



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

TÍTULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA
ELABORACIÓN, DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE
BLUSAS PERSONALIZADAS PARA MUJERES DE LA
ETNIA SARAGURO”

TESIS PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL GRADO DE
INGENIERO COMERCIAL.

Autor:

Diego Fernando Sarango Saca

Director:

Ing. César Neira

Loja – Ecuador

1859

2013

CERTIFICACIÓN

Ing.

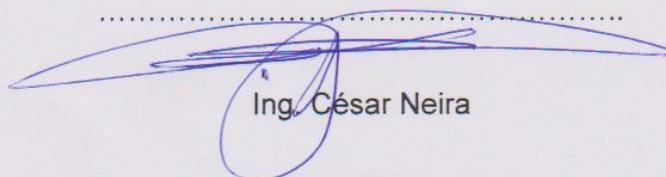
César Neira

DOCENTE DEL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Haber revisado el presente trabajo investigativo titulado: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN, DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS PERSONALIZADAS PARA MUJERES DE LA ETNIA SARAGURO**, de la autoría de: Diego Fernando Sarango Saca, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución, por lo cual autorizo su presentación para la calificación y sustentación respectiva.

Loja, Abril del 2013



Ing. César Neira

DIRECTOR DE TESIS

Yo, **Diego Fernando Sarango Saca**, declaro ser autor del presente trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes Jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Firma:



Cédula:

1104387335

Fecha:

03 de Mayo del 2013

Autor:

Diego Fernando Sarango Saca

AGRADECIMIENTO

Uno de los esfuerzos más importantes de mi vida, ha constituido la formación profesional, por ello expreso mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, por ser mi casa durante este tiempo y darme todas las facilidades de crecer como persona y profesionalmente. Igualmente agradezco a todos los docentes por compartir sus conocimientos, y en especial al Ing. César Neira por la paciencia y dirección del presente proyecto.

Agradezco a todas las personas que participaron e hicieron posible este proyecto, y de manera especial agradezco a mis padres, que siempre me han brindado su apoyo incondicional y a quienes debo este triunfo profesional, por su trabajo y dedicación para darme una formación académica y sobre todo humanista. De ellos es este triunfo y para ellos es todo mi agradecimiento.

Gracias a todos por darme la oportunidad de hacer realidad este sueño compartido.

El autor...

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a mi familia que gracias a sus consejos y palabras de aliento crecí como persona. A mis padres por su apoyo, confianza y amor. Gracias por ayudarme a cumplir mis objetivos como persona y profesional. A mi padre por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado apoyándome y aconsejándome siempre. A mi madre que a través de sus consejos, enseñanzas y amor, han hecho de mí una persona con valores para desenvolverme como profesional.

A la Universidad Nacional de Loja y en especial al Área Jurídica Social y Administrativa, por permitirme ser parte de una generación de triunfadores y gente productiva para el país.

A todos los maestros, aquellos que marcaron cada etapa del camino universitario y que me ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración del presente proyecto.

DIEGO SARANGO

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN, DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS PERSONALIZADAS PARA MUJERES DE LA ETNIA SARAGURO”.

b. RESUMEN

El presente trabajo de investigación hace referencia a la implementación de una empresa dedicada a la elaboración, diseño y comercialización de blusas personalizadas para mujeres de la etnia Saraguro.

Para la realización del trabajo se plantearon los siguientes objetivos: Determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración, diseño y comercialización de blusas para mujeres de la etnia Saraguro; Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta , demanda y el plan de comercialización de la empresa; Elaborar el estudio técnico para determinar el tamaño, localización y distribución de la planta del proyecto, Elaborar el estudio financiero para establecer las inversiones y financiamiento; y a través de los indicadores de evaluación financiera como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación de Capital (PRC) y el Análisis de Sensibilidad determinar la factibilidad del proyecto.

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron materiales y se aplicaron métodos, técnicas e instrumentos que se detallan a continuación.

Se utilizó el Método Deductivo, que permitió realizar una descripción amplia de la propuesta para la creación de una empresa de diseño de blusas para mujeres de la etnia Saraguro. El método inductivo se utilizó para determinar las demandas potencial y efectiva; también se pudo formular conclusiones y recomendaciones como resultado del trabajo investigativo.

Se realizó un estudio de mercado, cuya información se obtuvo mediante la aplicación de una encuesta a una muestra poblacional de 385 personas que equivale a 9636 mujeres de la etnia Saraguro. En el estudio de mercado se analizó la oferta y la demanda lo cual permitió determinar la demanda insatisfecha del producto.

Con esta información se realizó el estudio técnico para determinar el tamaño de la empresa, localización, ingeniería del proyecto, infraestructura, proceso productivo y su estructura organizacional; el mismo que permitió escoger la mejor alternativa para la apertura de la empresa.

La empresa estará ubicada en el cantón Saraguro en las calles 10 de Marzo y Azuay, será legalmente constituida como compañía limitada, tendrá una vida útil de cinco años y su nombre es Sisa. Para la implementación del presente proyecto se requiere un capital de 7416,01, de los cuales el 67% de la inversión corresponde a las aportaciones de los socios y el 33% se financiara en la cooperativa Semillas del Progreso del cantón Saraguro.

Luego de determinar las inversiones se realizó la evaluación financiera presentando los siguientes resultados: De acuerdo al Valor actual Neto (VAN) del presente proyecto nos da un valor positivo de 9031,95 por lo tanto la decisión de invertir en el proyecto es conveniente ya que los inversionistas tendrán beneficios al finalizar la vida útil del proyecto. Para el presente proyecto la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 49,07; siendo este valor conveniente para realizar el proyecto.

El tiempo que se requiere para recuperar la inversión original será de un año, diez meses y veintinueve días. Para el presente proyecto los valores de sensibilidad son menores que uno por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos.

Finalmente se llegó a establecer las respectivas conclusiones y recomendaciones, dado que los indicadores financieros son positivos para para los inversionistas del presente proyecto, es recomendable invertir y poner en marcha la empresa.

SUMMARY

The present investigation work makes reference to the implementation of a company dedicated to the elaboration, design and commercialization of blouses personalized for women of the ethnos Saraguro.

For the realization of the work they thought about the following objectives: To determine the feasibility for the creation of a company dedicated to the elaboration, design and commercialization of blouses for women of the ethnos Saraguro; Carry out a market study to determine the offer, its demands and the plan of commercialization of the company; Elaborate the technical study to determine the size, localization and distribution of the plant of the project, to Elaborate the financial study to establish the investments and financing; and through the indicators of financial evaluation as the Net Current Value (Internal VAN), rate of Return (TIR), Period of Recovery of Capital (PRC) and the Analysis of Sensibility to determine the feasibility of the project.

For the development of this research were used materials and applied methods, techniques and tools that are listed below.

Deductive method was used, which allowed a broad description of the proposal for the creation of a design of blouses for women of ethnos Saraguro. The inductive method was used to determine potential and actual claims, also for make findings and recommendations as a result of research work.

Was carried out a market research whose information was obtained by means of the application from a survey to a population sample of 385 people that

Saraguro is equal to 9636 women of the ethnoses. In the market study it was analyzed the offer and the demand that which allowed determining the unsatisfied demand of the product.

With this information was carried out the technical study to determine the size of the company, localization, engineering of the project, infrastructure, productive process and their organizational structure; the same one that allowed choosing the best alternative for the opening of the company.

The company will be located in the canton Saraguro in the streets March 10 and Azuay, it will be legally constituted as limited company, will have a five year-old useful life and its name is Excise. For the implementation of the present project a capital of 7416,01, of the limes 67% of the investment is required it corresponds to the contributions of the partners and 33% it was financed in the cooperative Seeds of the Progress of the canton Saraguro.

After determining the investments was carried out the financial evaluation presenting the following results: According to the Net current Value (they GO) of the present project gives us therefore a positive value of 9031,95 the decision of investing in the project it is convenient since the investors will have benefits when concluding the useful life of the project. For the present project the Internal Rate of Return (TIR) it is of 49,07; being this convenient value to carry out the project.

The time that is required to recover the original investment will be of one year, ten months and twenty-nine days. For the present project the values of

sensitivity are smaller than one therefore they don't affect to the project the changes in the costs and the revenues.

Finally you ended up establishing the respective conclusions and recommendations, since the financial indicators are positive for the investors of the present project; it is advisable to invest and to start the company.

c. INTRODUCCIÓN

La presente tesis tiene como propósito incentivar el desarrollo empresarial a través de un proyecto de inversión, es por ello que el trabajo está encaminado a la población de mujeres de la etnia Saraguro, poniendo en consideración una propuesta de diseño de blusas exclusivamente para damas que buscan modelos novedosos y quieren vestir a la moda.

El objetivo general es determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración, diseño y comercialización de blusas personalizadas para mujeres de la etnia Saraguro.

El contenido del presente trabajo está estructurado de acuerdo a las normas generales para la graduación establecidas por la Universidad Nacional de Loja, donde se considera la introducción aquí se realiza una descripción general de cada una de las partes de las que se compone el presente trabajo; Revisión de la Literatura en la cual consta el marco referencial del producto que se pretende ofrecer, Metodología Utilizada la cual describe los métodos, técnicas utilizados para la recolección y procesamiento de la información.

Así mismo se presenta la estructura del proyecto donde se estudia cuatro etapas:

En el Estudio de Mercado, se analizó la situación actual y futura del sector, el cual se realizó a través de la aplicación de encuestas dirigidas al segmento de mercado seleccionado: mujeres de la etnia Saraguro con decisión de compra,

los resultados obtenidos permitieron establecer la demanda y oferta del producto, posteriormente se procedió a establecer un plan de comercialización en donde se hace énfasis en el producto, plaza, promoción y precio: producto, que se va a elaborar, características, precio, como se determinó y que se tomó en cuenta para calcularlo, plaza, donde se ubicará el producto y la promoción y publicidad donde se expondrán los medios que utilizará la empresa para dar a conocer el producto.

El Estudio Técnico, se presenta en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado en el que se esquematizó el tamaño y localización de la planta, se determinó la capacidad a instalar y el porcentaje que se utilizará para producir, se realizó el estudio de la macro y micro localización. Luego consta la descripción del proceso productivo mediante diagramas y flujogramas de procesos, describiendo los movimientos, maquinaria y equipo utilizado para el proceso productivo.

