sea porque el producto que se ofrece no tienen las características requeridas por el demandante o por la insuficiente oferta del mismo. El cálculo de la demanda insatisfecha se realizó conforme se muestra a continuación:

**DI=** Demanda efectiva de producto en unidades de agendas- oferta anual total

**DI=** 24.971-8.484

**DI=** 53.319

### **Tabla 22**

#### *Demanda insatisfecha*

N	Año	Demanda efectiva en unidades de agendas	Oferta total de unidades de agendas	Demanda Insatisfecha
0	2024	27.971	8.484	19.487
1	2025	28.354	8.484	19.870
2	2026	28.743	8.484	20.259
3	2027	29.136	8.484	20.652
4	2028	29.536	8.484	21.052
5	2029	29.940	8.484	21.456

*Nota:* Datos obtenidos del análisis de la demanda efectiva de consumo de producto en unidades de agendas de la tabla 19 y la oferta total anual de la tabla 20.

### **Plan de comercialización.**

Con el plan de comercialización se pueden establecer las estrategias necesarias para alcanzar el mercado objetivo, para el presente proyecto se establecerán estrategias de comercialización basadas en las 4P's que son: producto, precio, plaza y promoción; para que se pueda mejorar la aceptación de la empresa y el producto, que son las agendas artesanales.

### **Producto:**

**Descripción del producto:** Las agendas artesanales serán agendas perpetuas, es decir, el usuario decide cuando empezar su organización y evitar el desperdicio de hojas, elaboradas con materia prima de calidad con una encuadernación con anillo metálico y con pastas rígidas

forradas para mayor durabilidad. Los diseños de agendas se realizarán para hombres y mujeres con diseños de portada exclusivos. Las agendas contienen las siguientes características principalmente:

**Caracterización del producto:**

**Tabla 23**

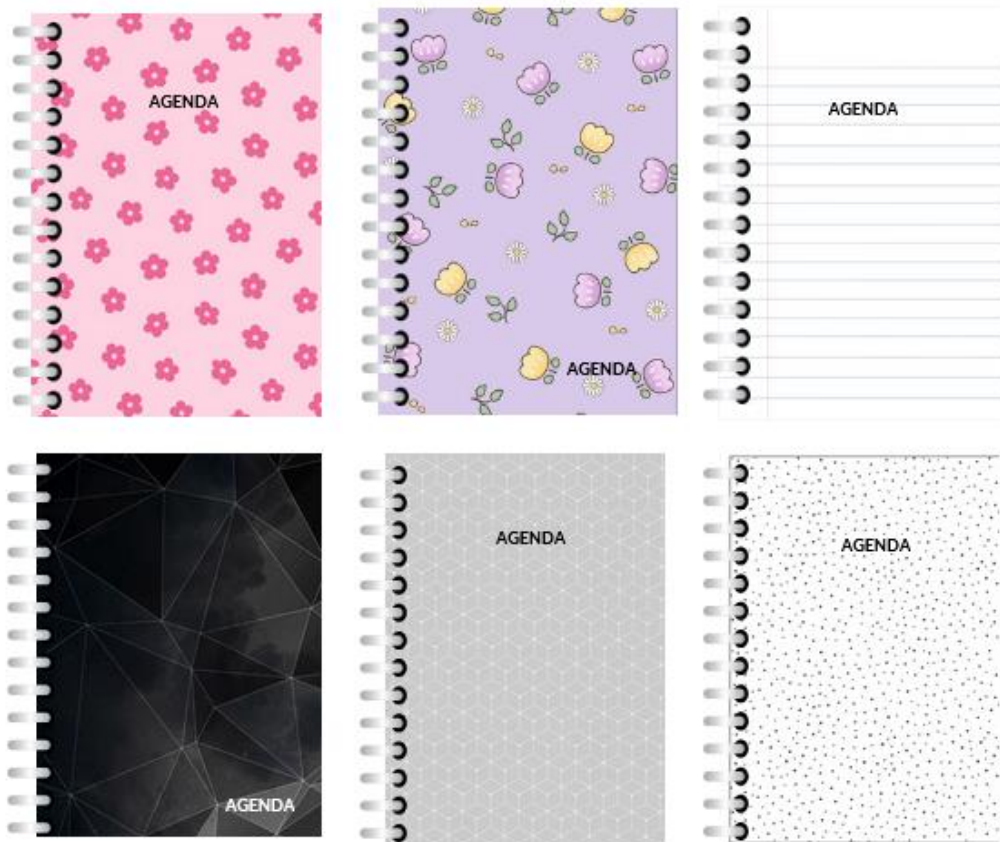
*Caracterización de producto*

<b>Características</b>	<b>Especificaciones</b>
<b>Durabilidad y resistencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pastas de cartón prensado forradas con vinil</li> <li>● Cinta separadora</li> </ul>
<b>Variabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Diseños exclusivos y variados en colores para portadas y contraportadas.</li> <li>● Diseños para hombres y mujeres</li> </ul>
<b>Tamaño y formato</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tamaño A5 (15,3cm x 21,5cm)</li> <li>● Formato de dos días por página en formato perpetuo (sin fechas) para que el usuario pueda iniciar su uso cuando guste.</li> </ul>
<b>Tipo de encuadernación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Encuadernación con anillo doble metálico con movilidad de 360<sup>a</sup></li> </ul>
<b>Cantidad de hojas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 160 hojas en total</li> </ul>
<b>Secciones internas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 1 página para datos personales</li> <li>● 1 página visión board</li> <li>● Planificadores mensuales</li> <li>● 1 Registro financiero mensual</li> <li>● Páginas para notas</li> </ul>

**Nota:** Especificaciones detalladas por la investigación

**Figura 6**

*Producto terminado*



**Nota:** Producto terminado según las especificaciones detalladas por la investigación

**Nombre comercial:** La empresa que producirá y comercializará las agendas tendrá como nombre “**Manuscrito**”, este nombre busca transmitir la esencia del producto que busca que las personas puedan organizarse con una herramienta física donde pueden reconectarse con el placer de escribir a mano libremente, además de manera indirecta refleja el proceso artesanal que se lleva en la elaboración de cada agenda.

**Logotipo:** El logotipo será simple con colores como el azul que busca generar confianza, contrastado con blanco para que pueda ser llamativo, así mismo la tipografía da la ilusión de ser escrita a mano por lo que se refleja el concepto del producto y de la marca.

## **Figura 7**

*Logo empresa Manuscrito*



**Nota:** Logo diseñado por la autora utilizando la herramienta Adobe Ilustrador

**Eslogan:** El slogan es “Escribe tus planes, planifica tu día y cumple tu vida” con este slogan se hace alusión a la importancia de la organización personal con una planificación de actividades diarias para alcanzar metas y objetivos

**Precio del producto:** El precio de venta al público se establecerá tomando en cuenta los costos relacionados con la elaboración del producto, la opinión de los demandantes en la encuesta y la estrategia de fijación de precios en base a la competencia, ya que la competencia es un factor relevante por su posición y reconocimiento en el mercado, en base a esto el precio será de \$11,75.

**Plaza o distribución:** Para la comercialización se utilizará solo un canal de comercialización que es el canal directo, del productor al consumidor final puesto que es el canal más rápido de comercialización. Además, la empresa estará ubicada en la ciudad de Loja y para poder comercializar las agendas se tendrá un local físico y una página web donde se podrá hacer la compra directa.

**Promoción:** La estrategia de promoción tiene el objetivo de motivar a adquirir el producto principal y a dar a conocer la marca en el mercado, con esto incrementar las ventas. Por ello las estrategias que se implementarán son:

- Abrir una cuenta de Facebook Instagram, TikTok y WhatsApp y con el logotipo y slogan de la marca.
- Compartir contenido de valor para despertar el interés por el producto mediante las redes sociales
- Realizar publicaciones promocionales por fechas especiales o días de descuentos mediante redes sociales para interactuar con los seguidores e incentivarlos a compartir el contenido de redes sociales
- Realizar sorteos en fechas especiales con dinámicas interactivas con los seguidores de las redes sociales.
- Recopilar los correos electrónicos de los clientes para hacer una base de datos y poder enviar noticias de cambios en el producto o información de valor para el cliente.

#### **Estudio Técnico:**

Tamaño: Para poder determinar el tamaño del presente proyecto se debe tomar en cuenta la capacidad de producción que tendrá la empresa Manuscrito, esto se puede calcular en base a la mano de obra, maquinaria, al proceso productivo y a las unidades de agendas que se pretende producir anualmente. Para esto se realiza el cálculo de la capacidad instalada y la capacidad utilizada.

#### **Capacidad instalada:**

La capacidad instalada de la planta se refiere a que se debe producir con un proceso productivo continuo y con el 100% del rendimiento, para este caso se espera llevará a cabo un horizonte de 5 años para el proyecto con el componente tecnológico que sería una impresora RICOH que imprime 18 hojas por minuto, que podría imprimir 25.920 hojas si se laboran las 24 horas del día es decir 320 agendas al día o 9. 460.800 hojas en los 365 días del año, con lo cual se podrían producir 116.800 agendas al año.



**Tabla 24***Capacidad Instalada*

<b>Capacidad por hora</b>	<b>Horas al día</b>	<b>Producción diaria</b>	<b>Producción anual</b>	<b>Hojas por agenda</b>	<b>Producción anual agendas</b>
1.080 hojas	24hrs	25.920 hojas	9.460.800	81 hojas	116.800

*Nota:* producción de agendas según la capacidad instalada

**Capacidad utilizada:**

La empresa contará con dos operarios quienes puedan elaborar 10 agendas cada uno diariamente es decir se producirán 20 agendas diarias y trabajando 8 horas diarias y 5 días a la semana, con 52 semanas que tiene el año se estarán produciendo 5.200 agendas al año. Por lo que se utilizarían 1.620 hojas diarias o 421.200 hojas al año que equivale al 4.45% de la capacidad instalada tomando en cuenta el componente tecnológico principal que es la impresora.

**Tabla 25***Capacidad Utilizada*

<b>Capacidad por hora</b>	<b>Horas al día</b>	<b>Producción diaria</b>	<b>Producción anual</b>	<b>Hojas por agenda</b>	<b>Producción anual agendas</b>
1.080 hojas	1:30hrs	1.620 hojas	421.200	81 hojas	5.200

*Nota:* producción de agendas según la capacidad utilizada

**Tabla 26***Porcentaje de Capacidad Instalada*

<b>Años</b>	<b>Capacidad Instalada (hojas al año)</b>	<b>Capacidad Utilizada (Hojas para producir 5.200 agendas)</b>	<b>% de capacidad instalada</b>
1	9.460.800	421.200	4,45%
2	9.460.800	421.200	4,45%
3	9.460.800	421.200	4,45%
4	9.460.800	421.200	4,45%
5	9.460.800	421.200	4,45%

*Nota:* Información de acuerdo a la capacidad instalada y capacidad utilizada.

## **Participación en el mercado:**

### **Localización:**

Para la selección de la localización de la planta se toma en cuenta la macro localización que es la zona atractiva para localizar el proyecto y la micro localización que es el lugar específico donde se instalará el proyecto:

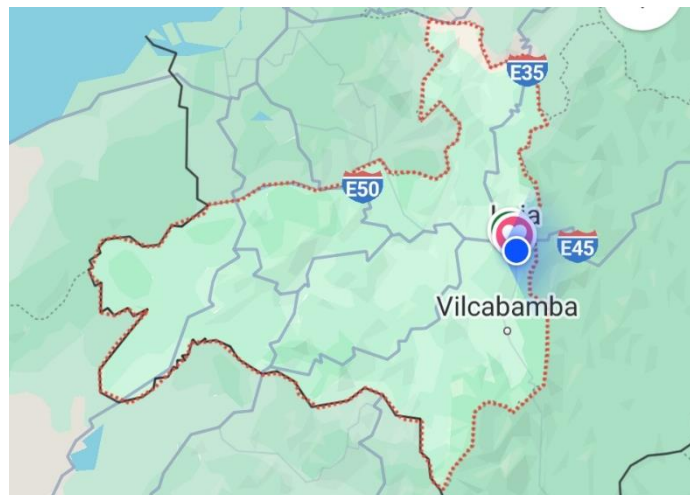
#### **Macro localización:**

La macro localización está relacionada con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, en el caso del presente proyecto se ha determinado que estará ubicado en la zona urbana del cantón Loja, provincia de Loja.

Considerando que la producción de agendas no es una actividad que vaya a generar ruido o molestia a las demás viviendas y que la ciudad cuenta con fácil acceso para los proveedores y también se puede realizar una eficaz distribución del producto terminado se justifica la implantación de la empresa productora y comercializadora en la ciudad de Loja, provincia de Loja.

### **Figura 8**

*Macro localización de la empresa Manuscrito*



*Nota:* Imagen tomada de Google Maps

#### **Micro localización**

Tomando en cuenta el tipo de empresa que deseamos implementar y el producto que se ofrece al cliente, se determinó que la mejor localización será la parroquia urbana de San Sebastián perteneciente al cantón Loja, al centro de la ciudad de Loja, en las calles Azuay



- Factores ambientales: Este aspecto es favorable para la empresa ya que la Ciudad de Loja cuenta con un clima templado por lo que las agendas no están expuestas a la humedad, y por otra parte los residuos del proceso productivo pueden ir a reciclaje o serán ubicados en los lugares correspondientes según las normas de la ciudad.

### Ingeniería del proyecto






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

### Requerimientos para el funcionamiento de la empresa

**Muebles y enseres:** Recursos materiales necesarios para equipar la planta y poder realizar las actividades diarias

**Tabla 27**

*Requerimiento en muebles y enseres*

Cantidad	Descripción	Diseño
2	Perchas- Estanterías reforzadas 6 bandejas- Mercado Libre Ecuador	
5	Silla ergonómica básica, Silla Styles Negra	
4	Mesa de trabajo multifunción	
2	Escritorio	
4	Silla de espera con base de metal C-20v	

1	Counter Cleo-Caja recepción, Mueble Vitrina exhibición	
2	Vitrina en melanina y vidrio	
2	Librero-Biblioteca-Archivador oficina	


*Nota:* Elementos que corresponden a los muebles y enseres necesarios para la producción, administración y ventas

**Maquinaria y equipo:** Máquinas y equipos que se destinan al proceso productivo de las agendas como la impresora, guillotina, anilladora, entre otros.

**Tabla 28**

*Requerimientos en maquinaria y equipo*

Cantidad	Descripción	Diseño
1	Fotocopiadora RICOH Aficio MP 301 Impresora Copiadora Escáner-Tecnoquito	
1	Guillotina Bright Office 8299 Metálica A3-Megaventas MCM	

2	Máquina encuadernadora huecos redondos- Scrap 4 Fun	
---	---	--

*Nota:* Elementos que corresponden a la maquinaria y equipo necesarios para la producción

**Equipo de computación:** Necesario para llevar a cabo las actividades administrativas y en el área de ventas y producción.