En el estudio Legal Organizacional, se establece la respectiva organización legal, se define la estructura organizativa empresarial, niveles jerárquicos y manual de funciones; los mismos que servirán de base para un mejor desenvolvimiento de las actividades en la empresa.

El estudio financiero se realiza con la finalidad de conocer la inversión requerida para la implementación de la empresa **Sisa**, su fuente de financiamiento, los presupuestos de costos e ingresos. Se realizó la evaluación

financiera y a través de los indicadores financieros se pudo determinar la factibilidad del proyecto.

Después de realizar los estudios necesarios para la implementación del proyecto se plantea las conclusiones y recomendaciones, las mismas que servirán de gran utilidad para la ejecución del proyecto.

Para finalizar se describe en la bibliografía la fuente de consulta y apoyo en el desarrollo del proyecto, además se complementó el proyecto con la compilación de los respectivos anexos sobre componentes del proyecto de tesis.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

DISEÑO DE MODA¹

El diseño de modas se encarga de diseño de ropa y accesorios creados dentro de las influencias culturales y sociales de un período específico. Representa el estilo e idea del diseñador según sus principios de la composición, conocimientos y talento. No debe de confundirse con el corte y confección o la sastrería, pues aunque el diseño de modas esté muy ligado a estos, en realidad es una tarea distinta.

HISTORIA²

Comienzos de la alta costura

El primer diseñador de modas, que no era simplemente un modisto, fue Charles Frederick Worth (1826-1895). Antes de que estableciera su *maison couture* (casa de modas) en París, el diseño y creación de ropa era manejado por un gran número de modistas anónimas, y la alta moda estaba basada en los estilos usados en cortes reales. El éxito de Worth fue tal, que pudo ordenar a sus clientes lo que debían usar, en lugar de seguir su dirección como los modistos solían hacer. El término *Courier* (costurero) fue, de hecho, acuñado para referirse a él. Fue durante este período que muchas casas de modas comenzaron a contratar artistas para bosquejar o pintar diseños de prendas. Las imágenes por sí mismas podían ser presentadas a los clientes de forma

¹ <http://todosobremoda.com/historia.html>

² <http://www.loultimomagazine.com/accesibilidad/historia-diseno-mo>

mucho más económica que produciendo una prenda de muestra en el taller de trabajo. Si al cliente le gustaba la prenda, ésta era ordenada y pagada. Por lo tanto, la tradición de bocetos de prendas comenzó como un método de las casas de modas para economizar.

Comienzos del siglo XX

Durante los primeros años del siglo XX, prácticamente toda la alta moda se originó en París y en menor medida en Londres. Las revistas de modas de otros países enviaban editores a los espectáculos de moda de París. Las tiendas de departamentos mandaban compradores a los desfiles de París, donde compraban prendas para copiar (y robaban abiertamente las líneas de estilo y el corte de otras). Tanto en los talleres que fabricaban trajes sobre medidas como las tiendas de ropa lista para usarse (*prêt à porter*) aparecían las últimas modas de París, adaptadas a las características económicas y cotidianas de los clientes de las tiendas.

En este momento la división entre alta costura y ropa lista para usar no estaba todavía claramente definida. Los dos modos independientes de producción todavía no llegaban a ser competidores, y, de hecho, coexistían en casas donde las modistas elaboraban prendas de ambos modos.

Mediados de siglo XX

La Segunda Guerra Mundial creó muchos cambios radicales en la industria de la moda. Después de la guerra, la reputación de París como centro mundial de la moda comenzó a declinar, y las modas de confección y manufacturación de

masa acrecentaron su popularidad. Un nuevo estilo para la juventud surgió en los años 1950, cambiando el enfoque de la moda para siempre. Mientras la instalación de calefacción central se expandía, lo hacía también la era de prendas de mínimo cuidado, surgiendo así textiles más ligeros y los sintéticos.

Enfrentando la amenaza de productos de moda prefabricados, la alta costura de París se defendió, pero con poco efecto, en cuanto no podía evitar que la moda se colara en las calles. En poco tiempo, enteras categorías de mujeres hasta ahora restringidas a suplantaciones inferiores de la alta costura disfrutarían una gran variedad y libertad de elección. Tratando con volúmenes mayores de productos, los ciclos de producción eran mucho más largos que los de los talleres de costura, lo que significaba que los diseñadores que planeaban colecciones dos veces al año, debían adivinar con más de un año de anticipación lo que sus clientes podían querer.

Últimas décadas del siglo XX

Durante las últimas décadas del siglo las modas comenzaron a cruzar los límites internacionales rápidamente. Los estilos populares occidentales fueron adoptados alrededor de todo el mundo, y muchos diseñadores que no eran occidentales tuvieron un alto impacto en la moda. Materiales sintéticos como el elastano y la viscosa fueron ampliamente usados y la moda, después de dos décadas de mirar al futuro, volvió a buscar en sus raíces para encontrar elementos de innovación.

TIPOS DE DISEÑO DE MODA³

Hay tres tipos principales de diseño de modas, aunque pueden ser divididos en otras categorías más específicas:

Alta costura

El tipo de moda que predominó hasta los años 1950 fue la moda "hecha a medida" o **haute couture** (francés para "alta costura"). El término "hecho a la medida" puede ser usado para cualquier prenda que sea creada para un cliente en particular. Alta costura, sin embargo, es un término protegido que puede ser usado solamente por compañías que cumplen ciertos estándares bien definidos por la Chambre Syndicale de la Couture. No obstante, muchas marcas de ropa "lista para usar", e incluso de mercado masivo, afirman crear alta costura, lo que según los estándares, es falso. Una prenda de alta costura está hecha por orden de un cliente individual, y está hecha usualmente de textiles costosos de alta calidad, confeccionada con extrema atención en los detalles y el acabado, generalmente usando técnicas a mano que toman mucho tiempo.

Moda lista para llevar

La moda "lista para usar" (o *Prêt-à-porter*) es un punto medio entre alta costura y mercado de masa. No está hecha para clientes individuales, pero se toma gran cuidado en la elección y el corte de la tela. La ropa está confeccionada en pequeñas cantidades para asegurar la exclusividad, por lo cual es más bien costosa. Las colecciones de prendas listas para usar son usualmente

³ <http://www.estiloymoda.com/historia-moda/>

presentadas por casas de modas en cada temporada durante un período conocido como «semana de la moda» que toma lugar dos veces al año.

Mercado de masa

Actualmente la industria de moda cuenta sobre todo con las ventas del mercado de masa. El mercado de masa cubre las necesidades de un amplio rango de clientes, produciendo ropa lista para usar en grandes cantidades y tamaños estándar. Materiales baratos usados creativamente producen moda accesible. Los diseñadores de mercado de masa generalmente adaptan las modas establecidas por los nombres famosos en el área de la moda. Esperan generalmente una temporada para asegurarse de que un determinado estilo tendrá éxito antes de producir sus propias versiones de éste. Para ahorrar tiempo y dinero, usan textiles más baratos y técnicos de producción más simples que pueden ser fácilmente ejecutadas por una máquina. El producto final puede ser vendido a un precio mucho más bajo que un producto de cualquiera de los otros dos métodos de producción.

IMPORTANCIA⁴

Las necesidades y deseos humanos son innumerables y variables. El hombre primitivo apenas tiene más necesidad que el animal pero en cada paso que da en el camino del progreso lo va alimentando en número y variedades al igual que va cambiando las maneras de satisfacerla.

⁴ <http://www.estiloymoda.com/historia-moda/>

A medida que el hombre se va civilizando su inteligencia se desarrolla y sus pasiones animales se asocian incluso a las actividades mentales. Sus actividades van haciéndose más sutiles y diversas; empiezan a desear el cambio por el gusto del cambio aún en lo nuevos detalles de la vida, mucho antes de haber sucedido conscientemente, el yugo de la costumbre. De modo que la variedad es uno de los aspectos más importantes de esta transformación. Las necesidades del vestido que es además el resultado de causas naturales, varía con el clima y las estaciones del año y un poco con la naturaleza de las ocupaciones.

Pero en el vestir las necesidades comerciales superan a las necesidades naturales como dice Señor: “Por fuerte que sea el deseo de variedad, es difícil compararlo con el deseo de distinción que afecta, sin consideramos su universalidad y sus características, a todos los hombres en todos los tiempos, que nos acompaña desde la cuna hasta la tumba, y del cual pudiéramos decir que es la más poderosa de las pasiones humanas”.

BLUSAS FUNCIONALES

Toda mujer disfruta de verse bien vestida y una de las prendas más funcionales que existe para lograrlo es la blusa.

Las blusas funcionales son modelos realmente únicos y más que nunca son muy funcionales para diferentes tipos de eventos.

BLUSAS ESTÉTICAS.

Las blusas estéticas se ajustan o se adaptan a las cosas para que se asemejen a un tipo o modelo común. Tienen por objeto el estudio de la esencia y la percepción de la belleza.

INDUMENTARIA PROPIA DE SARAGURO⁵

Los Saraguros tienen sus indumentarias propias que los distinguen de las otras parcialidades indígenas del Ecuador y las mismas que han generado varias versiones al respecto. Se dice que ellos al pertenecer a la familia real utilizan el negro que significa poder, contrastando con el blanco. Otra versión es que ellos al ser expulsados del valle en que vivían y al ser ubicados en el páramo tuvieron que adaptarse al frío por lo que lo utilizan para protegerse del frío.

VESTIMENTA DE LA MUJER SARAGURO

Las mujeres lucen gargantillas de mullos y de piedras preciosas de vistosos colores, sobre sus delicados hombros recae un reboso negro que se ajusta al pecho por medio de un tupo de plata, cubre sus dorsos con blusas de llamativos colores confeccionadas cuidadosamente en telas brillantes, luego de un agotador trabajo en sus ruecas sale lista la principal prenda de vestir de la mujer el anaco, pollera de lana de color negro con finos pliegues diminutos en número superior a 80 confeccionados en sus telares, que dan elegancia y caprichos a su gentil figura.

⁵ www.saraguros.com/turismo.php?cat=fxrl7QhKzL

BLUSAS DE LAS MUJERES DE LA ETNIA SARAGURO



PROYECTOS DE INVERSIÓN

Concepto

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.⁶

⁶ COSS Bu, Raúl. Análisis y evaluación de proyectos de inversión. Editorial Limusa. Pág. 16-20

ESTUDIO DE MERCADO

Mercado.- son los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio. Es la presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.

Producto.

“Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea”

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.

Tipos de segmentación:

- Geográfica: Se divide por países, regiones, ciudades, o barrios.
- Demográfica: Se dividen por edad y etapa del ciclo de la vida. Por el sexo.
- Psicográfica: Se divide según la clase social, el estilo de la vida, la personalidad y los gustos.
- Conductual: Se divide de acuerdo a los conductos, beneficios pretendidos, lealtad a la marca y actitud ante el producto.

ESTUDIO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA⁷

OFERTA.- la oferta es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta.

DEMANDA.- La demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir.

Demanda Efectiva

Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios.

Demanda Satisfecha

Es la demanda en la cual el público a logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él.

Demanda Insatisfecha

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

PRECIO

El precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio

⁷ JEAN-JACQUES Lambin, *MARQUETING ESTRATEGICO*, tercera edición, España, 1995

PLAZA O DISTRIBUCIÓN

En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor).

PROMOCIÓN

Es una herramienta comercial para empujar el producto hacia el consumidor/cliente. Se suele asociar popularmente con descuentos de precios en grandes almacenes (es confusa) pero marketing define la promoción de ventas como el conjunto de actitudes que eliminan la compra e los consumidores y la eficiencia de los vendedores.

ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ⁸

Es la administración de los recursos productivos de la organización. Esta área se encarga de la planificación, organización, dirección, control y mejora de los sistemas que producen bienes y servicios.

Capacidad Instalada.- Es la cantidad máxima de Bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una Empresa por unidad de Tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

Capacidad Utilizada.- La capacidad utilizada de la planta depende de los recursos disponibles de la empresa, en este caso se tomará en cuenta la capacidad instalada de la planta y el talento humano disponible.

⁸ BALESTRINI A, Marian.(2001)“Como se elabora el proyecto de inversión” Pág. 35-83

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo.

MACROLOCALIZACIÓN

Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto. Los factores más importantes a considerar para la localización a nivel macro son: Costo de Transporte de Insumos y Productos. Se trata de determinar si, la localización quedara cerca del insumo o del mercado. La comparación se debe hacer tomando en cuenta pesos, distancias y tarifas vigentes.

MICROLOCALIZACIÓN

En la localización a nivel micro se estudian aspectos más particulares a los terrenos ya utilizados.

Entre los factores a considerar están:

- Vías de Acceso
- Transporte de Mano de Obra.
- Energía Eléctrica
- Agua
- Valor Terreno
- Calidad de mano de obra

INGENIERIA DEL PROYECTO⁹

En este ámbito se trabaja la descripción genérica de la actividad productiva de la empresa, ilustrando brevemente las diversas fases del proceso, sus características propias, y también las competencias distintivas de la empresa.

Proceso de producción.- El proceso de producción es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio.

Diagrama de procedimiento

El diagrama para el procedimiento, es el orden y combinación de las diferentes actividades de producción, es una secuencia de operaciones expresada en forma gráfica. También es una forma de detallar y estudiar el proceso de producción, a través de la utilización de un diagrama de flujo.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL¹⁰

Organización del recurso humano¹¹

En esta unidad se estudia la organización administrativa para la operación del proyecto. Para esto se definen los procesos, los cargos, las funciones y se determina los requerimientos de infraestructura, de personal y demás egresos propios de la operación. También se analiza los asuntos legales y forma como

⁹ SANIN, Ángel Héctor. Guía Metodológica General Para la Formulación y Evaluación de Proyectos. Pág. 45-76

¹⁰ LEY DE COMPAÑIAS www.supercias.gov.ec/Paginas_htm/noticias/noticia1.htm

¹¹ Folleto " Proceso Administrativo", Módulo III, Administración de Empresas

estos impactan económicamente al proyecto; en especial se hace referencia a los costos de constitución y a la carga impositiva.

Estructura Empresarial

Se entiende la estructura organizacional como el medio del que se sirve una organización cualquiera para conseguir sus objetivos.

Su finalidad es la de establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una organización para trabajar juntos de forma óptima, a fin de que sean alcanzados los objetivos corporativos.

La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

- Niveles Jerárquicos de Autoridad

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

Nivel Legislativo-Directivo

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Socios o Junta

General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido.

Nivel Ejecutivo

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

Nivel asesor

Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estén asesorando.

Nivel Operativo

Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

Nivel Auxiliar

El nivel auxiliar ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidades y eficiencia.

- Organigramas

Es la representación gráfica de la estructura orgánica de la institución.

Organigrama Estructural.- Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes.

Organigrama Funcional.- es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa.

Organigrama de Posición.- sirve para representar la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas, se indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación, se puede incluir la remuneración y aún el nombre del empleado.

- Manual de Funciones

Es detallar los cargos asignando funciones en los puestos de trabajo de acuerdo a los criterios e intereses del inversionista.

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA¹²

La Administración financiera es el área de la Administración que cuida de los recursos financieros de la empresa. La Administración Financiera se centra en dos aspectos importantes de los recursos financieros como lo son la rentabilidad y la liquidez.

Esto significa que la Administración Financiera busca hacer que los recursos financieros sean lucrativos y líquidos al mismo tiempo.

¹² SAPAG CHAIN Nassir y Reinaldo, PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS 3ra. Edición, McGRAW-HILL

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta los que contendrán las funciones de producción, administración y ventas.

INVERSIONES

Estas inversiones se las puede agrupar en tres tipos:

- Inversiones en activos fijos. Son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.
- Inversiones en activos nominales o diferidos. Son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.
- Inversiones en capital de trabajo. Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados.

FINANCIAMIENTO

Una vez establecida la inversión requerida, es necesario prever las fuentes de financiamiento, es decir de dónde se obtendrá los recursos que permitirán adquirir o incurrir en todo lo necesario para poner en marcha el proyecto.

PRESUPUESTOS DE COSTOS E INGRESOS

El costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro. Hay que señalar que la evaluación de proyectos es una técnica de planeación, y la forma de tratar el aspecto contable no es tan rigurosa, lo cual se demuestra cuando por simplicidad son:

Costos de producción.- a estos pertenecen el costo de materia prima, el costo de mano de obra, el costo de envases, de energía eléctrica, de agua, combustible, etc.

Costos de administración.- son los que provienen para realizar la función de administración en la empresa, a estos costos pertenecen sueldos del personal administrativo, gastos de oficina, depreciación de activos utilizados en estas funciones, amortización, servicios básicos y otros.

Costos de venta.- son los que se originan en las funciones de vender el producto al consumidor final o al cliente (intermediario).

Costos financieros.- son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo.

Presupuesto de Ingresos.-Está dado por los dineros que esperan recibir por el producto o la prestación del servicio del proyecto.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto de Producción en el que los ingresos cubren solamente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida.

PRESUPUESTO DE COSTO

El costo es un desembolso en efectivo o en especie realizado en el pasado, en el presente y en el futuro.

En todo proceso productivo los costos se clasifican en costos fijos y variables.

Costos Fijos

Representa aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción.

Costos Variables

Son aquellos valores monetarios en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación con los niveles de producción de la empresa.

ESTADOS FINANCIEROS

BALANCE GENERAL

El balance general es un estado financiero que muestra la situación financiera de la empresa, aquí se presenta los activos propiedades de la empresa, los pasivos deudas de la empresa y el patrimonio, lo que realmente es propiedad de los accionistas o propietarios de la empresa.

Activo = Pasivo + Capital

ESTADO DE RESULTADOS

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

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida obtenida durante un período económico, resultados que sirven para obtener mediante análisis, conclusiones que permitan

INGRESOS

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos, como arriendos, intereses, valores por ventas de activos fijos, venta de acciones.

EGRESOS

Está formada por la sumatoria del Costo Primo, Costos Indirectos de Producción, Gastos Administrativos, Gasto de Ventas, Gastos Financieros (intereses).

EVALUACIÓN FINANCIERA¹³

Se utiliza para tomar una decisión de aceptación o rechazo, cuando se estudia un proyecto específico.

¹³ COSS Bu, Raul. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Limusa. 2da. Edición.

FLUJO DE CAJA

Es el estado financiero que se presenta en forma significativamente resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entradas y salidas de recursos monetarios efectuados durante un período, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente futura.

VALOR PRESENTE O ACTUAL NETO (VAN)

Definido como el Valor presente de una inversión a partir de una tasa de descuento, una inversión inicial y una serie de pagos futuros. La idea del V.A.N. es actualizar todos los flujos futuros al período inicial (cero), compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos. Si los beneficios actualizados son mayores que los costos actualizados, significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, se dice por tanto, que "es conveniente invertir" en esa alternativa. Luego: Para obtener el "Valor Actual Neto" de un proyecto se debe considerar obligatoriamente una "Tasa de Descuento" que equivale a la tasa alternativa de interés de invertir el dinero en otro proyecto o medio de inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de

caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

- Si la TIR es $>$ que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es $=$ que el costo de capital, la inversión es criterio del inversionista.
- Si la TIR es $<$ que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza el flujo neto y la inversión. Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no sobre la base del siguiente criterio:

- ❖ Si la relación es $= 1$ el proyecto es indiferente
- ❖ Si la relación es > 1 el proyecto es rentable
- ❖ Si la relación es < 1 el proyecto no es rentable.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Con el análisis de sensibilidad se determina cuál es el nivel mínimo de ventas que puede tener la empresa para seguir siendo económicamente rentable:

El criterio de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible.
- Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible.
- Si el coeficiente es $= 1$ no hay efectos sobre el proyecto.

e. MATERIALES Y METODOS

Conscientes de la importancia que tiene realizar una investigación con responsabilidad y criterio analítico que se ve cristalizada en fortalecer el aprendizaje hemos utilizado los siguientes materiales, métodos y técnicas que fueron la base para el desarrollo del presente proyecto de inversión.

MATERIALES.

- Recursos bibliográficos: páginas de internet, libros.
- Suministros de oficina
- Equipos de oficina

MÉTODOS

El trabajo de investigación que como autor propongo desarrollar, corresponde a la investigación aplicada y de campo, como parte fundamental de la investigación. Para ello se utilizó los siguientes métodos:

Método deductivo.- Este método permitió obtener toda la información necesaria acerca de lo que es la elaboración y diseño de las blusas, también ayudó a conocer que tan pertinente es el crear una empresa de este tipo, empleando algunas técnicas como consultas, encuestas, entrevistas y observaciones.