**Tabla 29**

*Requerimientos en equipo de computación*


Cantidad	Descripción	Diseño
2	COMPUTADORA AIO HP 22-DD2027LA CELERON J4025 8GB,256GB SSD,21.5", SIN S.O	
1	SISTEMA DE TINTA ORIGINAL EPSON L1250 ECOTANK con WIFI,SOLO IMPRESORA, Mayor Velocidad, Tinta para 6.000 páginas, Fotos, COLOR Y BLANCO&NEGRO	

*Nota:* Elementos que corresponden a equipo de computación necesario para producción , administración y ventas

**Equipo de oficina:** equipo necesario para hacer la empresa más eficaz en el desarrollo de sus actividades.

**Tabla 30**

*Requerimientos en equipo de oficina*

Cantidad	Descripción	Diseño
1	CAJA REGISTRADORA 3NSTAR CD350 ESTANDAR RJ11/RJ12 05 COMP	

1	Kit 4 Camaras De Seguridad Vigilancia Cctv 5mp Hikvision	
1	CELULAR GALAXY A54 8GB/256GB SAMSUNG VERDE	

*Nota:* Elementos que corresponden a equipo de oficina necesario para producción , administración y ventas

Hay otros materiales también necesarios para poder en marcha el proyecto los cuales serán considerados con sus respectivos valores en los presupuestos del Estudio financiero

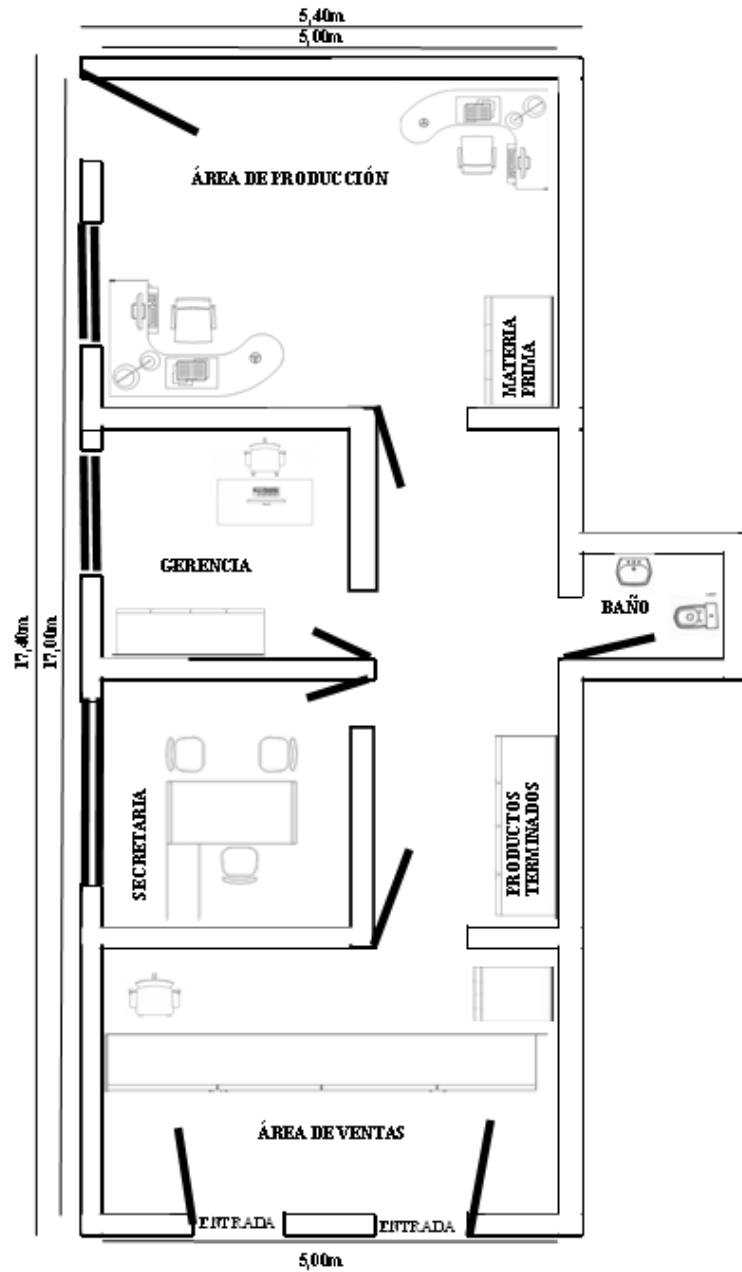
### **Infraestructura de la planta**

Tiene como objetivo optimizar la productividad dentro de la planta enfocándose en diseñar y organizar de manera estratégica los equipos para que el flujo de trabajo sea eficiente en cada espacio.

### **Distribución de la planta**

**Figura 10**

*Distribución de la planta de Manuscrito*



*Nota:* Distribución de la planta de la empresa Manuscrito, diseñada por la autora.

**Proceso productivo:**

Para producir una agenda se debe llevar a cabo una serie de actividades las cuales se describirán a continuación.

**Descripción del proceso productivo:**



Como se observa en el diagrama anterior donde se muestra el proceso de producción óptimo a continuación se muestra la descripción de cada etapa del proceso:

**Recepción de la materia prima:**

Es la primera etapa del proceso en donde el producto llega al lugar de trabajo y es inspeccionado visualmente para verificar que este en óptimas condiciones para iniciar la producción.

**Impresión:**

Se procede a la preparación del formato de agenda que se va a producir y se inicia la impresión de las hojas, portada, contraportada, bolsillo, contratapas, calendario, hoja de presentación.

**Corte:**

Se procede a cortar el cartón para la portada, contraportada y a cortar el vinil transparente para continuar con el forrado y también se cortan las hojas y demás apartados que componen la agenda.

**Forrar cartones:**

Se procede a preparar la portada y contraportada forrando los cartones con las impresiones y el vinil.

**Colocación de cinta separadora:**

En el cartón de la contraportada se realizan los agujeros y se coloca con ojalillos el elástico de cierre y se pega la cinta separadora.

**Pegado de contratapas:**

En los cartones listos se pega las contratapas.

**Control de calidad:**

Se revisa que los cartones hayan sido forrados correctamente, es decir, que todas las solapas hayan sido bien pegadas y que no haya restos de pegamento

**Perforado:**

Se procede a perforar todas las hojas que componen la agenda, el bolsillo y la portada y contraportada.

**Ordenar hojas:**

Se coloca el anillo y se empieza a ordenar todas las hojas perforadas junto con el bolsillo, portada y contraportada.

**Cerrado de anillo:**

Con la agenda ordenada se procede a cerrar el anillo asegurándose de que esta bien colocado y cerrado respetando la forma circular del anillo.

**Control de calidad:**

Se procede a revisar si todo quedo bien puesto en su lugar, si las hojas están ordenadas correctamente.

**Empaquetado:**

Se procede a guardar la agenda en su respectiva caja y a sellarla para su posterior distribución.

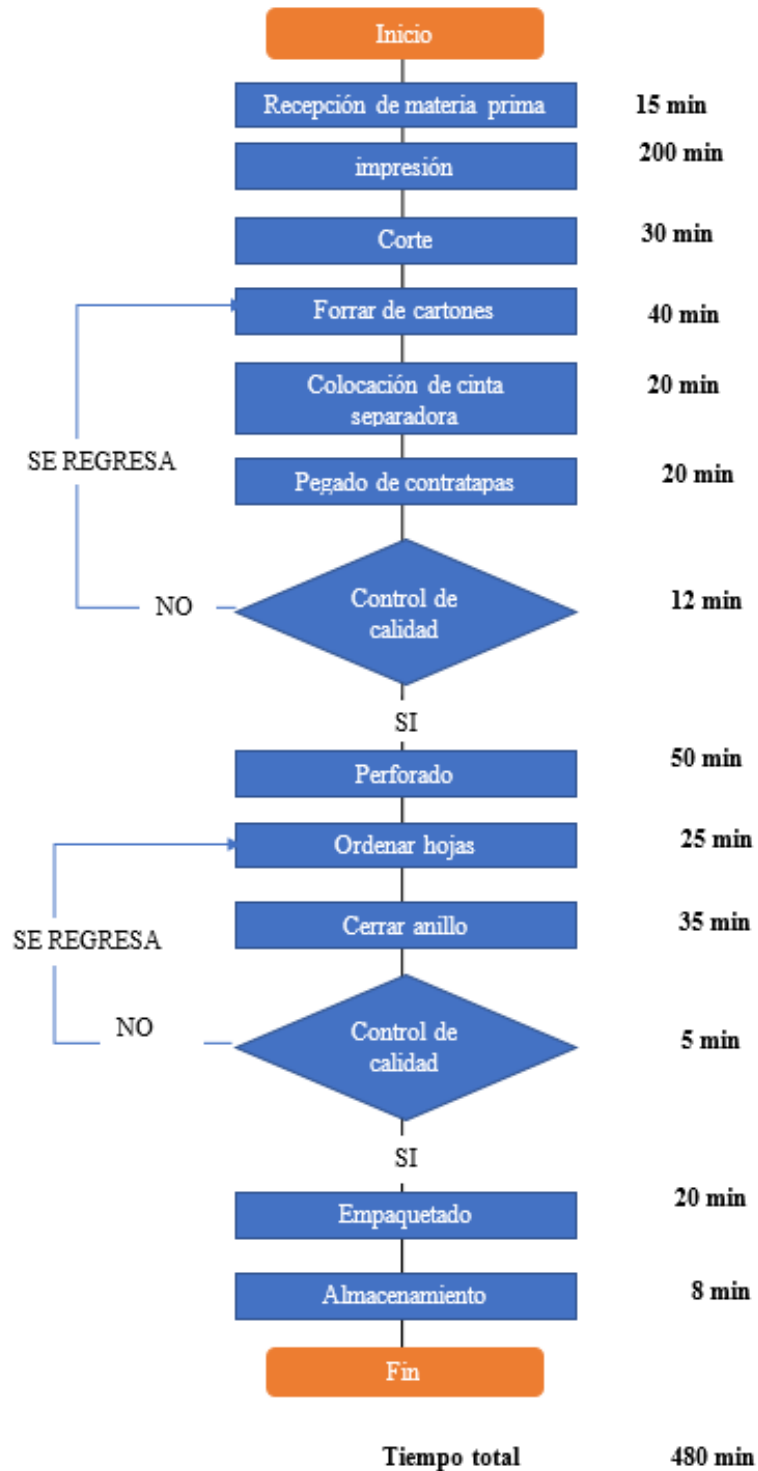
**Almacenamiento:**

Se procede a almacenar las agendas para su posterior distribución.

**Flujograma del proceso:**

**Figura 11**

*Flujograma del proceso productivo de agendas*



*Nota:* Flujograma del proceso productivo diseñado por la autora.

**Tabla 31**

*Diagrama de flujo de proceso productivo*

Descripción del proceso de la producción de agendas	O	I	T	D	A	Tiempo
a) Recepción de materia prima	X	X				15 min
b) Impresión de portadas y hojas				X		200 min
c) Corte de cartones	X					30 min
d) Forrado de cartones	X	X				40 min
e) Colocación de cinta separadora				X		20 min
f) Pegado de contratapas	X					20 min
g) Control de calidad			X			12 min
h) Perforado de hojas	X					50 min
i) Ordenar hojas	X					25 min
j) Cerrado de anillo	X					35 min
k) Control de calidad			X			5 min
l) Empaquetado	X					20 min
m) Almacenamiento					X	8 min
<b>Tiempo total</b>						<b>480 min</b>

*Nota:* Flujograma del proceso productivo diseñado por la autora.

**Estudio Legal:**

La empresa cumplirá con la legislación tributaria vigente y con todos los requisitos necesarios para el correcto funcionamiento según las leyes que rigen en el país.

**Organización jurídica:**

La empresa productora y comercializadora de agendas artesanales “Manuscrito” se constituirá como una empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, es decir estará constituida bajo la forma de persona natural. Entendiendo a persona natural como aquella que

ejerce derechos y cumple con obligaciones a título personal. Al constituir una empresa bajo esta forma, la misma asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la empresa.

Lo que implica que la persona asume la responsabilidad y garantiza con todo el patrimonio que posea (bienes a su nombre) las deudas u obligaciones que pueda tener la empresa

Al establecer la empresa como Unipersonal de Responsabilidad Limitada bajo la forma de persona natural se tiene algunas ventajas como: la constitución de la empresa es sencilla y rápida; no requiere mucha inversión legal para su constitución; la propiedad, el control y la administración recae en una sola persona, se puede ampliar o reducir el patrimonio sin restricción, puede acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.

La empresa no se acoge a ningún beneficio disponible para artesanos a pesar de comercializar productos artesanales, puesto que estos beneficios son solamente si la persona dueña está calificada como artesana por la Junta Nacional de Defensa del Artesano mediante el proceso correspondiente.

### **Requerimientos para la minuta de constitución de una compañía de responsabilidad limitada:**

Se constituirá mediante una minuta en donde conste la siguiente información:

- Nombres Completos, nacionalidad, domicilio, y estado civil.
- Denominación comercial de la empresa
- Ubicación exacta del domicilio fijado como matriz de la empresa.
- Objeto de la actividad a la que se dedicara la empresa
- El plazo de duración de la misma
- El monto de capital asignado a la empresa por cada socio
- Cualquier otra disposición o cláusula que el gerente-propietario considere agregar.

### **Registro Único de Contribuyente.**

Para cumplir con las leyes de tributación del país es necesario contar con el RUC y poder llevar las actividades contables al día, el RUC es el número de identificación personal e intransferible de las personas que realizan una determinada actividad económica. Para el caso del presente proyecto se lo solicita en el SRI (Servicio de Rentas internas) y está conformado

por 13 dígitos, el ruc del negocio será de la siguiente manera 11XXXXXXXXX001 perteneciente a la Perona dueña del negocio la denominación del negocio será “MANUSCRITO”

### **Requisitos para abrir el RUC por primera vez:**

Según el Servicio de Rentas Internas los requisitos son:

- Copia y original de la cedula de identidad y certificado de votación
- Copia de la planilla de un servicio básico (agua, luz, teléfono)
- Actividad económica que va a realizar.

### **Patente Municipal.**

Es el permiso otorgado por el Municipio de Loja, de lo da a personas naturales y jurídicas que ejercer una actividad económica independientemente si es de forma permanente u ocasional. El trámite se lo realiza en la misma institución, y se debe presentar los siguientes requisitos.

- Certificación de pago de impuestos
- Certificado de no adeudar al municipio
- Formulario relleno por el solicitante

### **Permiso de Funcionamiento de Bomberos.**

Este permiso es concedido el Cuerpo de Bomberos de Loja. Para obtenerlo, es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Copia de RUC
- Copia de la patente municipal
- Llenar una solicitud para la inspección respectiva (en caso de ser locales de riesgo nivel medio y alto, mientras que los de nivel bajo como tiendas o bazares no amerita inspección)

### **Estudio Administrativo**

#### **Filosofía empresarial:**

Se refiere al conjunto de elementos que definen las prácticas empresariales y permitirá que la empresa cumpla sus objetivos empresariales.

**Misión:**

La empresa “Manuscrito” es una empresa lojana dedicada a la producción de agendas artesanales y comprometida con ofrecer productos de calidad, fusionando la creatividad y funcionalidad para ayudar a las personas con su organización personal y a gestionar su tiempo de manera eficiente

**Visión:**

En el año 2029, la empresa “Manuscrito” será reconocida por la ciudadanía lojana como una empresa confiable y comprometida con sus clientes al ofrecerles productos llamativos y de calidad que pueden aumentar su productividad.

**Valores:**

**Transparencia:** Comunicación clara y honesta con todos nuestros clientes, colaboradores y proveedores acerca de las operaciones y relaciones comerciales.

**Respeto:** Promover el respeto mutuo entre empleados, clientes, proveedores y demás personas para crear un ambiente de trabajo seguro y armonioso para todos.

**Creatividad:** Crear diseños de agendas de distintos estilos y buscar constantemente la innovación en diseños y colores para que sean llamativos al público.

**Calidad:** Utilizar materias primas de buena calidad y técnicas de manufactura que garanticen que el producto final cumpla con las expectativas del cliente en funcionalidad y durabilidad.

**Objetivos estratégicos:**

- Incrementar la rentabilidad de Manuscrito en un 2% anual, durante un período de 5 años.
- Lograr una participación de 10% en el mercado en un plazo de 5 años.
- Establecer al menos tres alianzas estratégicas con proveedores de materia prima durante el primer año.
- Realizar innovaciones en la producción, mediante el desarrollo de nuevos formatos de agendas y de nuevos diseños y colecciones.

**Políticas:**

- Mantener un comportamiento ético dentro de la jornada laboral.

- Todos los empleados deben pasar por una capacitación de una semana al momento de ser contratados.
- Responder de forma rápida a las consultas o inquietudes de los clientes.
- No se permite ingerir alimentos en el espacio de trabajo.
- Promover el trabajo en equipo.
- Recibir cursos o capacitaciones al menos dos veces al año.

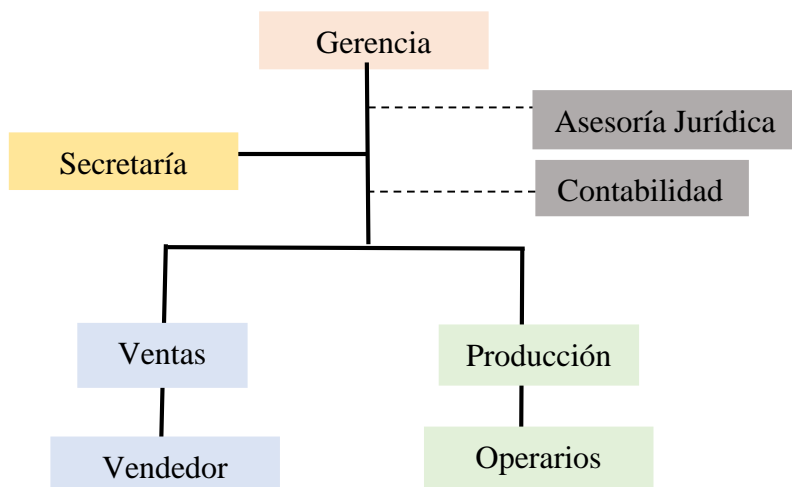
### Organigramas

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad. La empresa Manuscrito al ser un negocio nuevo dispondrá de los siguientes organigramas simples, por el tamaño del local y las actividades que se van a desarrollar.