Método Inductivo- Permitted que a través de una serie de técnicas como son la encuesta, entrevista y observación se identificara a los posibles clientes, sus gustos y preferencias del producto, así como la competencia existente en el

mercado y visualizar que tan aceptable es el implementar una empresa de diseño de blusas en el cantón Saraguro.

TÉCNICAS

Para sustentar la investigación se realizó una revisión bibliográfica (datos secundarios) necesaria y luego se llevó a efecto la investigación de campo (datos primarios), utilizando las siguientes técnicas.

Observación Directa.- Se trata de todo lo observado durante las visitas realizadas al lugar de estudio por medio de una planificación para cumplir los objetivos propuestos. La observación que se llevó a cabo durante el desarrollo del trabajo.

Encuesta.- Es un fuente de recopilación información el mismo que permitió obtener toda la información necesaria para determinar la demanda y oferta en el mercado. Las encuestas fueron aplicadas a las mujeres de la etnia Saraguro con decisión de compras que fue el segmento de mercado seleccionado.

La Entrevista.- Fue dirigida a los dueños de las tiendas que ofertan blusas en el cantón Saraguro, se aplicó con la finalidad de conocer el precio y el promedio de ventas anuales del producto.

POBLACIÓN PROYECTADA

La población de estudio del presente proyecto son las mujeres de la etnia Saraguro, los mismos que serán los usuarios directos en la adquisición de los

productos que se ofertarán. Según el último censo poblacional del 2010 el 46.79 % de la población representa a los varones con un total de 14.123 y el 53.31% está representado por las damas con un total de 16.060, dándonos la población total del cantón de 30183 habitantes.

Para el desarrollo del presente proyecto se tomó en consideración solo a las mujeres de la etnia Saraguro, de las 16.060 damas que existe en el cantón el 60% corresponde a mujeres de la etnia Saraguro que representan un total de 9636 los mismos que serán nuestro segmento de mercado.

La población total de las mujeres de la etnia Saraguro es de 9636 habitantes, la misma se ha proyectado para los 5 años de vida útil del proyecto dándonos para el quinto año un total de 10777; tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional del cantón que es de 2,27%.

FÓRMULA PARA DETERMINAR EL NÚMERO DE ENCUESTAS A REALIZAR

Para obtener el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente formula al segmento de mercado.

FÓRMULA

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

Abreviatura:

n = Tamaño de la muestra.

N = Población.

e = Margen de error.

Desarrollo de la fórmula

$$N = \frac{9636}{1 + (0.05)^2 \times 9636}$$

$$N = \frac{9636}{25,09}$$

$$N = 385$$

PROCEDIMIENTO DE CADA UNA DE LAS ACTIVIDADES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

Con la información recolectada de las encuestas aplicadas a las mujeres de la etnia Saraguro se procedió a realizar el **estudio de mercado**, lo cual permitió conocer la oferta y la demanda; además se determinó la demanda total, demanda real, demanda efectiva e insatisfecha. Es en este paso se elaboró un plan de comercialización donde consta el producto, precio, plaza y promoción

En el **estudio técnico** se analizó el lugar apropiado para la implementación de la empresa teniendo como referencia los factores que condicionan la macro-localización y la micro-localización; también se hizo relación a los procesos de producción, la distribución de la empresa y todo lo necesario para el mejor funcionamiento de la empresa.

El **estudio organizacional** estableció la estructura legal y administrativa la misma que permitió asignar los diferentes puestos que tendrá la organización, para luego crear los respectivos organigramas y el manual de funciones.

En el **estudio financiero** se estableció las inversiones y el financiamiento; también se elaboró los diferentes presupuestos que permitió detallar información de los costos, recursos necesarios; luego se realizó los estados financieros para proceder a la evaluación financiera.

f. RESULTADOS

ESTUDIO DE MERCADO

Se considera como mercado, el lugar donde oferentes y demandantes realizan actos de transferencia de bienes o servicios, por ello se analizan los factores que intervienen en el mismo tomando en cuenta la información de los datos secundarios, obtenidos de diferentes fuentes como son archivos, estadísticas, revistas, etc., y los datos primarios a través de la observación directa, entrevistas y encuestas aplicadas a los actuantes en la zona de influencia del estudio.

Para delimitar el estudio de mercado se parte de la determinación del área de influencia donde se aplicó la encuesta para establecer la demanda y oferta, precios y estrategias comerciales, información que permite identificar la acción de localizar la Empresa, la disponibilidad de la infraestructura de obra, etc.

Para delimitar el estudio de mercado se parte de la determinación del área de influencia, población o muestra, el comportamiento de demandantes y ofertantes, participación en el mercado y las estrategias de comercialización.

TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Comprende toda la información necesaria y real que se obtuvo, mediante la aplicación de las encuestas realizadas a las mujeres de la etnia Saraguro, la misma que nos sirvió para realizar el diagnóstico del presente proyecto.

1. ¿Para vestirse usted acostumbra utilizar blusas?

CUADRO #1

Variable	Frecuencia	%
Si	385	100%
No	0	0%
Total	385	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: El autor

GRÁFICO # 1



INTERPRETACIÓN

Mediante las encuestas aplicadas a la muestra poblacional se pudo notar que el 100% de las mujeres de la etnia Saraguro acostumbran utilizar las blusas como complemento de su vestimenta diaria, como se puede observar en el cuadro # 1.

2. ¿Qué tipo de blusas acostumbra utilizar?

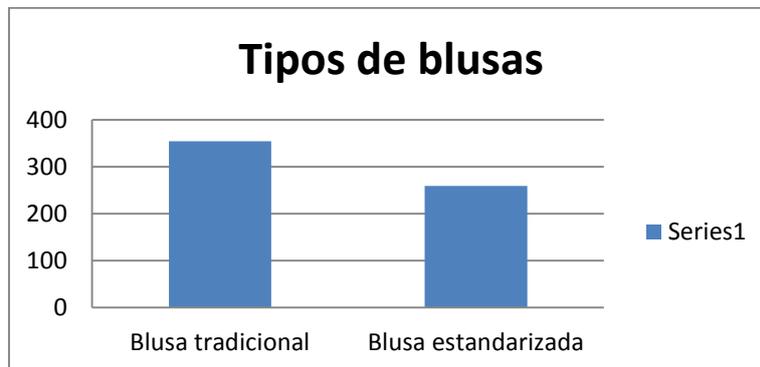
CUADRO # 2

Variable	Frecuencia	%
Blusa tradicional	354	92%
Blusa estandarizada	259	67%
TOTAL		

Fuente: Las encuestas

Elaborado: El autor

GRÁFICO # 2



INTERPRETACIÓN

Las mujeres de la etnia Saraguro utilizan con más frecuencia las blusas tradicionales; ya que en este cantón aún conservan la cultura de la vestimenta y especialmente las mujeres que utilizan las blusas como uniforme ya sea de la escuela, colegio y para el desempeño de cada una de sus actividades cotidianas. Se puede decir que el 92% de las mujeres utilizan las blusas tradicionales, pero también en la actualidad las mujeres están perdiendo su identidad cultural usando diferentes tipos de vestimenta; y se dejan llevar por la moda usando diferentes tipos de blusas estandarizadas que se puede encontrar en cualquier mercado del país, podemos mencionar que el 67% de la población hace uso de este tipo de blusas, como se puede observar en el cuadro # 2.

3. ¿Cada que tiempo adquiere las blusas?

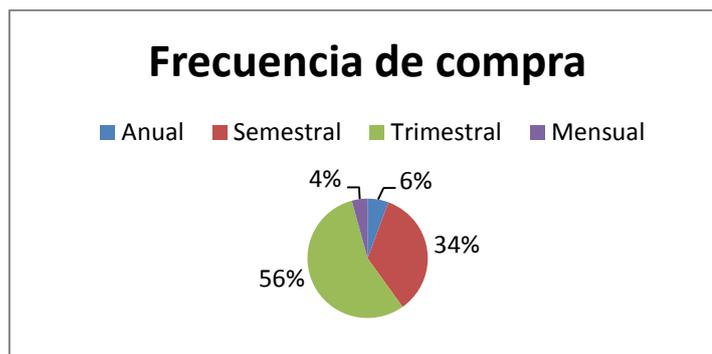
CUADRO # 3

Variable	Frecuencia	%	Periodo	Anual
Anual	20	6%	1	20
Semestral	122	34%	2	244
Trimestral	197	56%	4	788
Mensual	15	4%	12	180
Total	354	100%		1232

Fuente: Las encuestas
Elaboración: El autor

$$x = 1232/354$$
$$x = 3$$

GRÁFICO # 3



INTERPRETACIÓN

De las encuestas aplicadas a la muestra poblacional que fue de 385 encuestados que equivale al 100%, se obtuvo que el 92% de las mujeres utilizan las blusas tradicionales los mismos que serán nuestros posibles demandantes, los cuales manifiestan que la frecuencia de compra de las blusas se da trimestralmente que corresponde al 56%, con un menor porcentaje tenemos a las compras semestrales con el 34%; así mismo el 6% adquiere el producto anualmente y el 4% lo realiza mensualmente, como se

puede observar en el cuadro # 3 , podemos mencionar que la mayor parte de la población adquiere las blusas para salir a las diferentes festividades que se celebran en el cantón y en los diferentes barrios.

4. ¿Dónde adquiere las blusas?

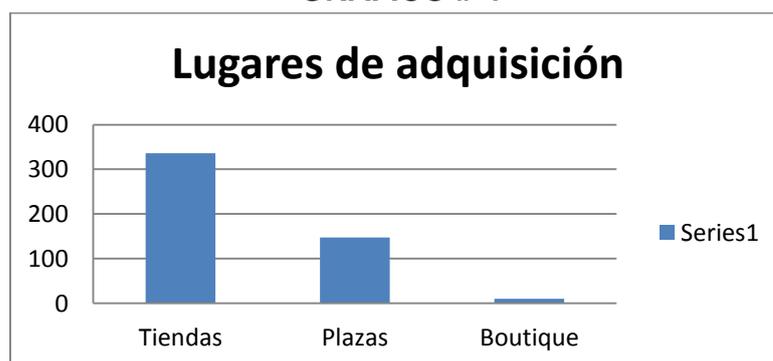
CUADRO # 4

Variable	Frecuencia	%
Tiendas	336	94%
Plazas	147	41%
Boutique	10	2%

Fuente: Las encuestas

Elaboración: El autor

GRÁFICO # 4



INTERPRETACIÓN

En el cantón Saraguro existe pequeñas tiendas donde se comercializan las blusas, es allí donde acuden los demandantes, podemos indicar que 94% adquiere las blusas en las diferentes tiendas que existe en la localidad, pero también el 41% obtienen el producto en las diferentes plazas que existe en el cantón, pero esto se da solo los fines de semana y por las diferentes festividades que se dan en el cantón, datos que se pueden observar en el cuadro # 4.

5. ¿Cuál es el precio que paga por cada unidad?

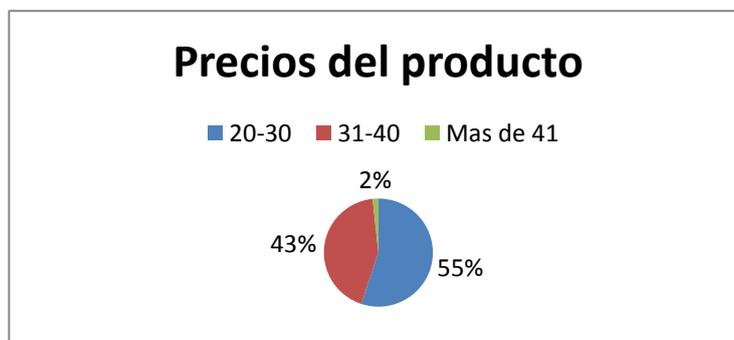
CUADRO # 5

Variable	Frecuencia	%
20-30	195	55%
31-40	153	43%
Más de 41	6	2%
Total	354	100%

Fuente: Las encuestas

Elaboración: El autor

GRÁFICO # 5



INTERPRETACIÓN

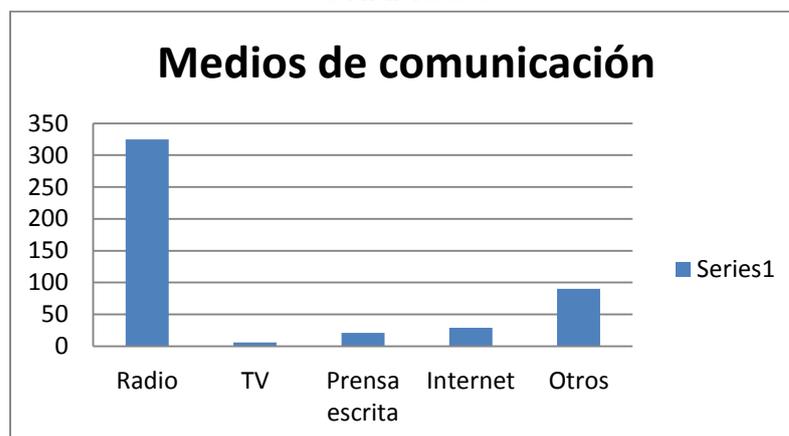
El precio que pagan por cada unidad varía de acuerdo a la tela y el bordado de cada blusa, el precio de las blusas simples esta entre 20\$ a 30\$ que es el que más acogida tiene que corresponde al 55% de la población, pero también el 43% prefieren las blusas con mejores acabados cuyos precios están entre 31\$ a 40\$; y el 2% paga por cada unidad más de 41\$, datos que se puede observar en el cuadro #5.

6. ¿Por qué medio de comunicación se entera de la existencia del producto?

Variable	Frecuencia	%
Radio	325	91%
TV	6	2%
Prensa escrita	21	6%
Internet	29	8%
Otros	90	25%
Total		

Fuente: Las encuestas
Elaboración: El autor

GRÁFICO 6



INTERPRETACIÓN

El cantón Saraguro cuenta con todos los medios de comunicación como son: radio, tv, prensa escrita, internet, que son medios que ayudan a difundir la publicidad para hacer conocer el producto o servicio; pero en este cantón el medio de comunicación que más utilizan para los anuncios publicitarios es la radio con el 91 %, también hacen uso del internet el 8%, así mis el 6% de los encuestados se enteran mediante la prensa escrita, pero el 25 % lo realizan recorriendo tiendas y por medio de las amistades y recomendaciones.

7. ¿Si se implementara una empresa dedicada a la elaboración, diseño y comercialización de blusas personalizadas para mujeres de la etnia Saraguro, estaría usted dispuesta adquirir el producto?

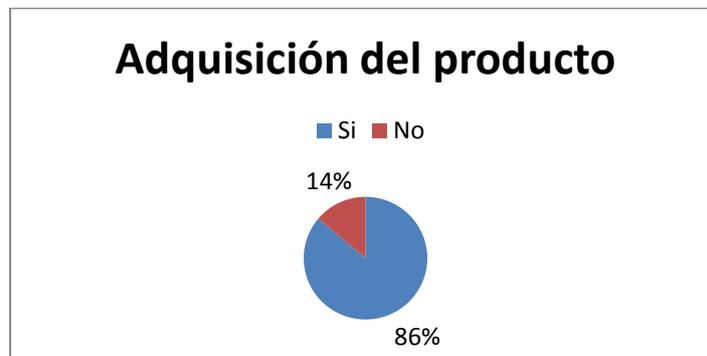
CUADRO # 7

Variable	Frecuencia	%
Si	305	86%
No	49	14%
Total	354	100%

Fuente: Las encuestas

Elaboración: El autor

GRÁFICO # 7



INTERPRETACIÓN

Tomado en consideración a las personas que hacen uso de las blusas tradicionales, y mediante la pregunta # 7 se obtuvo que 305 personas están dispuestas adquirir el nuevo producto. Al realizar la pregunta si se implementara una empresa dedicada a la elaboración, diseño y comercialización de blusas personalizadas para mujeres de la etnia Saraguro, el 86 % del total de los encuestados manifestaron que estarían dispuestas adquirir el producto, mientras que el 14% dijeron que no, como detalla el cuadro # 7.

8. ¿Qué cantidad estaría usted dispuesta adquirir?

CUADRO # 8

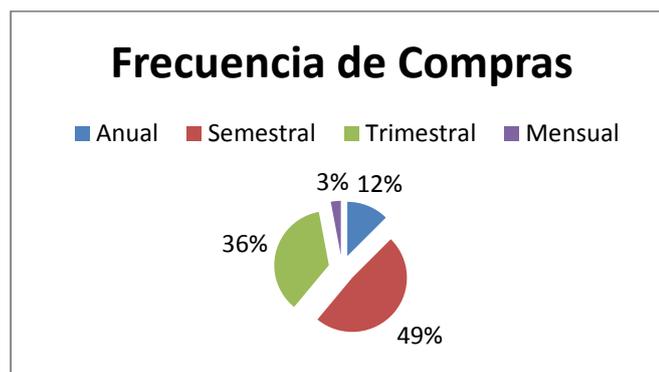
Variable	Frecuencia	%	Anual
Anual	38	12%	38
Semestral	148	49%	296
Trimestral	110	36%	440
Mensual	9	3%	108
Total	305	100%	882

Fuente: Las encuestas

Elaboración: El autor

$$x = \frac{882}{305} = 2$$

GRAFICO # 8



INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las variables de cantidad de productos que están dispuestas adquirir, tenemos a las compras semestrales con un porcentaje del 49%, así mismo con el 36% tenemos las compras trimestrales, también el 12% manifiesta que realizan las compras anuales y el 3% lo realiza mensualmente. Sumando todas las frecuencias de compras y dividiendo para la muestra poblacional nos da una media de compras de 2 unidades anuales por persona, como se puede observar en el cuadro #8.

9. ¿En qué presentaciones desearía que se realice el producto?

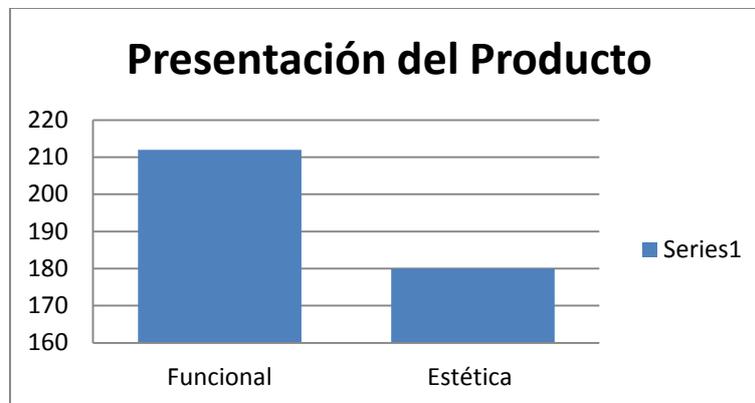
CUADRO # 9

Variable	Frecuencia	%
Funcional	212	69%
Estética	180	59%
Total		

Fuente: Las encuestas

Elaboración: El autor

GRÁFICO # 9



INTERPRETACIÓN

Las presentaciones del nuevo producto varían de acuerdo al diseño y a los gustos y preferencias de los demandantes; se ofrecerá el producto en dos presentaciones, las blusas funcionales y las blusas estéticas.

Mediante las encuestas aplicadas se pudo notar que las dos presentaciones tienen gran aceptación en el mercado, pero las blusas funcionales tienen una mayor acogida como se puede observar en el cuadro # 9.

10. ¿En qué horario le gustaría escuchar la publicidad?

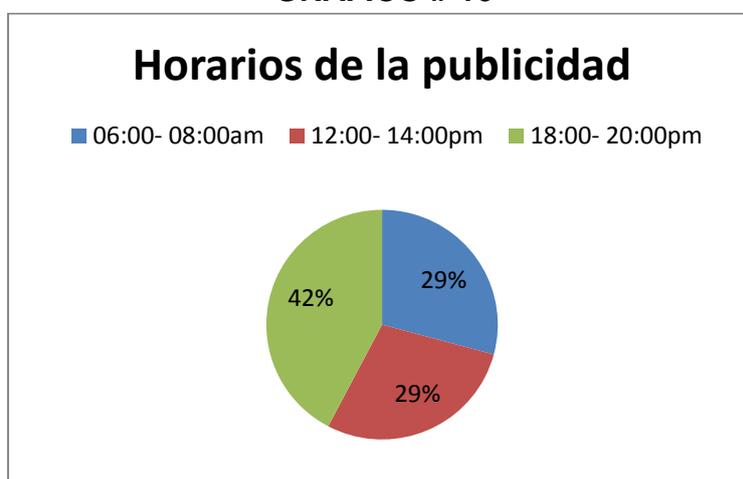
CUADRO # 10

Variable	Frecuencia	%
06:00- 08:00am	89	29%
12:00- 14:00pm	87	29%
18:00- 20:00pm	129	42%
Total	305	100%

Fuente: Las encuestas

Elaboración: El autor

GRÁFICO # 10



INTERPRETACIÓN

Para hacer uso de una buena publicidad para dar a conocer el producto, se preguntó cuál es el horario más accesible que le gustaría escuchar la publicidad y el 42% de los encuestados manifestaron que prefieren escuchar en el horario de la noche, podemos mencionar que prefieren este horario porque la mayoría de las personas pasan fuera de casa durante el día realizando sus diferentes actividades pero la mayoría de la población se dedica a la agricultura y ganadería, pero el 29% prefieren el horario de la mañana y el

29% restante prefiere escuchar al medio día, datos que se puede observar en el cuadro # 10.