#### Organigrama estructural:

*Figura 12*

*Organigrama estructural*



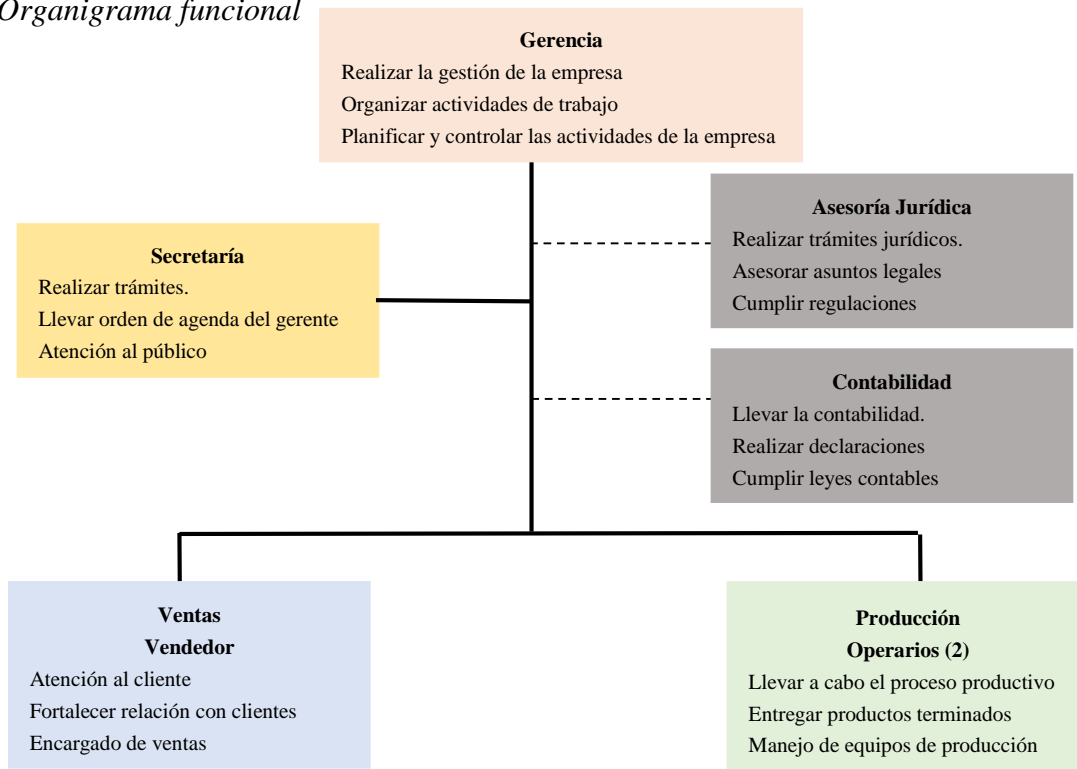
*Nota:* Organigrama estructural de la empresa Manuscrito



## Organigrama funcional

**Figura 13**

*Organigrama funcional*

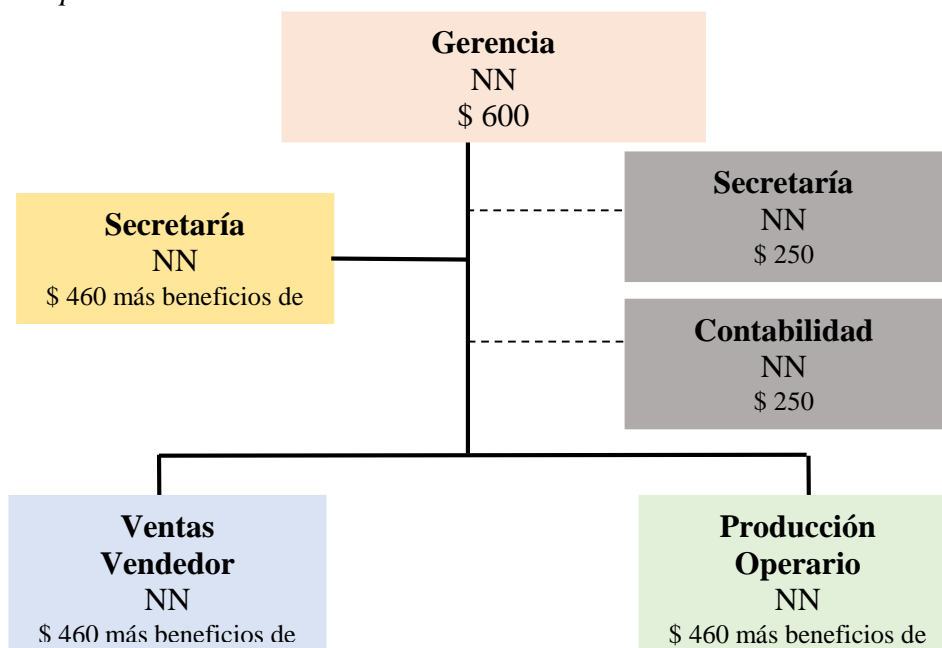


*Nota:* Organigrama funcional de la empresa Manuscrito

## Organigrama posicional

**Figura 14**

*Organigrama posicional*



*Nota:* Organigrama posicional de la empresa Manuscrito

## **Manual de funciones**

Determina las funciones y responsabilidades que les corresponde realizar a cada uno de los ejecutivos y trabajadores de la empresa. Define también la línea de autoridad que ejecuta cada sección.

En base a la investigación realizada y de acuerdo a los puestos requeridos para el funcionamiento de la empresa se presenta el siguiente manual de funciones, el cual puede estar sujeto a cambios si se considera necesario en el futuro:

**Tabla 32**

*Manual de funciones Gerente*

<b>“MANUSCRITO” CÍA LTDA.</b>		<b>1</b>
<b>CÓDIGO</b>	001	
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	<b>GERENTE</b>	
<b>NIVEL JERÁRQUICO</b>	Nivel ejecutivo	
<b>INMEDIATO SUPERIOR</b>	JUNTA GENERAL DE SOCIOS	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Planifica, organiza, dirige y controla las actividades que se realizan en la empresa.	
<b>FUNCIONES:</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Representar judicial y extra judicial a la empresa.</li><li>• Cumplir y hacer cumplir la ley, estatutos y reglamento de la empresa.</li><li>• Administrar la empresa con solvencia y dinamismo.</li><li>• Organizar actividades de trabajo</li><li>• Planificar y controlar las actividades de la empresa</li><li>• Convocar a reuniones para coordinar actividades de la empresa.</li></ul>		
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Supervisar, controlar y coordinar las actividades del personal de la empresa.</li><li>• Actuar con dependencia profesional usando su criterio para la solución de problemas inherentes a su cargo</li></ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Título de Ingeniero/a Comercial o Licenciado en Administración de Empresas</li></ul>		

- Experiencia mínima de un año en cargos similares
- Conocimientos en programas Office.
- Curso de relaciones humanas

*Nota:* Detalle de las actividades que deben cumplirse de acuerdo al cargo, según lo ha elaborado la autora

**Tabla 33**

*Manual de funciones Asesor Jurídico*

<b>“MANUSCRITO” CÍA LTDA.</b>		2
<b>CÓDIGO</b>	002	
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	<b>ASESOR JURÍDICO</b>	
<b>NIVEL JERÁRQUICO</b>	Nivel asesor	
<b>INMEDIATO SUPERIOR</b>	GERENCIA	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Interviene en los asuntos legales de manera ocasional o cuando la empresa lo amerite	

**FUNCIONES:**

- Aconseja a los directivos sobre asuntos legales relacionados con la empresa.
- Ejerce la representación judicial y extra judicial dentro de la empresa junto con el gerente.
- Elaborar y mantener un archivo de contratos, convenios, reglamentos.
- Presentar proyectos de reformas legales de la empresa.
- Participar en sesiones de la Junta General de Socios.
- Presentar proyectos de reformas legales de la empresa.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

- Se caracteriza por mantener autoridad funcional más no de mando, y su participación es eventual.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Título de Abogado.
- Dos años de experiencia en funciones similares

*Nota:* Detalle de las actividades que deben cumplirse de acuerdo al cargo, según lo ha elaborado la autora

**Tabla 34**

*Manual de funciones contador*

<b>“MANUSCRITO” CÍA LTDA.</b>		<b>3</b>
<b>CÓDIGO</b>	003	
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	<b>CONTADOR</b>	
<b>NIVEL JERÁRQUICO</b>	Nivel asesor	
<b>INMEDIATO SUPERIOR</b>	GERENCIA	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Interviene en los asuntos legales de manera ocasional o cuando la empresa lo amerite	

**FUNCIONES:**

- Aconseja a los directivos sobre asuntos contables relacionados con la empresa.
- Llevar y controlar la contabilidad
- Presentar informes de contabilidad solicitados por el gerente
- Llevar registros de las obligaciones tributarias de la empresa

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

- Responsabilidad técnica y económica en el manejo de trámites y operaciones contables

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Título en contabilidad y auditoría
- Un año de experiencia en funciones similares

*Nota:* Detalle de las actividades que deben cumplirse de acuerdo al cargo, según lo ha elaborado la autora

**Tabla 35**

*Manual de funciones Secretaria*

<b>“MANUSCRITO” CÍA LTDA.</b>		<b>4</b>
<b>CÓDIGO</b>	004	
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	<b>SECRETARIA</b>	
<b>NIVEL JERÁRQUICO</b>	Nivel de apoyo	
<b>INMEDIATO SUPERIOR</b>	GERENCIA	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Responsabilidad, eficiencia, discreción en las labores e interpretar sistemas de contabilidad en la empresa.	

**FUNCIONES:**

- Ejecutar labores de mecanografiado de las comunicaciones y datos de la empresa.
- Atender al personal de la empresa y al consumidor tanto personal y telefónicamente y mantener archivos de comunicaciones enviadas o recibidas
- Convocar a sesiones a petición del gerente y conceder entrevistas con el mismo.
- Llevar al día la agenda del gerente.

---

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

- Responsabilidad técnica en el manejo de trámites administrativos.

---

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Título de tercer nivel en administración de empresas o carreras afines.
- Un año de experiencia en funciones similares
- Conocimiento de programas Office.
- Cursos de atención al cliente

---

*Nota:* Detalle de las actividades que deben cumplirse de acuerdo al cargo, según lo ha elaborado la autora

**Tabla 36**

*Manual de funciones Obrero*

<b>“MANUSCRITO” CÍA LTDA.</b>		<b>5</b>
<b>CÓDIGO</b>	005	
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	<b>OBrero</b>	
<b>NIVEL JERÁRQUICO</b>	Nivel operativo	
<b>INMEDIATO SUPERIOR</b>	GERENCIA	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Ejecutar labores correspondientes al proceso de producción	

---

**FUNCIONES:**

- Coordinar con el departamento de ventas la producción y comercialización
- Informar diariamente las actividades realizadas
- Elaborar los productos que se ofrecen en la empresa de acuerdo a las disposiciones emanadas por los superiores
- Calcular la cantidad exacta de materia prima a procesar.
- En lo posible evitar el desperdicio de materiales.

---

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

- Habilidad y destreza para realizar el proceso productivo de agendas
-

---

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Título de bachiller
- Habilidad para realizar trabajos manuales.
- Manejo de programas Office, Ilustrador.

---

*Nota:* Detalle de las actividades que deben cumplirse de acuerdo al cargo, según lo ha elaborado la autora

**Tabla 37**

*Manual de funciones Vendedor*

---

<b>“MANUSCRITO” CÍA LTDA.</b>		6
<b>CÓDIGO</b>	006	
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	<b>VENDEDOR</b>	
<b>NIVEL JERÁRQUICO</b>	Nivel operativo	
<b>INMEDIATO SUPERIOR</b>	GERENCIA	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Planificar estrategias de distribución y comercialización del producto	

---

**FUNCIONES:**

- Responsable de las ventas.
- Entrega de productos terminados de forma oportuna
- Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización
- Hacer conocer los pedidos al departamento de producción.

---

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

- Requiere de conocimientos de comercialización de productos

---

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Título de bachiller
- Haber recibido cursos en el área de mercadotecnia en los dos últimos años
- Experiencia mínima de un año
- Cursos de atención al cliente

---

*Nota:* Detalle de las actividades que deben cumplirse de acuerdo al cargo, según lo ha elaborado la autora

## Estudio financiero

En lo referente al estudio financiero se realiza el análisis de las inversiones y financiamiento, los presupuestos correspondientes, se determinan los costos e ingresos, se estructuran los estados financieros y se encuentra el punto de equilibrio para el presente proyecto.

### Inversiones:

Las inversiones son los desembolsos o recursos financieros necesarios para la adquisición de los elementos necesarios para cubrir la capacidad de producción durante la vida útil. Inicialmente se hace una inversión inicial en base a los requerimientos de los equipos, materiales, espacio físico, recursos humanos, entre otros; necesarios para instalar el negocio y ponerlo en marcha. Para la inversión inicial se consideran: inversión en activos fijos, inversión en activos diferidos y la inversión en capital de trabajo.

### Inversión en Activos Fijos

Son todas aquellas inversiones en bienes tangibles que se utilizan para el proceso productivo o que son necesarios para las actividades diarias en la empresa. Los activos fijos son permanentes en la empresa y están sujetos a depreciaciones. Para este caso son maquinaria y equipo, muebles y enseres y equipo de computación; a continuación, se detalla cada una:

**Maquinaria y equipo:** Corresponde a los desembolsos que se realizan con la finalidad adquirir todo el componente tecnológico necesario para llevar a efecto sus actividades operativas referentes a la producción de agendas.

**Tabla 38**

*Maquinaria y equipo*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
1	Fotocopiadora RICOH Aficio MP 301 Impresora Copiadora Escáner	539,00	539,00
2	Guillotina reciclada Bypass Fiskars	32,00	64,00
2	Máquina encuadernadora huecos redondos	155,00	310,00
<b>Total</b>			<b>913,00</b>

*Nota:* Se muestra el presupuesto de cada uno de los rubros que conforman la maquinaria y equipo del proyecto, con sus respectivos valores consultados de distintos comercios de forma directa.

**Muebles y enseres:** Son los desembolsos correspondientes en bienes que le permitan a la empresa llevar a cabo sus actividades con eficiencia y eficacia y que son de apoyo para llevar a cabo el proceso productivo y ventas, los cuales se presentan a continuación:

**Tabla 39**

*Muebles y enseres*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
1	Perchas	120,00	120,00
5	Sillas ergonómicas	41,00	205,00
2	Mesa metálica	170,00	340,00
2	Escritorio	100,00	200,00
2	Sillas de espera	31,00	62,00
1	Counter	285,00	285,00
1	Vitrinas horizontales	200,00	200,00
1	Estante archivador	115,00	115,00
<b>Total</b>			<b>1.527,00</b>

*Nota:* Se muestra el presupuesto de cada uno de los rubros que conforman los muebles y enseres del proyecto, con sus respectivos valores consultados de distintos comercios.

**Equipo de computación:** Son todos aquellos bienes que serán utilizados en el área administrativa, ventas y producción con la finalidad de optimizar los tiempos en presentar informes, manejo e ventas y diseños de agendas.

**Tabla 40**

*Equipo de computación*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
2	Computador de mesa Intel Core I3	429,00	858,00
1	Impresora Ecotank Epson	175,00	175,00
<b>Total</b>			<b>1.033,00</b>

*Nota:* Se muestra el presupuesto de cada uno de los rubros que conforman el equipo de computación del proyecto, con sus respectivos valores consultados de forma directa.

**Equipo de oficina:** Son los desembolsos que se realizarán para adquirir el equipo para ser más eficaces en las actividades económicas de la empresa.