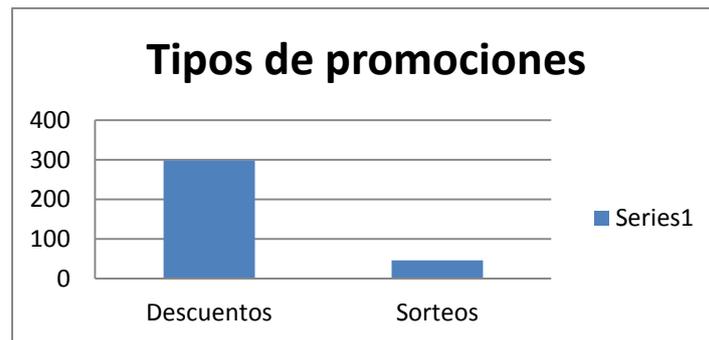
11. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que le ofrezca la futura empresa?

CUADRO # 11

Variable	Frecuencia	%
Descuentos	298	97%
Sorteos	46	15%

Fuente: Las encuestas
Elaboración: El autor

GRÁFICO # 11



INTERPRETACIÓN

Por la situación económica que se vive en la actualidad y por la costumbre de las personas que buscan siempre lo más barato, se pudo diagnosticar que el 97% de las personas encuestadas prefieren que la futura empresa les ofrezca diferentes tipos de descuentos como promoción por la adquisición del producto, pero también el 15% manifiesta que prefieren los sorteos, datos que se puede observar en el cuadro # 11.

12. ¿Cuánto estaría usted dispuesta a pagar por el producto?

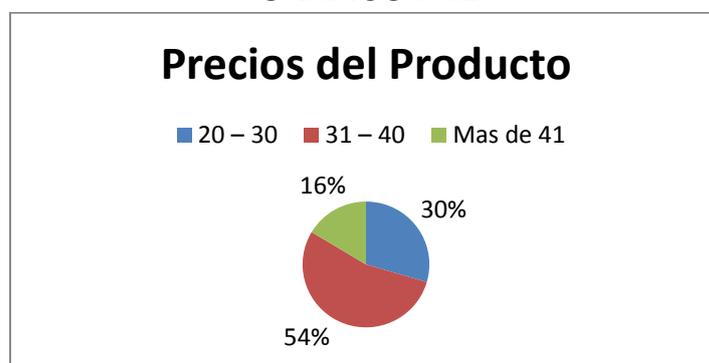
CUADRO # 12

Variable	Frecuencia	%
20 – 30	90	30%
31 – 40	165	54%
Más de 41	50	16%
Total	305	100%

Fuente: Las encuestas

Elaboración: El autor

GRÁFICO # 12



INTERPRETACIÓN

Como es una empresa de diseño y la mayoría de los demandantes prefieren las blusas de acuerdo a los gustos de cada persona; los precios varían de acuerdo al diseño y al tipo de tela. El 54% de las personas encuestadas mencionan que están dispuestas a pagar por el nuevo producto entre 31\$ a 40\$, pero también el 30% manifiestan que están dispuestas a pagar de 20\$ a 30\$ y el 16% están en capacidad de pagar más de 41\$, datos que se obtiene del cuadro #12.

13. ¿En qué lugar le gustaría que le ofrezcan el producto?

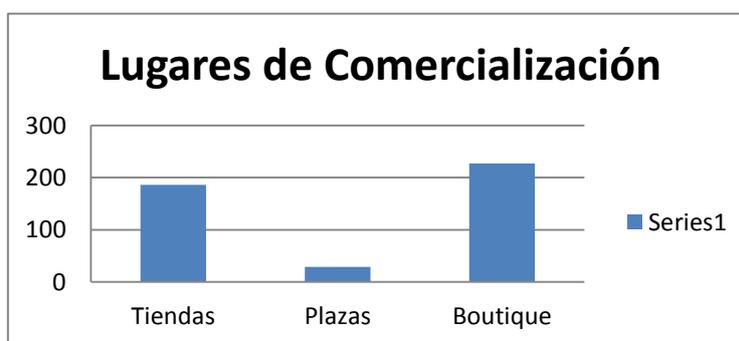
CUADRO # 13

Variable	Frecuencia	%
Tiendas	186	30%
Plazas	29	2%
Boutique	227	68%

Fuente: Las encuestas

Elaboración: El autor

GRÁFICO # 13



INTERPRETACIÓN

El 68% de las personas encuestadas manifiestan que les gustaría que se comercialice el nuevo producto en una boutique, ya que en el cantón no existen estos locales y les parece llamativo conocer algo nuevo y diferente, así mismo el 30% prefiere en las tiendas y el 2% manifiesta que les gustaría adquirir en las plazas, como se puede observar en el cuadro # 13.

g. DISCUSIÓN

El presente proyecto está enfocado en la elaboración, diseño y comercialización de blusas para mujeres de la etnia Saraguro; para lo cual se realizará los respectivos cálculos estadísticos de cada uno de los cuadros, para así determinar la demanda potencial, real y efectiva, la oferta, consumo promedio y demanda insatisfecha del producto.

LA DEMANDA

El estudio de la demanda, consiste en determinar quiénes serán los consumidores del producto de igual naturaleza a los del proyecto o de los productos sustitutos, para ello se establecerá algunos tipos de demanda.

DEMANDA TOTAL

CUADRO # 14

Acostumbra usar blusas	F. M	F. T	%
Si	385	9636	100%
No			
Total	385	9636	100%

FUENTE: Cuadro # 1 Tabulación de las encuestas

ELABORACIÓN: El Autor

Para determinar la demanda total se tomó como fuente el cuadro # 1 que son las personas que acostumbran utilizar las blusas, para calcular esta demanda se tomó en consideración una muestra poblacional de 385 encuestas que equivale el 100% de una población total de 9636 mujeres de la etnia Saraguro.

DEMANDA REAL

CUADRO # 15

Acostumbra usar blusas	F. M	F. T	%
Blusa tradicional	354	8865	92%
Blusa estandarizada	259	6456	67%
total			

FUENTE: Cuadro # 2 Tabulación de las encuestas

ELABORACIÓN: El Autor

La Demanda Real se obtiene del cuadro # 2 tomando en consideración el tipo de blusas que acostumbran usar, para determinar la demanda real se va a tomar en cuenta solo a las mujeres que usan las blusas tradicionales que será nuestro segmento de mercado lo que nos da una demanda real del 92% de la muestra poblacional lo que equivale a una población total de 8865 demandantes.

DEMANDA EFECTIVA

CUADRO # 16

Adquisición del producto	F. M	F. T	%
Si	305	7623	86%
No	49	1241	14%
Total	354	8865	100%

FUENTE: Cuadro # 15 Demanda Real, Cuadro # 7 tabulación de las encuestas

ELABORACIÓN: El Autor

Para determinar la demanda efectiva se tomó en consideración la demanda real que es de 92% de la muestra, con una población total de 8865 que es el segmento de mercado que utilizan las blusas tradicionales; de este segmento se obtiene la demanda efectiva que es de 86% de la muestra poblacional que

están dispuestas adquirir el nuevo producto dándonos un total de 7623 demandantes; datos que se obtiene del cuadro # 7.

La demanda efectiva que están dispuestas adquirir el nuevo producto es de 7623, de las cuales se obtuvo una media de compras anual de 2 unidades por persona, a esta media de compras se la multiplica por la población total de demandantes se obtiene una demanda efectiva de 15246. Para sacar la media de compras se tomó en consideración el cuadro # 8.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POBLACIONAL

Tasa de crecimiento poblacional de 2.27%

CUADRO # 17

Año	Población
0	9636
1	9854
2	10077
3	10305
4	10538
5	10777

FUENTE: Tasa de crecimiento poblacional

ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DE LAS DEMANDAS

CUADRO # 18

POBLACIÓN	PROMEDIO DE VENTA ANUAL	DEMANDA TOTAL 100%	DEMANDA REAL 92%
9636	3	28908	26595
9854	3	29562	27195
10077	3	30231	27810
10305	3	30915	28440
10538	3	31614	29082
10777	3	32331	29742

FUENTE: Cuadro # 14 demanda total y Cuadro # 15 demanda real

ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCION DE LA DEMANDA EFECTIVA

CUADRO # 20

POBLACIÓN	PROMEDIO DE VENTA ANUAL	Demanda Efectiva 86%
7623	2	15246
7795	2	15590
7972	2	15944
8152	2	16304
8336	2	16672
8526	2	17052

FUENTE: Cuadro # 16 demanda efectiva

ELABORACIÓN: El Autor

OFERTA

El estudio de la oferta, consiste en conocer los volúmenes de producción y venta de un determinado producto o servicio, así como saber, el mayor número de características de las empresas que los generan. Durante el proceso de recolección de datos, es frecuente que las organizaciones eviten dar información sobre sí mismos, por lo que hay necesidad de pronosticar ciertos procedimientos o técnicas para obtener los datos o información que se requiere. Por ello, lo primero es determinar el número de productores y oferentes que intervienen en el área de influencia, es decir, nuestra competencia.

Podemos mencionar que en el cantón Saraguro existe 10 locales comerciales que ofertan blusas ya sea tradicionales como estandarizadas, de las cuales 6 de ellas solo comercializan y 4 de se dedican a la elaboración. Todos estos locales ofertan los productos en las diferentes tiendas y de vez en cuando en las plazas y ferias que existen en el cantón. Las diferentes tiendas que ofertan las blusas no acostumbran llevar contabilidad por tal motivo desconocen el promedio de venta anual, pero mediante la entrevista que se realizó a los dueños de las diferentes tiendas nos supieron dar un aproximado de las ventas mínimas y máximas de cada mes y con este dato se sacó el promedio de venta anual de cada local comercial.