**Tabla 41**

*Equipo de oficina*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>	
		<b>unitario</b>	<b>Total</b>
1	Caja registradora	60,50	60,50
1	Cámara de seguridad	48,00	48,00
1	Celular	270,00	270,00
<b>Total</b>			<b>378,00</b>

*Nota:* Se muestra el presupuesto de cada uno de los rubros que conforman el equipo de oficina del proyecto, con sus respectivos valores consultados de forma directa

**Reinversión equipo de computación**

Para el cuarto año de la empresa es necesario hacer una reinversión en lo correspondiente a al equipo de computación ya que este activo solo tiene un tiempo de vida útil de tres años. A continuación, se detalla la reinversión que se debería llevar a cabo:

**Tabla 42**

*Reinversión equipo de computación*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
1	Equipo de computación	1.079,00
1	% de incremento	46,49
<b>Total</b>		<b>1.125,49</b>

*Nota:* Se muestra el presupuesto de la reinversión del equipo de computación para el año 4 del proyecto

**Resumen de activos fijos**

**Tabla 43**

*Resumen de Activos Fijos*

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Muebles y enseres	1.527,00
Maquinaria y equipo	913,00
Equipo de oficina	378,50
Equipo de computación	1.033,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>3.851,50</b>

*Nota:* Se muestra el resumen de la inversión en activos fijos con información de la tabla 37, 38, 39 y 40

**Inversión en Activos Diferidos**

La inversión en activos diferidos se compone de aquellos valores que se destinan a los activos intangibles que se cancelan por anticipado para poner en ejecución el proyecto y realizar las actividades económicas generando estabilidad y son recuperables mediante su amortización. A continuación, están los rubros para esta inversión:

**Estudios preliminares:** Corresponde el valor a pagar por los estudios que permiten determinar la posibilidad de poner a ejecución o no el negocio, es decir, el estudio de factibilidad. Este rubro asciende a \$500,00

**Gastos de constitución:** Son aquellos valores que se pagan y que corresponden a la puesta en marcha del negocio, ya sea en pagos legales u otros pagos iniciales relacionados con el inicio del negocio. Este rubro asciende a \$150,00

**Permisos de funcionamiento:** Son los valores que se destinan a pagar los trámites correspondientes para iniciar las actividades productivas y que se realizan en la Ciudad de Loja y que también permiten iniciar las actividades comerciales. Este rubro asciende a \$60,00

**Adecuaciones del local de arriendo:** Corresponden a las erogaciones destinadas al local de arriendo puesto que para poder tener un buen estado del negocio se debe realizar algunas adecuaciones para mejorar las instalaciones físicas (Instalaciones eléctricas, cubículos, pintura, etc.). Este rubro asciende a \$1.000,00

**Honorarios profesionales:** Son las erogaciones que se cancelan al abogado con la finalidad de que se realice todos los trámites correspondientes con respecto a la constitución y legalidad de la empresa. Este rubro asciende a \$200,00

**Registro de marca:** Son los valores que se cancelan por el trámite correspondiente al registro de marca en el SENADI y que le garantiza al negocio la exclusividad en lo correspondiente al nombre del negocio. Este rubro asciende a \$296,00

#### **Resumen de activos diferidos**

#### ***Tabla 44***

#### *Resumen de inversión en Activos Diferidos*

<b>Activos diferidos</b>	<b>Valor total</b>
Estudios preliminares	500,00
Gastos de constitución	150,00
Permisos de funcionamiento	60,00
Honorarios profesionales	200,00

Registro de marca	296,00
Adecuaciones	1.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2.206,00</b>

*Nota:* Se muestra el resumen de cada uno de los rubros de los activos diferidos necesarios para el presente proyecto y con los valores consultados de una investigación directa que se realizó.

### **Inversión de capital de trabajo**

#### **Costos de producción**

**Costo primo:** Elementos que intervienen directamente en la elaboración de los productos.

**Materia prima:** Se refiere a los insumos necesarios para transformarlos en una agenda terminada después de pasar por el proceso de producción.

**Tabla 45**

#### *Materia prima directa*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
832	Resma de hojas A4 de 75gr-	3,50	2.912,00
347	Vinil Adhesivo transparente	3,50	1.214,50
578	Pliegos de cartón	1,02	589,00
5	Tira de anillos metálicos	80,00	400,00
10	Cinta de tela	3,50	35,00
52	Fundas de cartulina	5,80	301,60
<b>Total anual</b>			<b>5.452,66</b>
<b>Total mensual</b>			<b>454,39</b>

*Nota:* Se muestra el presupuesto de cada uno de los rubros que conforman la materia prima, con sus respectivos valores consultados de forma directa.

**Mano de obra directa:** Son los valores que se tienen que cancelar a las personas que van a laborar como obreros en la transformación de la materia prima en productos terminados.

**Tabla 46**

#### *Mano de obra directa*

<b>Cargo</b>	<b>Salario</b>	<b>Aporte IFTH</b>	<b>Aporte CECAP</b>	<b>Décimo tercer sueldo</b>	<b>Décimo cuarto sueldo</b>	<b>Aporte patronal</b>	<b>Total</b>
Obrero 1	460,00	2,30	2,30	38,33	38,33	51,29	592,56
Obrero 2	460,00	2,30	2,30	38,33	38,33	51,29	592,56

<b>Total mensual</b>	<b>1.185,11</b>
<b>Total anual</b>	<b>14.221,36</b>

*Nota:* Se muestra el presupuesto de los sueldos que se debe pagar al personal administrativo del negocio

### Resumen costo primo

**Tabla 47**

*Resumen costo primo*

<b>Descripción</b>	<b>Costo anual</b>	<b>Costo mensual</b>
Materia prima directa	5.452,66	454,39
Mano de obra directa	14.221,36	1.185,11
<b>Total costo primo</b>	<b>19.674,02</b>	<b>1.639,50</b>

*Nota:* Se muestra el resumen de costo primo con información de las tablas 44 y 45

### Costos indirectos de producción

**Materia prima indirecta:** Corresponde a la adquisición de materiales que permiten el acabado del producto.

**Tabla 48**

*Materia prima indirecta*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
200	Pegamento	2,26	43200
12	Toner	45,00	540,00
<b>Total anual</b>			<b>972,00</b>
<b>Total mensual</b>			<b>81,00</b>

*Nota:* Se muestra el presupuesto de cada uno de los rubros que conforman la materia prima indirecta, con sus respectivos valores consultados de forma directa.

**Empaques y etiquetas:** Son las erogaciones que se realizan por concepto del empaque y las etiquetas que llevarán las agendas al momento que los clientes hacen su compra.

**Tabla 49**

*Empaques y etiquetas*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
5.200	Empaque fundas	0,05	260,00
5.200	Etiquetas impresas	0,01	52,00

<b>Total anual</b>	<b>312,00</b>
<b>Total mensual</b>	<b>26,00</b>

*Nota:* Se muestra el presupuesto de cada uno de los rubros de empaques y etiquetas, con sus respectivos valores consultados de forma directa.

**Indumentaria de trabajo:** Son los desembolsos correspondientes a la adquisición de vestimenta para el personal del departamento de producción para mayor comodidad en el proceso productivo.

**Tabla 50**

*Indumentaria de trabajo*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
4	Uniforme	35,00	140,00
<b>Total anual</b>			<b>140,00</b>
<b>Total mensual</b>			<b>11,67</b>

*Nota:* Se muestra el presupuesto de indumentaria de trabajo, con sus respectivos valores consultados de forma directa.

**Insumos de limpieza:** Son los gastos destinados a la adquisición de implementos y utensilios de limpieza.

**Tabla 51**

*Insumos de limpieza*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
4	Escoba plástica	3,80	15,20
2	Trapeador: 3 unidades	3,60	7,20
1	Tacho para basura	15,00	15,00
2	Desinfectante	5,00	10,00
2	Franela	1,00	2,00
2	Recogedor de basura	1,00	2,00
<b>Total anual</b>			<b>51,40</b>
<b>Total mensual</b>			<b>4,28</b>

*Nota:* Se muestra el presupuesto de implementos de limpieza, con sus respectivos valores consultados de forma directa.

**Implementos de producción:** Son los gastos que se generan por la compra de implementos que sirven de complemento para llevar a efecto el proceso productivo.

**Tabla 52 Implementos de producción**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
2	Reglas	0,70	1,40
2	Tijeras	2,50	5,00

1	Caja de pinzas	1,50	1,50
2	Caja guantes de latex	3,00	6,00
2	Reglas de corte	0,60	1,20
<b>Total anual</b>			<b>15,10</b>
<b>Total mensual</b>			<b>1.26</b>

*Nota:* Se muestra el presupuesto de implementos de producción, con sus respectivos valores consultados de forma directa.

**Implementos de seguridad:** Son las derogaciones que se realizan para adquirir algunos insumos necesarios de seguridad como:

**Tabla 53**

*Implementos de seguridad*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
6,00	Letrero preventivo	5,00	30,00
1,00	Extintor	45,00	45,00
1,00	Botiquín de primeros auxilios	15,00	15,00
<b>Total anual</b>			<b>90,00</b>
<b>Total mensual</b>			<b>7,50</b>

*Nota:* Se muestra el presupuesto de implementos de seguridad, con sus respectivos valores consultados de forma directa en distintos comercios.

**Mantenimiento de equipos:** Son erogaciones que se realizan para la revisión y mantenimiento periódico de los equipos y asegurar su funcionamiento evitando interrupciones en la producción diaria.

**Tabla 54**

*Mantenimiento de equipos*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
6	Mantenimiento de maquinaria y equipo	10,00	60,00
<b>Total anual</b>			<b>60,00</b>
<b>Total mensual</b>			<b>5,00</b>

*Nota:* Se muestra el presupuesto de mantenimiento de equipo, con sus respectivos valores consultados de forma directa.

Resumen de costos indirectos de producción

**Tabla 55**

*Resumen de costos indirectos de producción*

<b>Descripción</b>	<b>Costo anual</b>	<b>Costo mensual</b>
--------------------	--------------------	----------------------

Materia prima indirecta	540,00	45,00
Empaques y etiquetas	52,00	4,33
Indumentaria de trabajo	140,00	11,67
Implementos de limpieza	51,40	4,28
Implementos de producción	15,10	1,26
Implementos de seguridad	90,00	7,50
Mantenimiento de equipo	60,00	5,00
<b>Total costos indirectos de producción</b>	<b>948,50</b>	<b>79,04</b>

*Nota:* Se muestra el resumen de costos indirectos de producción

### Gastos operativos

### Gastos Administrativos

**Sueldos y salarios:** Son los valores que se deben pagar al personal que labora en el área administrativa, es decir, a los sueldos y salarios que les corresponde a cada persona.

**Tabla 56**

*Sueldos y salarios en área administrativa*

Cargo	Sueldo	Aporte IFTH	Aporte CECAP	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Aporte patronal	Total
Gerente	545,00	2,73	2,73	45,42	45,42	60,77	702,05
Secretaria	460,00	2,30	2,30	38,33	38,33	51,29	592,56
<b>Total mensual</b>							<b>1.294,61</b>
<b>Total anual</b>							<b>15.535,29</b>

*Nota.* Se muestra los sueldos que se debe pagar al personal administrativo del negocio.

**Servicios profesionales:** Son los gastos que se destinan a los honorarios profesionales del contador por servicios recibidos.

**Tabla 57**

*Servicios profesionales*

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total
6	Servicio profesional del contador	30,00	180,00
2	Servicio profesional del abogado	40,00	80,00
1	Servicio profesional del diseñador gráfico	320,00	320,00
<b>Total anual</b>			<b>580,00</b>
<b>Total inicial</b>			<b>390,00</b>

*Nota.* Se muestra el presupuesto que se debe pagar por servicios profesionales

**Servicios Básicos:** Son los pagos que se deben realizar por agua, energía eléctrica, internet y telefonía y que son necesarios para el funcionamiento correcto del negocio.

**Tabla 58**

*Servicios básicos*

<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
100,00	Kw/H	Energía eléctrica	0,10	10,00
10,00	m3	Agua potable	0,30	3,00
1,00	Plan	Telefonía móvil	25,00	25,00
1,00	Mensual	Internet	25,00	25,00
<b>Total mensual</b>				<b>63,00</b>
<b>Total anual</b>				<b>756,00</b>

*Nota.* Se muestra el presupuesto de cada uno de los rubros de los servicios públicos con sus respectivos valores investigados de manera directa

**Arriendo:** Es el lugar que se debe pagar para poner el negocio “Manuscrito” para poder comercializar las agendas.

**Tabla 59**

*Arriendo*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio mensual</b>	<b>Total</b>
1	Arriendo local por 12 meses	400,00	4.800,00
<b>Total anual</b>			<b>4.800,00</b>
<b>Total mensual</b>			<b>400,00</b>

*Nota.* Se muestra el presupuesto de arriendo de local comercial con su respectivo valor

**Implementos varios:** Se refiere al gasto destinado a los implementos de aseo y de oficina que se utilizaran en el área administrativa.

**Tabla 60**

*Implementos varios*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
2	cajas de esferos	\$3,00	\$6,00
2	Perforadora y grapadora	\$4,50	\$9,00
2	Sellos	\$5,00	\$10,00
1	caja de lápices	\$1,50	\$1,50
1	Tacho para basura (negro)	\$10,00	\$10,00
1	Papel higiénico	\$22,00	\$22,00
6	Jabón de tocador	\$1,00	\$6,00
1	Alcohol	\$7,00	\$7,00
2	Recogedor de basura	\$1,00	\$2,00



2	Toalla para manos	\$2,00	\$4,00
<b>Total anual</b>			<b>\$77,50</b>
<b>Total mensual</b>			<b>\$6,46</b>

*Nota.* Se muestra el presupuesto de cada uno de los rubros de los implementos con sus respectivos valores investigados de manera directa en distintos comercios

### Resumen gastos administrativos

**Tabla 61**

*Resumen gastos administrativos*

<b>Descripción</b>	<b>Costo anual</b>	<b>Costo mensual/inicial</b>
Sueldos y salarios	\$15.535,29	\$1.294,61
Servicios profesionales	\$580,00	\$390,00
Servicios básicos	\$756,00	\$63,00
Arriendo	\$4.800,00	\$400,00
Implementos varios	\$77,50	\$6,46
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>\$21.748,79</b>	<b>\$2.154,07</b>

*Nota:* Se muestra el resumen de gastos administrativos

### Gatos de venta

**Sueldos y salarios:** Desembolsos por pago al personal del departamento de ventas.

**Tabla 62**

*Sueldos y salarios área de ventas*

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Aporte IFTH</b>	<b>Aporte CECAP</b>	<b>Décimo tercer sueldo</b>	<b>Décimo cuarto sueldo</b>	<b>Aporte patronal</b>	<b>Total</b>
Vendedor	\$460,00	\$2,30	\$2,30	\$38,33	\$37,50	\$51,29	\$591,72
<b>Total mensual</b>							<b>\$591,72</b>
<b>Total anual</b>							<b>\$7.100,68</b>

*Nota.* Se muestra el presupuesto que se debe pagar al personal del departamento de ventas.

**Publicidad:** son todos los gastos que se generan por concepto de publicidad en los medios de comunicación que se utilizaran para dar a conocer el producto de acuerdo al estudio de mercado.

**Tabla 63**

*Publicidad*

<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
5	Unidad	Facebook	\$30,00	\$150,00

5 Unidad	Instagram	\$30,00	\$150,00
<b>Total anual</b>			<b>\$300,00</b>
<b>Total mensual</b>			<b>\$25,00</b>

*Nota.* Se muestra el presupuesto que se debe pagar por publicidad con los respectivos valores consultados de forma directa.

#### Resumen gastos de ventas:

**Tabla 64**

*Resumen de gastos de ventas*

Descripción	Costo anual	Costo mensual
Sueldos y salarios	\$7.100,68	\$591,72
Publicidad	\$300,00	\$25,00
<b>Total gastos de ventas</b>	<b>\$7.400,68</b>	<b>\$616,72</b>

*Nota:* Se muestra el resumen de gastos en ventas.

#### Monto de inversión inicial

Para calcular el monto de inversión inicial se toma en cuenta el valor de los activos fijos, los activos diferidos y el valor mensual del capital de trabajo con el fin de determinar el valor que se necesita para que la empresa inicie sus operaciones y sus actividades comerciales. A continuación, se presenta el monto de inversión inicial:

**Tabla 65**

*Monto de inversión inicial*

Monto de inversión inicial			
Descripción	Parcial (mensual)	Subtotal	Total
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
Muebles y enseres		1.527,00	
Maquinaria y equipo		913,00	
Equipo de computación		1.033,00	
Equipo de oficina		378,50	
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>3.851,50</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
Estudios preliminares		500,00	
Gastos de constitución		150,00	
Permisos de funcionamiento		60,00	
Honorarios profesionales		200,00	
Registro de marca		296,00	
Adecuaciones		1.000,00	
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>2.206,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			

<b>Costo primo</b>	
Materia prima directa	454,39
Mano de obra directa	1.185,11
<b>Total costo primo</b>	<b>1.639,50</b>
Costos indirectos de producción	
Materia prima indirecta	45,00
Empaques y etiquetas	4,33
Indumentaria de trabajo	11,67
Implementos de limpieza	4,28
Implementos de producción	1,26
Implementos de seguridad	7,50
Mantenimiento de equipo	5,00
<b>Total costos indirectos de producción</b>	<b>79,04</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>1.718,54</b>
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	
Gastos administrativos	
Sueldos y salarios	1.294,61
Servicios profesionales	390,00
Servicios básicos	63,00
Arriendo	400,00
Implementos varios	6,46
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>2154,07</b>
Gastos de ventas	
Sueldos y salarios	591,72
Publicidad	25,00
<b>Total gastos de ventas</b>	<b>616,72</b>
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>2.770,79</b>
<b>TOTAL MONTO DE INVERSIÓN</b>	<b>10.546,83</b>

*Nota:* Se muestra el monto de la inversión inicial de acuerdo a las tablas 42, 43, 46, 54, 60y 63.

### **Financiamiento**

El financiamiento permite determinar la forma más adecuada de acuerdo al proyecto para obtener los recursos financieros necesarios para cubrir cada uno de los rubros de inversión, en donde se hará uso de las fuentes internas y externas con el propósito de tener el total de la inversión del proyecto que es de \$ 10.546,83.