A continuación se muestran los promedios de venta mensual y anual de cada tienda.

Tiendas que ofertan blusas en el cantón Saraguro

CUADRO # 21

Nombre del local	Ventas mínimas mensuales	Ventas máximas mensuales	Promedio venta mensual	Total ventas anuales
Comercial Jiménez	100	150	125	1500
Comercial Jara	80	120	100	1200
Comercial Ordoñez	130	150	140	1680
Comercial Gonzales	100	120	110	1320
Sumak	150	180	165	1980
Wampra	80	100	90	1080
Kausay	100	110	105	1260
Sumak Kausay	40	160	50	600
LLakta	50	80	65	780
Ñusta	50	10	60	720
Total			1010	12120

FUENTE: Entrevista a dueños de tiendas que ofertan blusas del cantón Saraguro

ELABORACIÓN: El Autor

DEMANDA INSATISFECHA

Una vez analizada la oferta y la demanda, se pudo determinar la demanda insatisfecha del producto, para su cálculo fue necesario extraer los datos obtenidos de la cantidad de oferta que existe en el mercado, datos que se obtuvo del cuadro # 21.

Para calcular la demanda insatisfecha se utilizó la siguiente fórmula.

$$DI = \text{DEMANDA EFECTIVA} - \text{OFERTA}$$

CUADRO # 22

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	15246	12120	3126
1	15590	12395	3195
2	15944	12676	3268
3	16304	12963	3341
4	16672	13257	3415
5	17052	13557	3495

FUENTE: Entrevista a dueños de tiendas que comercializan blusas cuadro # 21

ELABORACIÓN: El Autor

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

La empresa 'Sisa' dedicada a la elaboración, diseño y comercialización de blusas exclusivamente para damas de la etnia Saraguro buscamos cubrir las necesidades de mujeres modernas que buscan modelos novedosos y quieren vestir a la moda.

Para la elaboración del producto se contará con los recursos y materiales necesarios para la producción. Se pretende ofrecer un producto de calidad elaborando cuidadosamente cada prenda con diseños novedosos de acuerdo a los gustos y preferencias de cada persona.

El producto se elaborará en dos presentaciones que serán las blusas funcionales y las blusas estandarizadas, las mismas que serán fabricadas en telas seleccionadas de acuerdo al diseño y exigencias de los demandantes.

NOMBRE:



SLOGAN:

**CALIDAD DISEÑO
Y ESTILO**

LOGOTIPO

GRÁFICO # 14



ELABORACIÓN: EL AUTOR

EL PRECIO

La fijación de precios de nuestros productos será establecida tomando en cuenta los precios de la competencia y los recursos que serán necesarios para la elaboración de las blusas.

Los precios de las blusas variarán de acuerdo al tipo de tela y el bordado, las mismas que se las puede obtener a un valor de 25 a 30 dólares que son los precios de la competencia, tomando como referencia estos precios se podrá fijar el precio del nuevo producto.

LA DISTRIBUCIÓN O PLAZA

El producto elaborado por la nueva empresa está dirigido hacia las mujeres indígenas del cantón Saraguro, siendo el objetivo central el implementar un sistema óptimo de comercialización que permita entrar en el mundo de la competencia y con ello captar el interés de los consumidores, pero será necesario planificar adecuadamente las formas de distribuir.

Según las encuestas realizadas a la muestra poblacional el lugar donde prefieren que se comercialice el producto será en una boutique. Para lo cual se implementará la empresa en el centro de la ciudad de Saraguro para de esa manera poder brindar todas las facilidades y comodidades a nuestros clientes.

Para el efecto, se tomará como marco referencial los canales de distribución para el producto, en el esquema adjunto se representa el canal de distribución que aplicará la empresa para lograr los volúmenes de ventas esperados.



LA PUBLICIDAD

La publicidad es una forma de comunicación ya sea esta oral o visual, para el caso de este proyecto en base al estudio de mercado realizado se utilizará la publicidad radial realizando anuncios continuos, para dar a conocer el producto y ganar posicionamiento en el mercado.

En el cantón Saraguro existe cuatro emisoras radiales, pero los anuncios publicitarios se realizarán por medio de la radio Frontera Sur, que es la radio que mayor sintonía tiene, para ello se pondrá un anuncio con una duración de un minuto cuyo costo es de un dólar veinticinco y se realizará dos veces al día.

Costo de las cuñas publicitarias

CUADRO # 23

Nombre de la radio	Anuncios por día	Costo minuto	Valor mensual
Frontera Sur	2	1.25\$	75\$

PROMOCIÓN

El objetivo de la promoción es ofrecer al consumidor un incentivo por la adquisición de un producto o servicio, lo que se traduce en un incremento en las ventas, el tipo de promoción que dará la futura empresa será de brindar todas las facilidades de pago haciendo uso de planes acumulativos, también se

realizarán eventos como exposiciones de diseños en las diferentes ferias y plazas que tiene el cantón con la finalidad de dar a conocer el producto.

ESTUDIO TÉCNICO

El Estudio Técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de Producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio. “En resumen, se pretende resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto”

Tamaño de la Planta

El tamaño y capacidad de este proyecto, se debe a dos aspectos principalmente: la porción de demanda insatisfecha que se pretende sea cubierta por el proyecto y a la dimensión del área total con que cuenta el local para la instalación de la empresa.

La determinación del tamaño de la planta responde al análisis de los resultados del estudio de mercado, tomando para ello variables como:

- Disponibilidad de materia prima.
- Demanda.
- Volumen de inversiones.
- Disponibilidad de insumos.

- Costos estimados.

En el estudio de proyectos de inversión, la determinación del tamaño de la planta corresponde a establecer correctamente la capacidad productiva que se va a instalar y se expresa en unidades por año, con este objeto se toma en consideración la demanda insatisfecha que es de 3126 blusas de la cual tomaremos 1040 blusas que se convertirá en la capacidad utilizada de la futura empresa.

También influye la tecnología que se va a utilizar para la determinación del tamaño, por lo tanto en última instancia se evalúa la conveniencia de instalar una planta productiva de mayor capacidad en razón de que la demanda proyectada va en aumento debido al futuro crecimiento poblacional.

La empresa contará con un espacio acorde a su infraestructura de producción y con óptimas condiciones en sus instalaciones contando con todos los servicios básicos necesarios para el funcionamiento los cuales estarán distribuidos adecuadamente y guardaran las debidas reglamentaciones en relación con la ubicación de la empresa.

Capacidad Instalada

La capacidad instalada de la planta está determinada para que funcione con un proceso productivo continuo, durante las 24 horas laborables al día, produciendo 1 blusa cada 120 min, 12 unidades al día; 60 unidades por semana y 3120 unidades al año.

$$24\text{h} \times 60\text{min} = 1440 \text{ min.}$$

$$120\text{min} / 1\text{blusa} = 120\text{min} (1 \text{ blusa})$$

$$1440\text{min} / 120\text{min} = 12 \text{ blusa diarias}$$

$$12 \text{ blusas} \times 5 \text{ días semana} = 60 \text{ blusas semanales}$$

$$60 \text{ semanales} \times 52 \text{ semanas} = 3120 \text{ blusas anuales}$$

Capacidad Utilizada

La planeación de la producción de las blusas se realiza en función de la capacidad instalada de la nueva unidad productiva y en relación a los años de vida útil del proyecto que en nuestro caso es de cinco años.

Como todo proceso productivo no puede empezar a trabajar con toda su capacidad instalada debido a varios factores como son: la apertura de mercado, selección de intermediarios, acoplamiento del proceso productivo, capacitación del personal, etc.

Por todo ello se planifica trabajar con el 33.5% de la capacidad instalada de la planta; se trabajará 8 horas diarias, produciendo una blusa cada 120 minutos, 4 unidades al día, 20 por semana y 1040 unidades por año.

$$8\text{h} \times 60\text{min} = 480 \text{ min.}$$

$$120\text{min} / 1\text{blusa} = 120\text{min} (1 \text{ blusa})$$

$$480\text{min} / 120\text{min} = 4 \text{ blusa diarias}$$

$$4 \text{ blusas} \times 5 \text{ días semana} = 20 \text{ blusas semanales}$$

$$20 \text{ semanales} \times 52 \text{ semanas} = 1040 \text{ blusas anuales}$$

CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA

DURANTE LA VIDA UTIL

CUADRO # 24

AÑOS	INSTALADA		UTILIZADA	
	PART. %	PRODUCCIÓN BLUSAS	PART. %	PRODUCCION BLUSAS
1	100	3120	33.36	1040
2	100	3120	33.36	1040
3	100	3120	33.36	1040
4	100	3120	33.36	1040
5	100	3120	33.36	1040

ELABORACION: El Autor

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Localización

El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles.

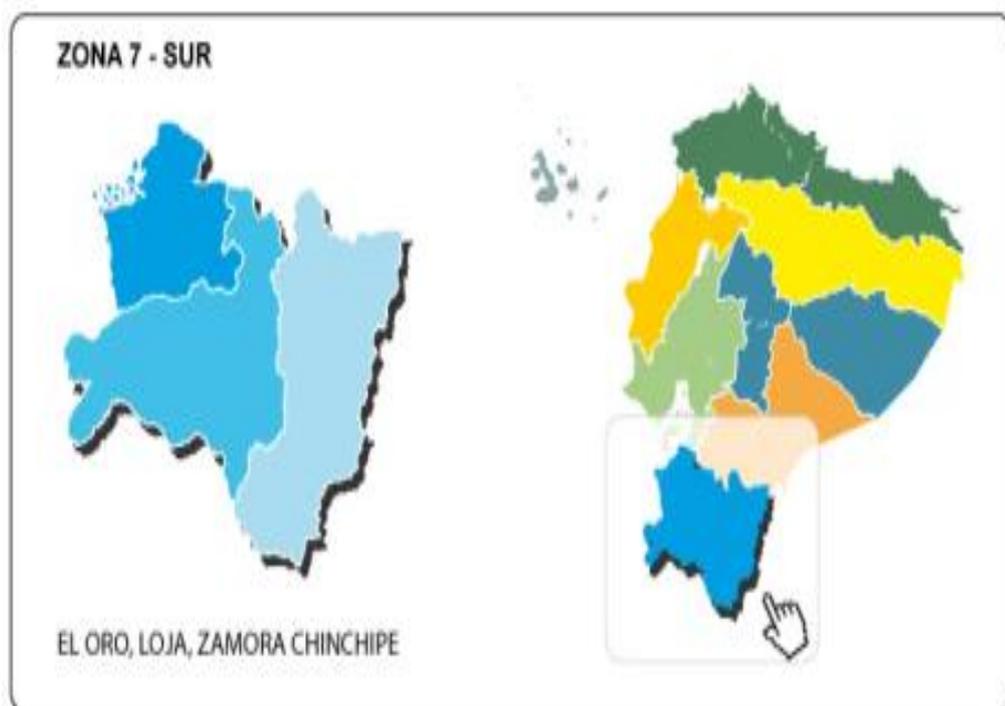
De tal modo que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macro localización y Micro localización

MACROLOCALIZACIÓN

La macrolocalización se refiere a la ubicación de la macrozona dentro de la cual se establecerá el presente proyecto. En este caso la empresa “Sisa” operara en la Región Sur del Ecuador; en la provincia de Loja.