Se determina la entidad financiera para obtener un crédito, para el presente proyecto será la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista, debido a que esta entidad ofrece una línea de crédito denominada CrediPYMES, en donde ofrece un interés de 12,26% a un plazo de 4 años y que se considera un porcentaje de interés bajo en comparación a otras entidades financieras. A continuación, se detalla la fuente interna y externa de financiamiento:

### **Fuente interna**

Para poder cubrir una parte de la inversión inicial del proyecto se ha decidido que será financiado por aportaciones propias del dueño de la empresa con un 74,44% del total de la inversión que corresponde a **\$7.850,78**

### **Fuente externa**

Para cubrir el otro monto de la inversión inicial que corresponde al 25,56% y sería de **\$2.696,05** y que corresponde al 70% del valor total de los activos fijos, se pedirá un crédito a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista con un interés de 12.26% y un plazo de 4 años. Por lo tanto, los rubros de financiamiento serían de la siguiente manera:

**Tabla 66**

*Financiamiento*

<b>Financiamiento</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Monto</b>
Fuente interna	74,44%	\$ 7.850,78
Fuente externa	25,56%	\$ 2.696,05
<b>Total</b>		<b>\$10.546,83</b>

*Nota:* La tabla muestra las fuentes de financiamiento del negocio

### **Análisis de costos**

Para determinar el presupuesto de costos se hace un análisis del estudio técnico se puede observar lo necesario en el proceso de producción que se lleva a cabo en la empresa.

### **Costos totales de la producción**

Se calculan de acuerdo a los costos que se generan por la producción y comercialización de las agendas artesanales y está compuesto por el costo de producción (costo primo y costos indirectos de fabricación) y los costos de operación o gastos de operación (gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros y otros gastos).

### **Depreciación de activos fijos:**

Cada uno de los activos fijos tienen una vida útil por el desgaste físico que sufren los bienes por su uso contante, para efectos de este trabajo de investigación se realizan los

culos de depreciación a través del método de porcentaje fijo a lo que establece la ley para presentar estados financieros.

Para poder calcular la depreciación de los bienes de activos fijos se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{Depreciación anual} = \text{Monto}(\% \text{ Depreciación})$$

$$\text{Valor residual} = \text{Monto} - (\text{Depreciación anual} * \text{años de proyecto})$$

A continuación, se presenta el resumen de estados financieros.

**Tabla 67**

*Depreciación de Activos Fijos*

Activos fijos	Monto	Años de vida útil	% Depreciación	Depreciación anual	Valor residual
Muebles y enseres	1.527,00	10	10,00%	157,70	763,50
Maquinaria y equipo	913,00	10	10,00%	91,30	456,50
Equipo de computación	1.033,00	3	33,33%	344,30	0,10
Equipo de oficina	378,50	10	10,00%	37,85	189,25
<b>Total</b>				<b>626,15</b>	<b>1.776,27</b>

*Nota:* Se muestra la depreciación de la inversión en activos fijos de la tabla 42

**Amortización de activos diferidos**

Los activos diferidos son divididos para 5 años que corresponde a los años de vida útil del proyecto. A continuación, se muestra la amortización de los activos diferidos:

**Tabla 68**

*Amortización Activos Diferidos*

Activo	Valor	Amortización
Estudios preliminares	500,00	100,00
Gastos de constitución	150,00	30,00
Patente de funcionamiento	60,00	12,00
Honorarios profesionales	200,00	40,00
Registro de marca	296,00	59,20
Adecuaciones	1.000,00	200,00
<b>TOTAL</b>		<b>441,20</b>

*Nota:* Se muestra la amortización de activos diferidos de la tabla 43

### **Amortización del capital**

Para realizar la amortización del crédito o préstamos que se ha recibido de la entidad financiera:

**Amortización**= Capital/ plazo de préstamo

**Interés**= Capital\*Tasa de interes

**Dividendos** = Interés+Amorización

**Valor en libros**= Capital-Amortización

**Datos:**

**Monto:** \$2.696,05

**Interés:** 12,26%

**Plazo:** 4 años

**Pagos anuales:** 1

#### **Tabla 69**

##### *Amortización de capital*

<b>Año/Período</b>	<b>Nuevo capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortización</b>	<b>Dividendo</b>	<b>Valor en libros</b>
0					2.696,05
1	2.696,05	330,54	674,01	1.004,55	2.022,04
2	2.022,04	247,90	674,01	921,91	1348,03
3	1.348,03	165,27	674,01	839,28	674,01
4	674,01	82,63	674,01	756,65	-

*Nota:* Se muestra la tabla de amortización del préstamo calculado con la tabla de amortización alemana.

Para estructurar el presupuesto proyectado se toma en consideración los costos anuales de los rubros señalados referentes a los costos y se les incrementa un margen de holgura de 1.18% en razón de la tasa de inflación anual presentada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el 2024 y se proyecta estos costos para los 5 años de vida del proyecto

#### **Tabla 70**

##### *Presupuesto proyectado*

---

<b>Presupuesto proyectado</b>
-------------------------------

---

Descripción	Año				
	1	2	3	4	5
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>Costo primo</b>					
Materia prima directa	5.452,66	5.517,00	5.582,10	5.647,97	5.714,62
Mano de obra directa	14.221,36	14389,17	14389,17	14389,17	14389,17
<b>Total costo primo</b>	<b>19.674,02</b>	<b>19.906,17</b>	<b>19.971,27</b>	<b>20.037,14</b>	<b>20.103,79</b>
<b>Costos indirectos de producción</b>					
Materia prima indirecta	540,00	546,37	552,82	559,34	565,94
Empaques y etiquetas	52,00	52,61	53,23	53,86	54,50
Indumentaria de trabajo	140,00	141,65	143,32	145,01	146,73
Implementos de limpieza	51,40	52,01	52,62	53,24	53,87
Implementos de producción	15,10	15,28	15,46	15,64	15,83
Implementos de seguridad	90,00	91,06	92,14	93,22	94,32
Mantenimiento de maquinaria y equipo	60,00	60,71	61,42	62,15	62,88
Depreciación muebles y enseres	152,70	152,70	152,70	152,70	152,70
Depreciación maquinaria y equipo	91,30	91,30	91,30	91,30	91,30
Depreciación Equipo de oficina	37,85	37,85	37,85	37,85	37,85
<b>Total costos indirectos de producción</b>	<b>1.230,35</b>	<b>1.241,54</b>	<b>1.252,87</b>	<b>1.264,32</b>	<b>1.275,92</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>20.904,37</b>	<b>21.147,72</b>	<b>21.224,14</b>	<b>21.301,14</b>	<b>21.379,71</b>
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>					
<b>Gastos administrativos</b>					
Sueldos y salarios	15535,29	15718,61	15904,09	16091,75	16281,64
Servicios profesionales	580,00	609,00	639,45	671,42	704,99
Servicios básicos	756,00	764,92	773,95	783,08	792,32
Arriendo	4.800,00	4.856,64	4.913,95	4.971,93	5.030,60
Implementos de limpieza	77,50	78,41	79,34	80,28	81,22
Depreciación equipo de computación	344,30	344,30	344,30	344,30	344,30
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>22.225,08</b>	<b>22.503,87</b>	<b>22.787,06</b>	<b>23.091,26</b>	<b>23.383,57</b>
<b>Gastos de ventas</b>					
Sueldos y salarios	7100,68	7184,47	7269,24	7355,02	7441,81
Publicidad	300,00	303,54	307,12	310,75	314,41
<b>Total gastos de ventas</b>	<b>7400,68</b>	<b>7488,01</b>	<b>7576,37</b>	<b>7665,77</b>	<b>7756,22</b>
<b>Gastos financieros</b>					

Intereses de préstamo	330,54	247,90	165,27	82,63	0
<b>Total de gastos financieros</b>	<b>330,54</b>	<b>247,90</b>	<b>165,27</b>	<b>82,63</b>	<b>0</b>
<b>Otros gastos</b>					
Amortización de activos diferidos	441,20	441,20	441,20	441,20	441,20
Amortización de capital	674,01	674,01	674,01	674,01	674,01
<b>Total otros gastos</b>	<b>1.115,21</b>	<b>1.115,21</b>	<b>1.115,21</b>	<b>1.115,21</b>	<b>1.115,21</b>
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>30.939,52</b>	<b>31.223,00</b>	<b>31.511,92</b>	<b>31.818,31</b>	<b>32.118,44</b>
<b>REINVERSIÓN</b>					
<b>ACTIVOS FIJOS</b>					
Reinversión equipo de computación				1.079,49	
<b>Total reinversión de activos fijos</b>				<b>1.079,49</b>	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>51.843,89</b>	<b>52.370,72</b>	<b>52.736,06</b>	<b>54.199,26</b>	<b>53.498,15</b>

Nota: Información tomada de las tablas

### Costo unitario de producción

Se establece en base al costo total de la producción que se determinó en el presupuesto y se divide para el número de unidades de agendas a producir anualmente por parte de la empresa.

$$\text{Costo unitario de producción} = \frac{\text{Costo total de producción}}{\# \text{ unidades de agendas a producir}}$$

**Tabla 71**

*Costo unitario de producción*

Descripción	Año				
	1	2	3	4	5
Costo total de producción	51.843,89	52.370,72	52.736,06	54.199,26	53.498,15
Unidades de producción	5.200,00	5.200,00	5.200,00	5.200,00	5.200,00
<b>Costo unitario de producción</b>	<b>9,97</b>	<b>10,07</b>	<b>10,14</b>	<b>10,43</b>	<b>10,21</b>

Nota: Cálculo del costo unitario de las agendas para cada año

### Precio de venta

Para establecer el precio de venta al público se le agrega un margen de utilidad del 20% al costo unitario de producción, este porcentaje se mantendrá fijo para todos los años de vida del proyecto, además se establece un precio ajustado para redondear precios, esta información se refleja en la siguiente tabla:



$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo unitario de producción}}{1 - \% \text{ margen de utilidad}}$$

**Tabla 72**

*Precio de venta*

<b>Año</b>	<b>Costo unitario de producción</b>	<b>Margen de utilidad</b>	<b>Precio de venta al público</b>	<b>Precio de venta ajustado</b>
1	9,97	15%	11,73	11,75
2	10,07	15%	11,85	11,85
3	10,14	15%	11,93	11,95
4	10,42	15%	12,26	12,25
5	10,29	15%	12,10	12,25

*Nota:* Información tomada de la tabla 70.

### **Ingresos**

El ingreso total por ventas de las agendas se calcula en base al número de unidades producidas por el precio de venta para cada año, a continuación, se muestra la información:

**Tabla 73**

*Ingresos*

<b>Descripción</b>	<b>Año</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Unidades de producción	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200
Precio de venta ajustado	11,75	11,85	11,95	12,25	12,25
Ingresos totales	61.100,00	61.620,00	62.140,00	63.700,00	63.700,00

*Nota:* Información tomada de la tabla 25 y 71

### **Clasificación de los costos**

A partir de los costos que se generan en la producción de un producto se dividen en costos fijos y costos variables puesto que no todos son siempre del mismo valor a lo largo del tiempo.

#### **Costos fijos**

Engloba los valores monetarios que la empresa debe cubrir independientemente si existe o no producción, entre estos rubros están mano de obra directa, mano de obra indirecta, arriendo, depreciaciones, amortizaciones, entre otros.

#### **Costos variables**

Son los rubros que varían de acuerdo al nivel de producción que se lleve a cabo en la empresa como, por ejemplo, la materia prima directa, materia prima indirecta, implementos de producción, implementos de aseo, entre otros.

**Tabla 74**

*Costos fijos*

<b>COSTOS FIJOS</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
Mano de obra directa	14.221,36	14.389,17	14.389,17	14.389,17	14.389,17
<b>Costos indirectos de producción</b>					
Mantenimiento de maquinaria y equipo	60,00	60,71	61,42	62,15	62,88
Depreciación muebles y enseres	152,70	152,70	152,70	152,70	152,70
Depreciación maquinaria y equipo	91,30	91,30	91,30	91,30	91,30
Depreciación Equipo de oficina	37,85	37,85	37,85	37,85	37,85
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>					
<b>Gastos administrativos</b>					
Sueldos y salarios	15.535,29	15.718,61	15.904,09	16.091,75	16.281,64
Servicios profesionales	580,00	609,00	639,45	671,42	704,99
Servicios básicos	756,00	764,92	773,95	783,08	792,32
Arriendo	4.800,00	4.856,64	4.913,95	4.971,93	5.030,60
Implementos de limpieza	77,50	78,41	79,34	80,28	81,22
Depreciación equipo de computación	344,30	344,30	344,30	344,30	344,30
<b>Gastos de ventas</b>					
Sueldos y salarios	7100,68	7184,47	7269,24	7355,02	7441,81
Publicidad	300,00	303,54	307,12	310,75	314,41
<b>Gastos financieros</b>					
Intereses de préstamo	330,54	247,90	165,27	82,63	0
<b>Otros gastos</b>					
Amortización de activos diferidos	441,20	441,20	441,20	441,20	441,20
Amortización de capital	674,01	674,01	674,01	674,01	674,01
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>					
	<b>45.502,73</b>	<b>45.954,73</b>	<b>46.244,36</b>	<b>46.551,48</b>	<b>46.852,35</b>

*Nota:* Estructura de costos fijos con la información de la tabla 69

**Tabla 75***Costos variables*

<b>COSTOS VARIBLES</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Materia prima directa	5.452,66	5.517,00	5.582,10	5.647,97	5.714,62
Materia prima indirecta	540,00	546,37	552,82	559,34	565,94
Empaques y etiquetas	52,00	52,61	53,23	53,86	54,50
Indumentaria de trabajo	140,00	141,65	143,32	145,01	146,73
Implementos de limpieza	51,40	52,01	52,62	53,24	53,87
Implementos de producción	15,10	15,28	15,46	15,64	15,83
Implementos de seguridad	90,00	91,06	92,14	93,22	94,32
<b>TOTAL COSTOS</b>					
<b>VARIABLES</b>	<b>6.341,16</b>	<b>6.415,99</b>	<b>6.491,69</b>	<b>6.568,30</b>	<b>6.645,80</b>

*Nota:* Estructura de costos variables con la información de la tabla 69

### **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es el punto de balance que se genera entre los ingresos y egresos, también denominado punto neutro en donde no hay ni pérdidas ni ganancias para la empresa y se lo puede calcular en función de las unidades producidas, los ingresos y la capacidad instalada.

### **Determinación del punto de equilibrio para el año 1**

**Tabla 76***Datos para punto de equilibrio año 1*

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
<b>Costo fijo (CF)</b>	\$ 45.502,73
<b>Costo variable (CV)</b>	\$ 6.341,16
<b>Ventas totales (VT)</b>	\$ 61.100,00
<b>Precio unitario de venta (PuV)</b>	\$ 11,75
<b>Costo Unitario Variable (Cuv)</b>	\$ 1,22

*Nota:* Información para el punto de equilibrio del primer año

### **Punto de equilibrio en función de la producción**

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo Unitario variable}}$$

$$PE = \frac{45.502,73}{11,75 - 1,22}$$

$$PE = \frac{45.502,73}{10,53}$$

$$PE = 4.321,02 = 4322$$

#### **Punto de equilibrio en función de los ingresos**

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo variable}}{\text{Ingresos totales}}\right)}$$

$$PE = \frac{45.502,73}{1 - \left(\frac{6.341,16}{61.100,00}\right)}$$

$$PE = \frac{45.502,73}{1 - 0,1037833061}$$

$$PE = 50.722,01$$

#### **Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada**

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable}} \times 100$$

$$PE = \frac{45.502,73}{61.100,00 - 6.341,16} \times 100$$

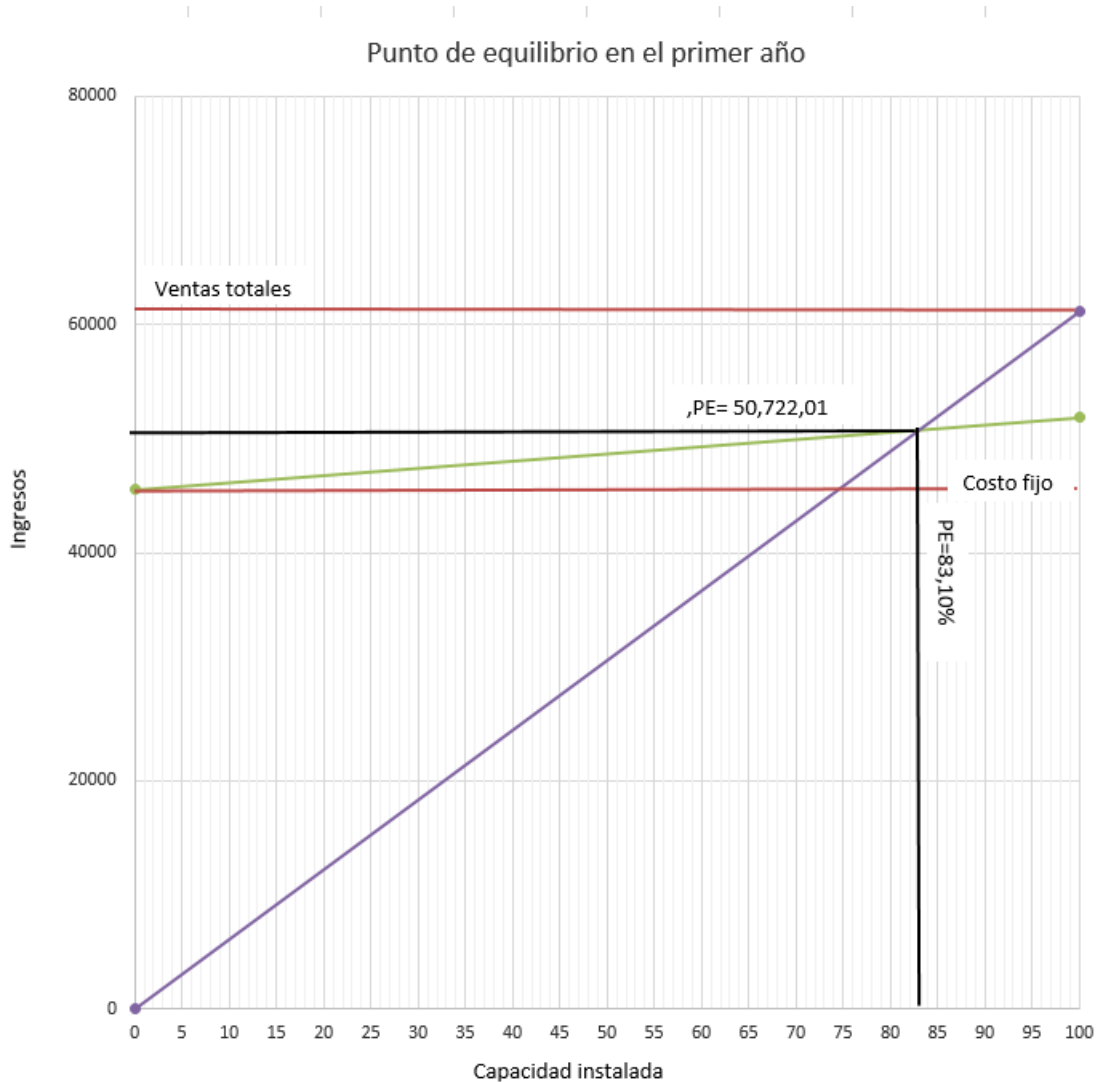
$$PE = \frac{45.502,73}{54.758,84} \times 100$$

$$PE = 83,10\%$$

## Representación gráfica

**Figura 15**

*Punto de equilibrio año 1*



*Nota:* Elaboración de la autora

**Análisis:** De acuerdo a lo que se puede observar en la gráfica para el año 1, el punto de equilibrio se produce cuando se generan ventas por \$50.772,01 y se trabaja con una capacidad instalada del 83,10%, lo que en unidades producidas se traduce en 4.322 agendas, con esto la empresa no gana ni pierde produciéndose el punto de equilibrio, por lo tanto, cuando la empresa tenga unos ingresos y una capacidad instalada por debajo de estos valores tendrá pérdida y cuando los valores de los ingresos y capacidad instalada sean mayores se obtendrán ganancias.

### Determinación del punto de equilibrio para el año 3

Tabla 77

Datos para punto de equilibrio año 3

Descripción	Total
Costo fijo (CF)	\$ 46.244,36
Costo variable (CV)	\$ 6.491,69
Ventas totales (VT)	\$ 62.140,00
Precio unitario de venta (PuV)	\$ 11,95
Costo Unitario Variable (Cuv)	\$ 1,25

Nota: Información para el punto de equilibrio del tercer año

#### Punto de equilibrio en función de la producción

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo Unitario variable}}$$

$$PE = \frac{46.244,36}{11,95 - 1,25}$$

$$PE = \frac{46.244,36}{10,70}$$

$$PE = 4.321,26 = 4.322$$

#### Punto de equilibrio en función de los ingresos

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo variable}}{\text{Ingresos totales}}\right)}$$

$$PE = \frac{46.244,36}{1 - \left(\frac{6.491,69}{62.140,00}\right)}$$

$$PE = \frac{46.244,36}{1 - 0,1044687802}$$

$$PE = 51.639,03$$

#### Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable}} \times 100$$

$$PE = \frac{46.244,36}{62.140,00 - 6.491,69} \times 100$$

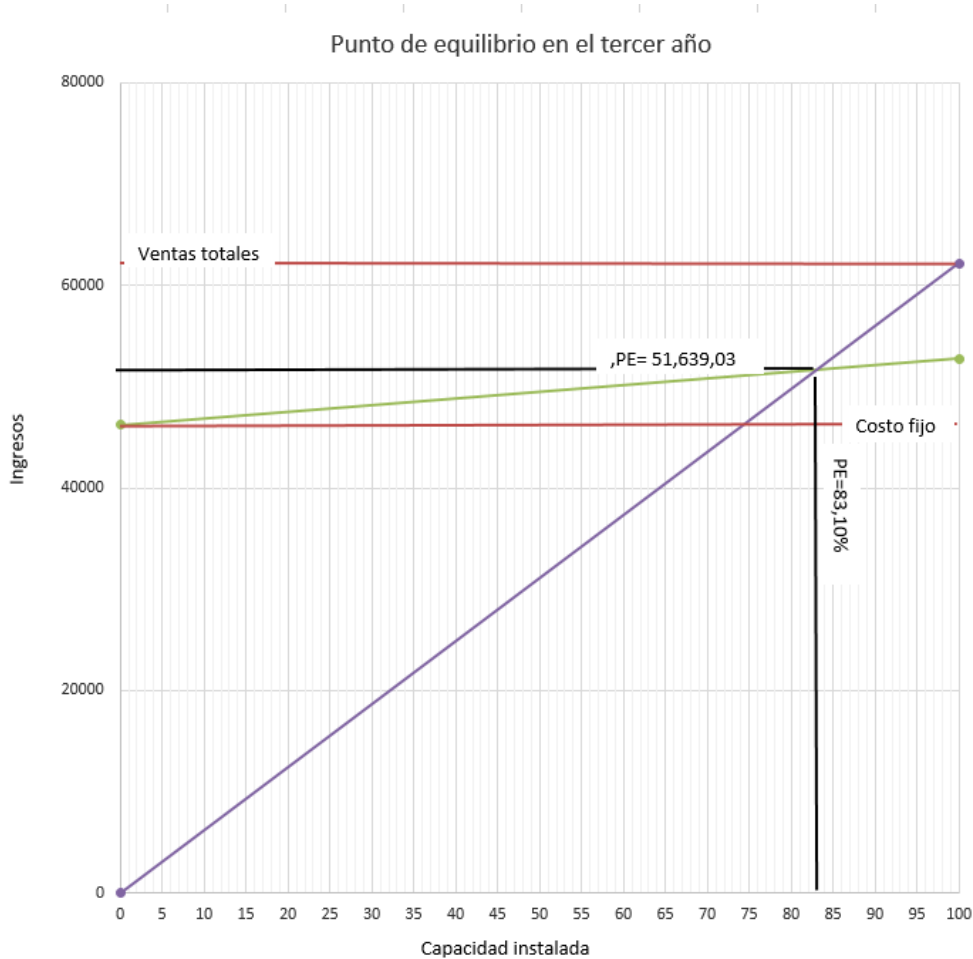
$$PE = \frac{46.244,36}{55.648} \times 100$$

$$PE = 83,10\%$$

### Representación gráfica

**Figura 16**

*Punto de equilibrio año 3*



*Nota:* Elaboración de la autora

**Análisis:** De acuerdo a lo que se puede observar en la gráfica para el año 3, el punto de equilibrio se produce cuando se generan ventas por \$51.639,03 y se trabaja con una capacidad instalada del 83,10%, lo que en unidades producidas se traduce en 4.322 agendas, con esto la empresa no gana ni pierde produciéndose el punto de equilibrio, por lo tanto, cuando la empresa tenga unos ingresos y una capacidad instalada por debajo de estos valores tendrá pérdida y cuando los valores de los ingresos y capacidad instalada sean mayores se obtendrán ganancias.

## Determinación del punto de equilibrio para el año 5

Tabla 78

Datos para punto de equilibrio año 5

Descripción	Total
Costo fijo (CF)	\$ 46.852,35
Costo variable (CV)	\$ 6.645,80
Ventas totales (VT)	\$ 63.700,00
Precio unitario de venta (PuV)	\$ 12,25
Costo Unitario Variable (Cuv)	\$ 1,28

Nota: Información para el punto de equilibrio del quinto año

### Punto de equilibrio en función de la producción

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo Unitario variable}}$$

$$PE = \frac{46.852,35}{12,25 - 1,28}$$

$$PE = \frac{46.852,35}{10,97}$$

$$PE = 4.270,95 = 4.271$$

### Punto de equilibrio en función de los ingresos

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo variable}}{\text{Ingresos totales}}\right)}$$

$$PE = \frac{46.852,35}{1 - \left(\frac{6.645,80}{63.700,00}\right)}$$

$$PE = \frac{46.852,35}{1 - 0,1043296703}$$

$$PE = 52.309,81$$

### Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable}} \times 100$$

$$PE = \frac{46.852,35}{63.700,00 - 6.645,80} \times 100$$



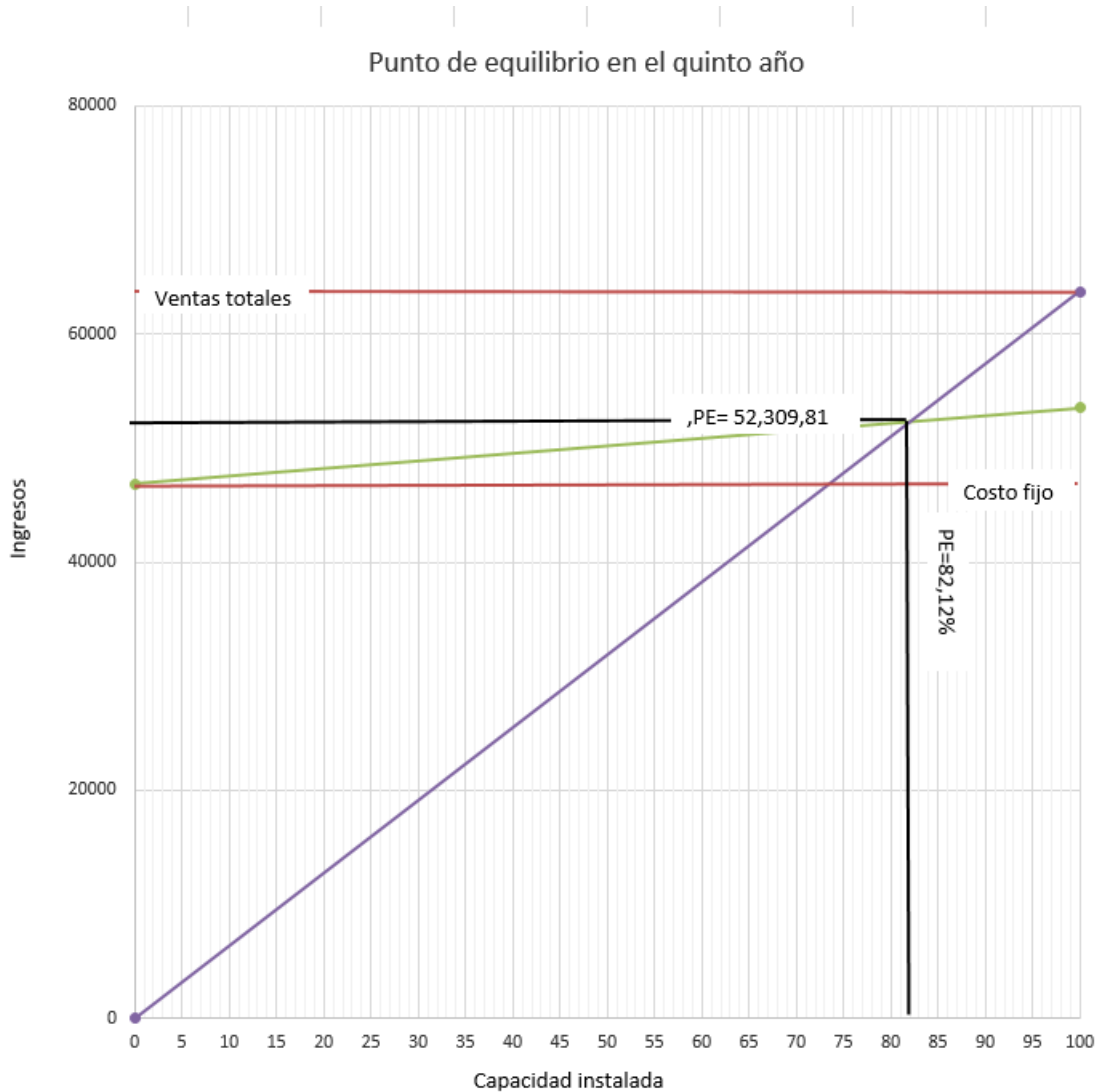
$$PE = \frac{46.852,35}{57.054,20} \times 100$$

$$PE = 82,12\%$$

### Representación gráfica

**Figura 17**

*Punto de equilibrio año 5*



*Nota:* Elaboración de la autora

**Análisis:** De acuerdo a lo que se puede observar en la gráfica para el año 5, el punto de equilibrio se produce cuando se generan ventas por \$52.309,81 y se trabaja con una capacidad instalada del 82,12%, lo que en unidades producidas se traduce en 4270 agendas, con esto la empresa no gana ni pierde produciéndose el punto de equilibrio, por lo tanto,

cuando la empresa tenga unos ingresos y una capacidad instalada por debajo de estos valores tendrá pérdida y cuando los valores de los ingresos y capacidad instalada sean mayores se obtendrán ganancias.

### Estado de pérdidas y ganancias

Es el estado contable que permite conocer si habrá utilidades o pérdidas en la empresa en el período de vida útil del proyecto o en el período determinado que se quiera conocer y se calcula en base a los ingresos y egresos percibidos. En este caso para determinar el estado de pérdidas y ganancias se considera lo establecido en la Ley de trabajo y la Ley de Régimen tributario, es decir, % de utilidad para trabajadores, impuesto a la renta y un % de reserva legal.

**Tabla 79**

*Estado de pérdidas y ganancias*

Rubros	Año				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	61.100,00	61.620,00	62.140,00	63.700,00	63.700,00
(+) Valor residual			0,10		1.776,27
<b>SUBTOTAL</b>	<b>61.100,00</b>	<b>61.620,00</b>	<b>62.140,10</b>	<b>63.700,00</b>	<b>65.476,27</b>
(-) Costos de producción	-20.904,37	-21.147,72	-21.224,14	-21.301,47	-21.379,71
(-) COSTOS OPERATIVOS	-30.939,52	-31.223,00	-31.511,92	-31.818,31	-32.118,44
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>9.256,11</b>	<b>9.249,28</b>	<b>9.404,05</b>	<b>10.580,22</b>	<b>11.978,13</b>
(-) 15% participación de trabajadores	-1.388,42	-1.387,39	-1.410,61	-1.587,03	-1.796,72
<b>(=) Utilidad operativa</b>	<b>7.836,70</b>	<b>7.861,89</b>	<b>7.993,44</b>	<b>8.993,19</b>	<b>10.181,41</b>
(-) Impuesto a la fracción básica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>7.867,70</b>	<b>7.861,89</b>	<b>7.993,44</b>	<b>8.993,19</b>	<b>10.181,41</b>
(-) Impuesto marginal a la renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Utilidad antes de reservas</b>	<b>7.867,70</b>	<b>7.861,89</b>	<b>7.993,44</b>	<b>8.993,19</b>	<b>10.181,41</b>
(-) 10% de reserva legal	-786,77	-786,19	-799,34	-899,32	-1.018,14
<b>(=) UTILIDAD NETA LÍQUIDA</b>	<b>7.080,93</b>	<b>7.075,70</b>	<b>7.194,10</b>	<b>8.093,87</b>	<b>9.163,27</b>

*Nota:* Información tomada de la tabla, y de acuerdo al Código de trabajo en el Ecuador, Ley de Régimen Tributario y el Servicio de Rentas Internas (SRI)

En el estado de resultados durante todos los años de vida del proyecto tiene una utilidad positiva, lo que representa un beneficio para el dueño del negocio.

### Evaluación financiera.

La evaluación financiera permite determinar si la inversión que se va a realizar generará rentabilidad o no con el proyecto que se pretende ejecutar y de acuerdo a los resultados tomar la decisión de llevarlo a cabo o no, para desarrollar la evaluación financiera se debe calcular los siguientes indicadores: VAN, TIR, PCR, RCB y el análisis de sensibilidad al incrementar los costos o disminuir los ingresos.

### Flujo de caja

El flujo de caja representa la diferencia entre las entradas y salida de dinero, es decir, permite saber cómo la empresa obtiene y gasta el dinero en efectivo cual es la cantidad exacta que obtendrá al final de cada período, este estado financiero no es un indicador como tal, sino que es una herramienta para poder evaluar financieramente al proyecto ya que proporciona información para el cálculo de indicadores.

**Tabla 80**

*Flujo de caja*

Descripción	Año					
	0	1	2	3	4	5
<b>Ingresos</b>						
Ingresos por ventas		61.100,00	61.620,00	62.140,00	63.700,00	63.700,00
Valor residual				0,10		1.776,27
Capital propio	7.850,78					
Préstamo a bancario	2.696,05					
<b>Total ingresos</b>	<b>10.546,83</b>	<b>61.100,00</b>	<b>61.620,00</b>	<b>62.140,10</b>	<b>63.700,00</b>	<b>65.476,27</b>
<b>Egresos</b>						
Activos fijos	3.851,50					
Activos diferidos	2.206,00					
Costo de producción	1.718,54	20.904,37	21.147,72	21.224,14	21.301,47	21.379,71
Costos operativos	2.770,79	30.939,52	31.223,00	31.511,92	31.818,31	32.118,44
<b>Total egresos</b>	<b>10.546,83</b>	<b>51.843,89</b>	<b>52.370,72</b>	<b>52.736,06</b>	<b>53.119,78</b>	<b>53.498,15</b>
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>		<b>9.256,11</b>	<b>9.249,28</b>	<b>9.404,05</b>	<b>10.580,22</b>	<b>11.978,13</b>
(-) 15% participación de trabajadores		-1.388,42	-1.387,39	-1.410,61	-1.587,03	-1.796,72
<b>(=) utilidad antes del impuesto a la renta</b>		<b>7.867,70</b>	<b>7.861,89</b>	<b>7.993,44</b>	<b>8.993,19</b>	<b>10.181,41</b>
(-) Impuesto a la fracción básica		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) SUBTOTAL</b>		<b>7.867,70</b>	<b>7.861,89</b>	<b>7.993,44</b>	<b>8.993,19</b>	<b>10.181,41</b>
(-) Impuesto marginal a la renta 5%		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) UTILIDAD LÍQUIDA</b>		<b>7.867,70</b>	<b>7.861,89</b>	<b>7.993,44</b>	<b>8.993,19</b>	<b>10.181,41</b>
(+) Depreciaciones		626,15	626,15	626,15	638,08	638,08

(+) Amortización de activos diferidos	441,20	441,20	441,20	441,20	441,20
<b>(=) FLUJO DE CAJA</b>	<b>8.935,04</b>	<b>8.929,24</b>	<b>9.060,79</b>	<b>10.072,47</b>	<b>11.260,69</b>

*Nota:* Información tomada de la tabla 78

A partir del cálculo de los flujos netos que tendrá la empresa durante cada año o período se procede a realizar el análisis de los indicadores financieros que corresponden a la evaluación financiera.

### **Valor Actual Neto (VAN)**

El valor actual neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de ingresos y costos que se generan en la vida útil del proyecto. Esta actualización puede aplicarse sobre el flujo neto y en definitiva corresponde al valor presente de los ingresos y gastos que se tendrán en todos los años de operación económica del proyecto.

Para tomar una decisión se debe considerar lo siguiente:

- Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto puesto que significa que el valor de la empresa aumentará
- Si el VAN es negativo se puede rechazar la inversión puesto que significa que la inversión perderá valor.
- Si el VAN es igual a cero la inversión queda a criterio del inversionista.

Para determinar el factor de actualización se toma en cuenta la tasa de descuento que se refiere al costo del capital, es decir, la tasa de interés, es decir, la tasa de interés a la que se consiguió el crédito, el 12,26%

$$\text{Factor de actualización} = 1 + (1 + i)^n$$

**Donde:**

FA= Factor de actualización

i= tasa de interés

n= número de periodos o años

l=constante

$$\text{Factor de actualización} = 1 + (1 + 12,26\%)^1$$

$$\text{Factor de actualización} = 0,890789239$$

Para calcular el Valor Actual Neto (VAN) se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Flujo actualizado o VAN} = \text{Flujo neto} * FA$$

$$\text{Flujo Actualizado o VAN} = 8.935,04(0,890789239)$$

$$\text{Flujo Actualizado o VAN} = 7.959,24$$

Para calcular el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto se utiliza la siguiente fórmula:

$$VANP = \sum \text{Flujo de caja actualizados} - \text{Inversión inicial}$$

$$VANP = \sum 34.107,33 - 10.546,83$$

$$VANP = 23.560,50$$

**Tabla 81**

Valor Actual Neto (VAN)

<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>			
<b>Actualización</b>			
<b>Años</b>	<b>Flujo de caja</b>	<b>Factor de actualización 12,26%</b>	<b>Flujos actualizados</b>
0	\$ 10.546,83		
1	\$ 8.935,04	0,8907892393	\$ 7.959,24
2	\$ 8.929,24	0,7935054688	\$ 7.085,40
3	\$ 9.060,79	0,7068461329	\$ 6.404,58
4	\$ 10.072,47	0,6296509290	\$ 6.342,14
5	\$ 11.250,69	0,5608862720	\$ 6.315,97
<b>Total</b>			<b>\$ 34.107,33</b>
Monto de Inversión			\$ -10.546,83
<b>VANP</b>			<b>\$ 23.560,50</b>

Nota: Información tomada de la tabla 79

**Análisis:** El resultado obtenido del VAN para el presente proyecto es positivo correspondiente a \$23.560,50 por lo tanto se demuestra que se puede aceptar el proyecto y realizar la inversión puesto que el valor de la empresa aumentará.

**Tasa interna de retorno**

La tasa interna de retorno representa el retorno generado de la inversión que se hizo en el proyecto, es el indicador que va a medir la rentabilidad, es decir, la ganancia que se tendrá para recuperar la inversión, esta tiene que ser superior a la tasa activa del 12,26%.

**Tabla 82**

*Tasa Interna de Retorno (TIR)*

<b>Tasa interna de retorno (TIR)</b>					
<b>Actualización</b>					
<b>Años</b>	<b>Flujo de caja</b>	<b>Factor de actualización FA=1/(1+i)^n</b>	<b>VAN menor</b>	<b>Factor de actualización FA=1/(1+i)^n</b>	<b>VAN mayor</b>
0	\$ 10.546,83	82,00%	\$ -10.546,83	83,00%	\$ -10.546,83
1	\$ 8.935,04	0,5494505495	\$ 4.909,37	0,5464480874	\$ 4.882,54
2	\$ 8.929,24	0,3018959063	\$ 2.695,70	0,2986055123	\$ 2.666,32
3	\$ 9.060,79	0,1658768716	\$ 1.502,98	0,1631724111	\$ 1.478,47
4	\$ 10.072,47	0,0911411382	\$ 918,02	0,0891652520	\$ 898,11
5	\$ 11.250,69	0,0500775485	\$ 563,91	0,0487241814	\$ 548,67
<b>Sumatoria</b>			<b>\$ 43,13</b>		<b>\$ -72,72</b>

Nota: La información es obtenida de la tabla 79

Para calcular la TIR del proyecto se emplea la siguiente fórmula:

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

$$TIR = 82 + (83 - 82) \left( \frac{43,13}{43,13 - (-72,72)} \right)$$

$$TIR = 82 + 1 \left( \frac{43,13}{115,85} \right)$$

$$TIR = 82 + (1)(0,37)$$

$$TIR = 82,37$$

**Análisis:** La tasa interna de retorno obtenida para este proyecto es 82,37% que es mayor a la tasa mínima de rendimiento, siendo esta de 12,26%, lo que significa que el proyecto puede ser aceptado y ponerlo en marcha de acuerdo a los criterios de aceptación de la TIR.

**Período de recuperación de capital:**

El indicador PCR permite establecer el tiempo en el que la empresa recuperará la inversión, se determina mediante los valores que se obtuvieron en el flujo de caja y la inversión.

**Tabla 83**

*Período de Recuperación de capital (PRC)*

Período de recuperación de capital		
Años	Flujo de caja	Flujo acumulado
0	\$ 10.546,83	
1	\$ 8.935,04	\$ 8.935,04
2	\$ 8.929,24	\$ 17.864,28
3	\$ 9.060,79	\$ 26.925,07
4	\$ 10.072,47	\$ 36.997,54
5	\$ 11.250,69	\$ 48.258,23

Nota: Valores obtenidos del flujo de caja del proyecto y la inversión

Para calcular el periodo de recuperación de capital se utiliza la siguiente fórmula:

$$PRC = \text{Año sup. la inversión} + \left( \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Flujo año sup invers.}}{\text{Flujo año que sup. Invers.}} \right)$$

$$PRC = 2 + \left( \frac{10.546,83 - 17.864,28}{8.929,24} \right)$$

$$PRC = 1,18$$

Para determinar el número de meses y días se realiza el siguiente cálculo:

**Tabla 84**

*Calculo para número de meses y días*

Cálculo para número de meses y días					
PRC	=	1	*	1	= 1 Año
PRC	=	0,18	*	12	= 2,16 Mes
PRC	=	0,16	*	30	= 4,80=5 Días

Nota: Se muestra la información del periodo de recuperación de la inversión

**Análisis:** De acuerdo a los resultados el tiempo en que se recuperará la inversión es de 1 año, 2 meses y 5 días, este es un tiempo menor al tiempo de vida del proyecto por lo que se podría proceder con la inversión para la ejecución del mismo.

### **Relación Costo Beneficio (RCB)**

En este indicador que permite determinar el rendimiento que se obtiene por cada dólar invertido en el proyecto y tomar una decisión entre invertir o no en el en proyecto de acuerdo a los siguientes criterios:

**Tabla 85**

*Relación Beneficio Costo (RBC)*

<b>Relación beneficio costo</b>							
<b>Actualización</b>							
Años	Ingresos	Factor 12,26%	Ingresos actualizados	Egresos	Factor 12,26%	Egresos actualizados	
1	61.100,00	0,8907892393	54.427,22	51.843,89	0,8907892393	46.181,98	
2	61.620,00	0,7935054688	48.895,81	52.370,72	0,7935054688	41.556,45	
3	62.140,10	0,7068461329	43.923,49	52.736,06	0,7068461329	37.276,28	
4	63.700,00	0,6296509290	40.108,76	53.119,78	0,6296509290	33.446,92	
5	65.476,27	0,5608862720	36.724,74	53.498,15	0,5608862720	30.006,38	
<b>Total</b>			<b>224.080,03</b>	<b>Total</b>			<b>188.468,00</b>

*Nota:* Se muestra el cálculo de los valores de ingresos y egresos actualizados para el cálculo de RBC

Para el cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$RBC = \left( \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Costos actualizados}} \right) - 1$$

$$RBC = \left( \frac{224.080,03}{188.468,00} \right) - 1$$

$$RBC = 0,19$$

**Análisis:** De acuerdo a los resultados la relación beneficio costo para el proyecto es que por cada dólar invertido se obtendrá 0,19ctvs de rentabilidad.

### **Análisis de sensibilidad**

En un proyecto es importante efectuar el análisis de sensibilidad, debido a que es un indicador que mide la resistencia de un proyecto ante situaciones de cambio que se dan en una economía, puede ser en la disminución de ingresos o en el incremento de los costos. Y ayuda a tomar la decisión de inversión o no ya que muestra si el proyecto es factible o no, de acuerdo a los siguientes criterios:

- Sensibilidad < 1 el proyecto es sensible a cambios
- Sensibilidad = 1 no hay ningún efecto sobre el proyecto
- Sensibilidad > 1 el proyecto no es sensible a cambios



## Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos:

**Tabla 86**

Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos

Año	Ingresos total originales	Costo total original	Ingreso disminuido	Flujo neto	Factor de actualización	VAN tasa menor (debe ser positivo)	Factor de actualización	VAN mayor (debe ser negativo)
			6,47%		45,00%		46,00%	
0	-10.546,83			-10.546,83		-10.546,83		-10.546,83
1	61.100,00	51.843,89	57.146,83	5.302,94	0,6896551724	3.657,20	0,6849315068	3.632,15
2	61.620,00	52.370,72	57.633,19	5.262,47	0,4756242568	2.502,96	0,4691311691	2.468,79
3	62.140,10	52.736,06	58.119,61	5.383,58	0,3280167289	1.765,90	0,3213227185	1.729,87
4	63.700,00	53.119,78	59.578,61	6.458,83	0,2262184337	1.461,11	0,2200840538	1.421,49
5	65.476,27	53.498,15	61.239,96	7.741,81	0,1562127129	1.207,82	0,1507425026	1.167,02
					<b>Sumatoria</b>	<b>48,16</b>		<b>-127,52</b>

Nota: Información de la tabla 69 y 72

Para calcular el análisis de sensibilidad con respecto a la disminución de ingresos se hace de la siguiente forma:

### Nueva TIR

$$NTIR = Tm + DT \left( \frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

$$NTIR = 45 + (46 - 45) \left( \frac{48,16}{48,16 - (-127,52)} \right)$$

$$NTIR = 45 + (46 - 45) \left( \frac{48,16}{175,68} \right)$$

$$NTIR = 45 + (46 - 45)(0,2741347905)$$

$$NTIR = 45 + (0,2741347905)$$

$$NTIR = 45,27\%$$

### Diferencia de Tasas

$$Df = TIR - NTIR$$

$$Df = 82,37\% - 45,27\%$$

$$Df = 37,10\%$$

### % de variación

$$\%VAR = \frac{\text{Diferencia de Tasas}}{TIR} * 100$$

$$\%VAR = \frac{37,10\%}{82,37\%} * 100$$

$$\%VAR = 45,04\%$$

### Sensibilidad:

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de variación}}{NTIR}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{45,04\%}{45,27\%}$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,99$$

**Análisis:** Con los resultados obtenidos se puede concluir que la sensibilidad del proyecto es de 0,99 por lo tanto el proyecto es aceptado financieramente, puesto que no es sensible ante una disminución en ingresos del 6,47%, es decir, si los ingresos disminuyeran hasta este porcentaje no afecta a la rentabilidad del proyecto.

### Análisis de sensibilidad con incremento en costos

**Tabla 87**

*Análisis de sensibilidad con incrementos de costos*

Año	Ingreso total original	Costo total original	Costo incrementado	Flujo neto	Factor de actualización FA=1/(1+i)^n	VAN tasa menor (+ positivo)	Factor de actualización FA=1/(1+i)^n	VAN mayor (- negativo)
			7,65%		45,00%		46,00%	
0		-10.546,83		-10.546,83		-10.546,83		-10.546,83
1	61.100,00	51.843,89	55.809,94	5.290,06	0,68965517241	3.648,31	0,684931507	3.623,33
2	61.620,00	52.370,72	56.377,08	5.242,92	0,47562425684	2.493,66	0,469131169	2.459,62
3	62.140,10	52.736,06	56.770,37	5.369,74	0,32801672885	1.761,36	0,321322719	1.725,42
4	63.700,00	53.119,78	57.183,44	6.516,56	0,22621843369	1.474,17	0,220084054	1.434,19
5	65.476,27	53.498,15	57.590,76	7.885,52	0,15601271289	1.230,24	0,150742503	1.188,68
					<b>Sumatoria</b>	<b>60,91</b>		<b>-115,60</b>

Nota: Información de la tabla 69 y 72

Para calcular el análisis de sensibilidad con respecto a la disminución de ingresos se hace de la siguiente forma:

### Nueva TIR

$$NTIR = Tm + DT \left( \frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

$$NTIR = 45 + (46 - 45) \left( \frac{60,91}{60,91 - (-115,60)} \right)$$

$$NTIR = 45 + (46 - 45) \left( \frac{60,91}{176,51} \right)$$

$$NTIR = 45 + (46 - 45)(0,3450795989)$$

$$NTIR = 45 + (0,3450795989)$$

$$NTIR = 45,35\%$$

### Diferencia de Tasas

$$Df = TIR - NTIR$$

$$Df = 82,37\% - 45,35\%$$

$$Df = 37,02\%$$

### % de variación

$$\%VAR = \frac{Diferencia de Tasas}{TIR} * 100$$

$$\%VAR = \frac{37,02\%}{82,37\%} * 100$$

$$\%VAR = 44,94\%$$

### Sensibilidad:

$$Sensibilidad = \frac{\% de variación}{NTIR}$$

$$Sensibilidad = \frac{44,94\%}{45,35\%}$$

$$Sensibilidad = 0,99$$

**Análisis:** De acuerdo al resultado obtenidos puede concluir que el proyecto es aceptado financieramente ya que no es sensible en caso de darse un incremento de costos del 7,65%, es decir, si el precio de los costos incrementa hasta este porcentaje no se afectaría la rentabilidad del proyecto.

## 8. Conclusiones

De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de agendas artesanales en la Ciudad de Loja, se concluye:

Con lo referente al estudio de mercado se demostró que en la Ciudad de Loja hay un interés por este producto como son las agendas artesanales y que la oferta que existe actualmente no es suficiente para cubrir la demanda ya que se evidencia una demanda insatisfecha, siendo así que hay una demanda efectiva del 45% de las personas de la población Económicamente Activa (PEA) de la Ciudad de Loja están de acuerdo con la implementación de esta empresa, su creación contribuirá al desarrollo socioeconómico.

El estudio técnico identificó que para el funcionamiento de la empresa se establece un local de arriendo en la zona centro de la Ciudad de Loja con un área de  $85 m^2$  con una planta debidamente distribuida de tal manera que se puede llevar a cabo las actividades del proceso productivo, de administración y ventas. Se decidió trabajar durante la vida útil del proyecto con el 4,45% de la capacidad instalada y dos obreros serán los encargados de producir 10 agendas artesanales diarias o 5.200 en cada año

La empresa se constituirá como una empresa unipersonal de responsabilidad limitada con forma de persona natural, cumpliendo con todos los aspectos de legales y tributarios correspondientes, según las leyes vigentes de los distintos organismos de regulación supervisión y control, así mismo se establece una estructura organizacional de acuerdo a las necesidades administrativas y de operación con los respectivos manuales de función.

El proyecto demanda una inversión inicial de \$10.546,83, financiado con el 25,56% por recursos externos, esta inversión es factible puesto que según los resultados de la evaluación financiera la empresa contará con flujos de efectivo positivos, un VAN de \$23.560,50; una TIR superior al costo de oportunidad con 82,37% una relación beneficio costo de 0,19 por cada dólar invertido; y la recuperación de la inversión dentro del tiempo 1e vida del proyecto; además, soporta diversos cambios que se puedan presentar en cuento a incremento en los costos o disminución de los ingresos ya que el proyecto no es sensible y es viable para invertir en su ejecución.

## **9. Recomendaciones**

De acuerdo a los resultados obtenidos las recomendaciones son las siguientes:

Seguir el plan de comercialización para dar a conocer el nuevo producto que ingresa al mercado utilizando las redes sociales establecidas y siguiendo las estrategias para tener mayor difusión y alcance.

Realizar las adecuaciones correspondientes en el local para contar con las instalaciones adecuadas y poder llevar a cabo el proceso productivo sin interrupciones y así mismo poder brindar una atención adecuada, además de cumplir con los permisos establecidos para poder llevar a cabo de forma correcta las actividades de comercialización.

Se sugiere la implementación de la empresa productora y comercializadora de agendas artesanales en la Ciudad de Loja, Provincia de Loja considerando que desde el punto de vista económico y financiero es factible.

## 10. Bibliografía

- Acosta, S. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales. *Revista Latinoamericana Ogmios*, 3(8), 82-95.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084>
- Aguirre, J. (2021). Importancia de la determinación del punto de equilibrio en proyectos de empresas constructoras. *Ciencia Administrativa*(1), 50-59.
- Arellano, G. (09 de enero de 2024). *Qué es una agenda y por qué es vital para tener y mantener una empresa*. Red en Consciencia: <https://www.enconsciencia.red/blog/que-es-una-agenda-y-por-que-es-vital-para-tener-y-mantener-una-empresa>
- Bañolas, B. (30 de noviembre de 2018). *Cómo elegir la Agenda Personal Perfecta*. Beanant: <https://beanant.com/como-elegir-la-agenda-personal-perfecta/>
- Barrigas, E., Demera, E., y Torres, E. (2011). Implementación de una empresa productora de cuadernos a base de papel reciclado. [Tesis previa a la obtención del título de *Ingeniero Comercial y Empresarial*]. Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Carnero, D. (23 de noviembre de 2021). *Qué es la encuadernación Wire-o: Conceptos básicos*. CEVAGRAFBLOG: <https://www.cevagraf.coop/blog/encuadernacion-wire-o/>
- Carrillo, D., Vega, V., & Navas, S. (2019). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN* (Primera edición ed.). Editorial Jurídica del Ecuador.
- Cevallos, Á. (2019). Evaluación financiera de proyectos de inversión para la PYMES. *Dominio de las ciencias*, 5(3), 375-390. <https://doi.org/10.23857/dc.v5i3.941>
- Cevallos, V., Esparza, F., Balseca, J., y Chafra, J. (2022). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS PARA FINANCIAMIENTO*. CIDE EDITORIAL.
- Danert, A. (2023). *Plan de negocio para un emprendimiento de agendas personalizadas*.
- Díaz, J., Vela, S., y Vidaurre, P. (2022). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN: CONCEPTOS BÁSICOS*. Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú.
- DIBRETI. (15 de septiembre de 2022). *Breve Historia de la Agenda*. DIBRETI Cuadernos, carpetas y más: <https://cuadernosycarpetas.com/breve-historia-de-la-agenda/>

- Elías, Á., Reyna, L., Reyna, J., Visitación, S., y Monrroy, J. (2021). *Formulación y evaluación de Proyectos de inversión* (Primera edición ed.). Savez editorial.
- Estupiñan, R. (2020). *Análisis financiero y de gestión*. ECOE Ediciones.
- González, M., y Blanco, M. (2022). *Manual de capacitación 9: Estudio técnico*. Creative Commons.
- Guartasaca, D., Gutiérrez, M., Caguana, A., Jara, E., y Gavilánez, K. (2023). Estudio de costos de producción y venta de libretas ecológicas en la ciudad de Sucúa. *Polo del conocimiento*, 8(87), 125-150. <https://doi.org/10.23857/pc.8i10>
- Ibáñez, K., Soto, C., y Solórzano, A. (2018). 05 Criterios de evaluación financiera. En M. Fajardo , y C. Soto, *Festión financiera Empresarial* (Primera Edición ed., pp. 133-155). Ediciones UTMACH.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2022). Censo Ecuador : <https://www.censoecuador.gob.ec/>
- Izaguirre, J., Carhuancho, i., y Silva, D. (2020). *Finanzas para no financieros* (Primera edición ed.). Universidad Internacional del Ecuador.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (Quinta edición ed.). PEARSON EDUCACIÓN.
- Martín , N. (11 de mayo de 2021). *Tipología de las agendas: no todas son iguales*. Aries Grupo de Comunicación: <https://aries.es/las-caracteristicas-aplicaciones-y-clasificacion-de-las-agendas/#>
- Martinez, M. (6 de junio de 2023). *Los emprendimientos artesanales se abren paso y se convierten en una gran oportunidad*. IEBS Business School: <https://www.iebschool.com/blog/negocios-artesanales-marketing-estrategico/>
- Ortiz, C. (2013). Plan de negocios para una empresa de cuadernos universitarios customizables. [*Memoria para optar al título de Ingeniero Civil Industrial*]. Universidad de Chile.
- Paolini, N., y Odriozola, J. (2019). *DIFERENTES TIPOS DE ORGANIZACIONES ¿POR QUÉ NO TODAS SON IGUALES?* Editorial de la Universidad de la Plata.

- Parker, P. (21 de febrero de 2024). *Beneficios de usar una agenda*. Pedrita Parker:  
<https://pedritaparker.com/blog/beneficios-tener-agenda>
- Puentes, T. (10 de diciembre de 2021). *¿Qué es un proceso artesanal? La magia de crear productos como lo hacían nuestros ancestros*. Crehana:  
<https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/proceso-artesanal/>
- Quezada, M., Ruiz, G., Dimas, C., y Morales, J. (2020). *METODOLOGÍA PROYECTO DE INVERSIÓN SOCIAL*. México: ©RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.
- Quezada, M., Ruiz, G., Dimas, C., y Morales, J. (2020). *Metodología proyecto de inversión social*. Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C.
- Real Academia Española. (s.f.). *Real Academia Española*. Actualizaciones 2023-agenda:  
<https://dle.rae.es/agenda>
- Real Academia Española. (s.f.). *Agenda*. Retrieved 20 de mayo de 2024, from  
<https://dle.rae.es/agenda>
- Rincón, P. (2023). Importancia del manual de funciones y procedimientos para la comprensión de la estructura organizacional administrativa y operativa para la correcta ejecución laboral. *[Tesis de grado]*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.
- Salazar, M. (2019). Evaluación financiera para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadernos en la ciudad de Loja. *[Tesis previa a optar el Grado y Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, Contador Público Auditor]*. Universidad Nacional de Loja.
- Sarmiento, J., Sánchez, W., Güiza, F., Barajas, M., y Cultiva, R. (2022). *Formulación de proyectos de inversión pública: Un libro escrito a partir de la experiencia de sus autores* (Primera edición ed.). Editorial UPTC.
- Tirado, A. (7 de septiembre de 2020). *Un poco de historia sobre las agendas*. Ainos Publicidad: <https://ainospublicidad.es/historia-de-la-agenda-personalizada/>
- Virreira, M. (2020). *Evaluación financiera de proyectos de inversión. Métodos y Aplicaciones*. fundación Universidad Privada de Santa cruz de la Sierra.



## 11. Anexos

### Anexo 1: Formato de encuesta a demandantes

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y EN LÍNEA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

#### ENCUESTA:

En calidad de estudiante de la Carrera de administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, le solicito de la manera más comedida de respuesta a la siguiente encuesta, la misma que tiene fines netamente académicos e investigativos y con ello poder desarrollar el trabajo de integración curricular denominado: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AGENDAS ARTESANALES PARA LA CIUDAD DE LOJA, PROVINCIA DE LOJA.”

Por favor, marque con una (X) en la respuesta que considere conveniente.

**1. ¿Usted cuenta con un empleo actualmente?**

Si ( )                  No ( )

**2. ¿Alguna vez usted ha adquirido agendas para organizarse?**

Si ( )                  No ( )

*Si su respuesta es negativa se le agradece su gentileza al responder la encuesta.*

**3. ¿Alguna vez usted ha adquirido agendas artesanales?**

Si ( )                  No ( )

*Si su respuesta es negativa se le agradece su gentileza al responder la encuesta.*

**4. ¿Cuántas agendas artesanales usted compra en un año? Escoja la opción de mayor preferencia.**

1 agenda ( )

2 agendas ( )

3 agendas ( )

**5. Al momento de adquirir una agenda artesanal, ¿cuál de los siguientes factores, considera que es el más importante? Escoja las opciones de mayor preferencia.**

Tipo de papel ( )

Tamaño ( )

Diseño ( )

Espacio para tomar notas ( )

Precio ( )

Calidad ( )

Otros ( ) Especifique.....

**6. Si se implementara una empresa de agendas artesanales producidas y comercializadas por una empresa lojana, estaría dispuesto/a a comprarlas?**

*Si su respuesta es sí continúe con la siguiente pregunta, caso contrario se le agradece su gentileza al responder la encuesta.*

Si ( ) No ( )

**7. Seleccione su género**

Masculino ( ) Femenino ( ) Otro ( )

**8. Seleccione su rango de edad**

18-25 ( )

26- 33 ( )

34-42 ( )

43-49 ( )

50-57 ( )

58-65 ( )

65-72 ( )

**9. ¿De qué tamaño le gustaría que fueran las agendas artesanales? Escoja la opción de mayor preferencia.**

Tamaño A5 ( 15,3 cm x 21,5 cm ) ( )

Tamaño A6 ( 15,3 cm x 11 cm ) ( )

Tamaño B5 ( 18,1 cm x 25,5 cm ) ( )

**10. ¿En qué formato preferiría usted comprar su agenda artesanal? Escoja la opción de mayor preferencia.**

Diaria ( )

Semana vista ( )

Sin fechas ( )

**11. ¿Qué período de tiempo prefiere que cubra una agenda artesanal? Escoja la opción de mayor preferencia.**

Anual ( )

Semestral ( )

Trimestral ( )

Mensual ( )

**12. ¿Qué tipo de información adicional le gustaría encontrar en una agenda artesanal? Escoja las opciones de mayor preferencia.**

Páginas para notas ( )

Secciones para metas y objetivos ( )

Calendarios mensuales para planificar ( )

Frases de inspiración o citas motivacionales ( )

**13. ¿En dónde le gustaría a usted poder comprar las agendas artesanales? escoja las opciones de mayor preferencia.**

Tienda online (compra por internet) ( )

Tienda física (Local comercial/ papelería o librería) ( )

Ferias de emprendimiento ( )

**14. ¿Cuál es el medio publicitario que usted prefiere para enterarse de las agendas artesanales?. Escoja las opciones de mayor preferencia.**

Internet ( )

Radio ( )

Medios impresos (prensa, diarios o revistas) ( )

Televisión ( )

**15. ¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?**

*Si su respuesta es sí continúe con la siguiente pregunta, caso contrario continúe con la pregunta 17*

Si ( )            No ( )

**16. ¿Qué clase de promociones le gustaría que ofrezca la nueva empresa? ,escoja la opción de mayor preferencia.**

Cupones de descuento ( )

Productos gratis ( )

Sorteos ( )

Otros ( ) Especifique.....

**17. ¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesta/o a pagar por una agenda artesanal?, escoja la opción de mayor preferencia.**

De \$5 a \$9 ( )

De \$10 a \$14 ( )

De \$15 a \$19 ( )

De \$20 a \$24 ( )

**18. ¿Cuál es el método de pago que a usted le gustaría se implementara para adquirir el producto? Selecciones las opciones de su preferencia.**

Efectivo ( )

Transferencia ( )

Tarjeta de débito ( )

Tarjetas de crédito ( )

Gracias por su colaboración.

## **Anexo 2: Modelo de entrevista a oferentes:**

1. ¿Usted vende agendas mensualmente?
2. Si la respuesta es no, ¿Cuáles son los meses que usted vende agendas pero no son de “temporada alta”?
3. ¿Cuántas agendas vende en promedio al mes?
4. ¿Cuáles son los meses que usted considera de temporada alta?
5. ¿Cuántas agendas vende en promedio al mes en temporada alta?
6. ¿Cuáles son los formatos de agendas que comercializa?
7. ¿Cuáles son los tamaños de agendas que comercializa?
8. ¿Cuál es el medio por el que da a conocer sus agendas?
9. ¿Cuál es el rango de precios de sus agendas?
10. ¿Usted realiza agendas para tener en stock o las realiza bajo pedido?
11. ¿Cuántos días se demora en entregar un pedido normalmente?
13. ¿Realiza algún tipo de promoción a sus clientes? ¿Cuáles?

### Anexo 3. Fuentes de financiamiento

**Tabla 88**

*Fuentes de financiamiento externo*

<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO</b>					
Entidad financiera	Línea de crédito	Monto	Plazo	Interés	Requisitos
Banco Pichincha	Crédito microempresa: Negocio	De \$500,00 hasta \$150.000,00	Hasta 60 meses	28,23%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cédula de ciudadanía del deudor, cónyuge y garante, según corresponda.</li> <li>• Documentación que justifique la existencia y operación del negocio.</li> <li>• Préstamos hasta \$25.000: mínimo 1 año de experiencia comercial.</li> <li>• Préstamos desde \$25.001: mínimo 2 años de experiencia comercial.</li> <li>• Opciones de crédito: sin garante, con garante, o con garantía hipotecaria. Elección de fecha de pago según el monto.</li> <li>• Cobertura de seguro incluida, que salda la deuda en caso de fallecimiento o incapacidad total y permanente del deudor o codeudor.</li> <li>• Beneficio de servicio funerario hasta \$1.000.</li> <li>• Para sectores agropecuario, transporte, moto taxis y vivienda, hay requisitos adicionales.</li> </ul>
Banco de Loja	Microcrédito: Negocio	De \$500,00 hasta \$20.000,00	Hasta 48 meses	25,12%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de la cédula de identidad (titular, garantes y cónyuges)</li> <li>• Copia de RUC o RISE</li> <li>• Copia de facturas de compra o referencia comercial</li> </ul>

					<ul style="list-style-type: none"> <li>•Copia de matrícula de vehículo (en caso de poseer)</li> <li>•Copia del predio urbano actualizado (en caso de poseer bien inmueble)</li> <li>•Si el cliente es ganadero, se adiciona la copia de la CONEFA</li> <li>•Tener antigüedad mínima de un año en actividad comercial o de servicios</li> </ul>
Cooperativa de ahorro y crédito JEP	CrediPYMES: financiar diversas actividades productivas y/o comercio a una menor escala	De \$1,00 hasta \$1.000.000,00	48 meses	12.26%	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Apertura de cuenta <u>AhorrosJEP.</u></li> <li>•Cédula.</li> <li>•Planilla de servicio básico (agua, luz o teléfono).</li> <li>•Balances, entre otros.</li> </ul>

*Nota:* La tabla muestra algunas fuentes de financiamiento con distintas entidades financieras