Mapa de la Región Sur del Ecuador

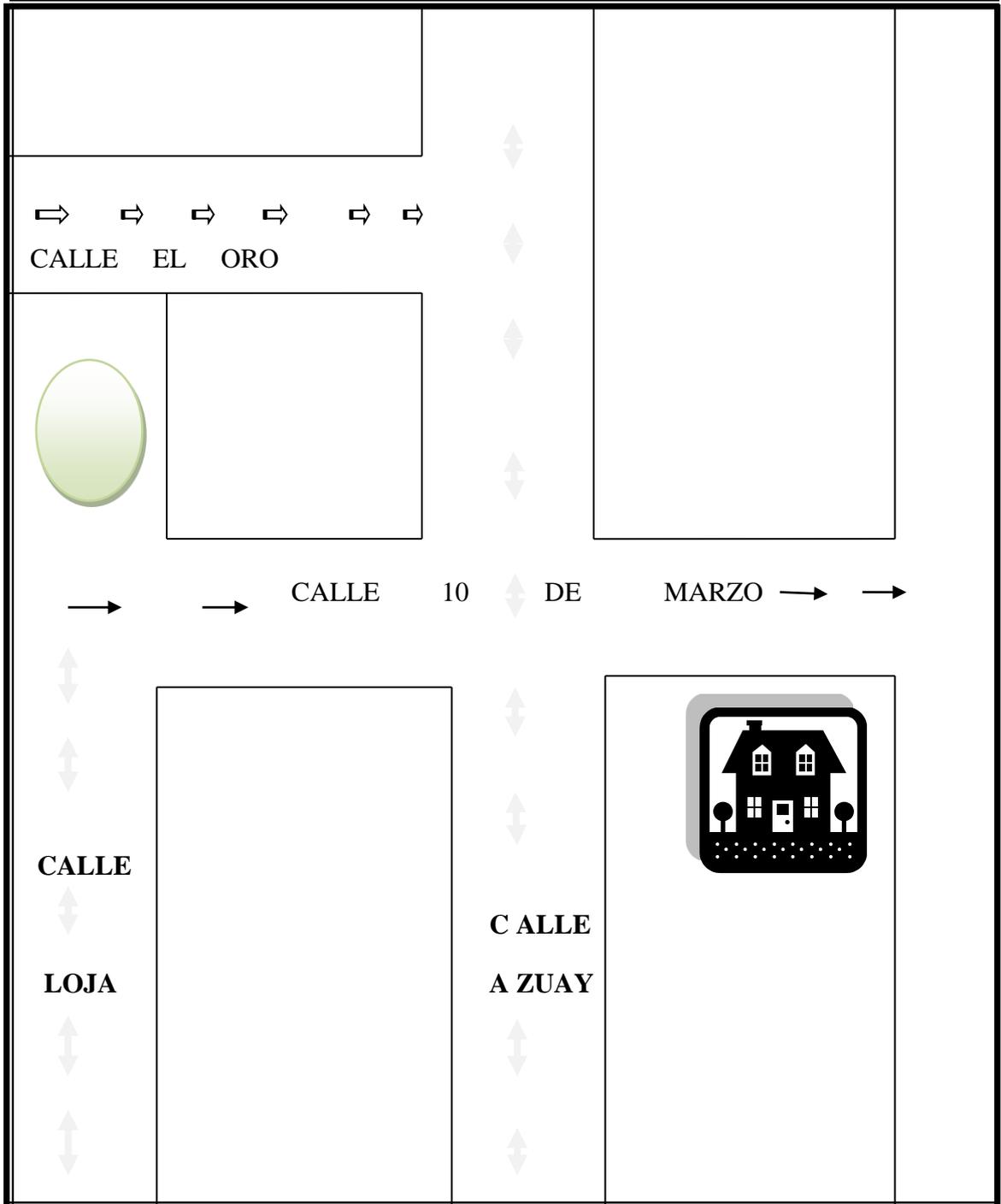
GRÁFICO # 15



MICROLOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

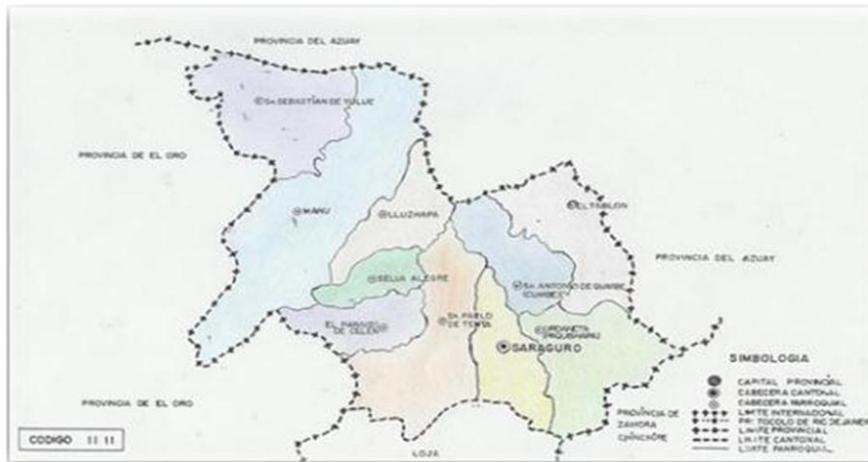
GRÁFICO # 16

CANTÓN SARAGURO



La microlocalización se refiere a la localización precisa donde se instalara la planta en nuestro caso será en el cantón Saraguro de la provincia de Loja.

GRÁFICO # 17



- ❖ **PROVINCIA:** LOJA
- ❖ **CANTON:** LOJA
- ❖ **CABECERA CANTONAL:** SARAGURO
- ❖ **CALLES:** 10 DE MARZO Y AZUAY

SITUACIÓN GEOGRAFICA

El cantón Saraguro está ubicado a sesenta y cuatro kilómetros al norte de la provincia de Loja, cuya cabecera cantonal está ubicada en las faldas del Puglla, a 2500 metros de altura y el Puglla está a 3381 m.s.n.m. en el trayecto hacia la capital azuaya, se desarrolla de sentido Norte – Sur, de forma alargada siguiendo en parte la travesía de la carretera panamericana, posee una superficie de 1080 Km². Tiene un Clima sano y tonificante. Este cantón constituye uno de los centros indígenas más interesantes de América. Allí se

conserva toda su autenticidad de las comunidades incaicas, sus tradiciones, inclusive el dominio sobre sus propias tierras.

FACTORES DETERMINANTES EN LA MICROLOCALIZACIÓN

En la microlocalización influyen los siguientes factores que hay que tener en consideración.

- **Distancia de las fuentes de materia prima**

Materia Prima. La materia prima para la elaboración de las blusas se puede obtener en los almacenes del cantón. Pero se considera los mercados de la ciudad de Loja y Cuenca donde se puede encontrar material en mayor proporción ya sea en calidad de la tela, colores y precios accesibles.

Transporte. Cabe indicar que donde estará ubicada la empresa si existen los medios de transporte necesarios para que pueda tener un acceso normal al mercado, tanto para la comercialización del producto; como para la adquisición de la materia prima y para que los empleados y/o clientes puedan trasladarse normalmente. Además por este cantón transitan varias cooperativas interprovinciales que se puede hacer uso de los servicios a cada hora.

Recursos: Toda empresa requiere de recursos tales como: humano, material, económico y técnico, puesto que constituyen el punto clave para el normal funcionamiento, por lo que podemos afirmar que en el cantón se puede encontrar todos los recursos necesarios para la puesta en marcha de la empresa.

- **Disponibilidad de mano de obra**

Mano de Obra

TABLA # 25

CANT	MANO DE OBRA DIRECTA	SUELDO MENSUAL	TOTAL
1	Costureras	292	3504
1	Diseñadora	300	3600
	TOTAL		7104

Fuente: Código de trabajo

Elaboración: El autor

TABLA # 26

CANT.	PERSONAL ADMINISTRATIVO	SUELDO MENSUAL	TOTAL
1	Gerente, contador	360	4320
	TOTAL		4320

Fuente: Código de trabajo

Elaboración: El autor

Costo y disponibilidad del local: En el Cantón Saraguro los costos de arriendos varían entre 100, 150 y 200 dependiendo de su tamaño, el local que se arrendará estará ubicada en las calles 10 de Marzo y Azuay esquina; constará de 3 cuartos distribuidos de la siguiente manera, una para el diseño y patronaje de las prendas, otra para la producción y recepción de materia prima y un cuarto estará destinada exclusivamente para la comercialización de las blusas.

- **Disponibilidad de servicios básicos**

Servicios Básicos: Para el desarrollo y funcionamiento de una empresa es necesario la disponibilidad de los servicios básicos como: luz eléctrica, agua potable, alcantarillado y teléfono, elementos básicos con el que se cuenta para desempeño de cada una de las actividades.

Factores Legales: Para poder implementar nuestro negocio es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Permiso de funcionamiento municipal.
- Ruc.
- Tipo de compañía.

Factores ambientales: Como es un negocio de diseño textil de blusas la empresa a constituirse no provocará contaminación al medio ambiente ni afectara a la salud de los empleados.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

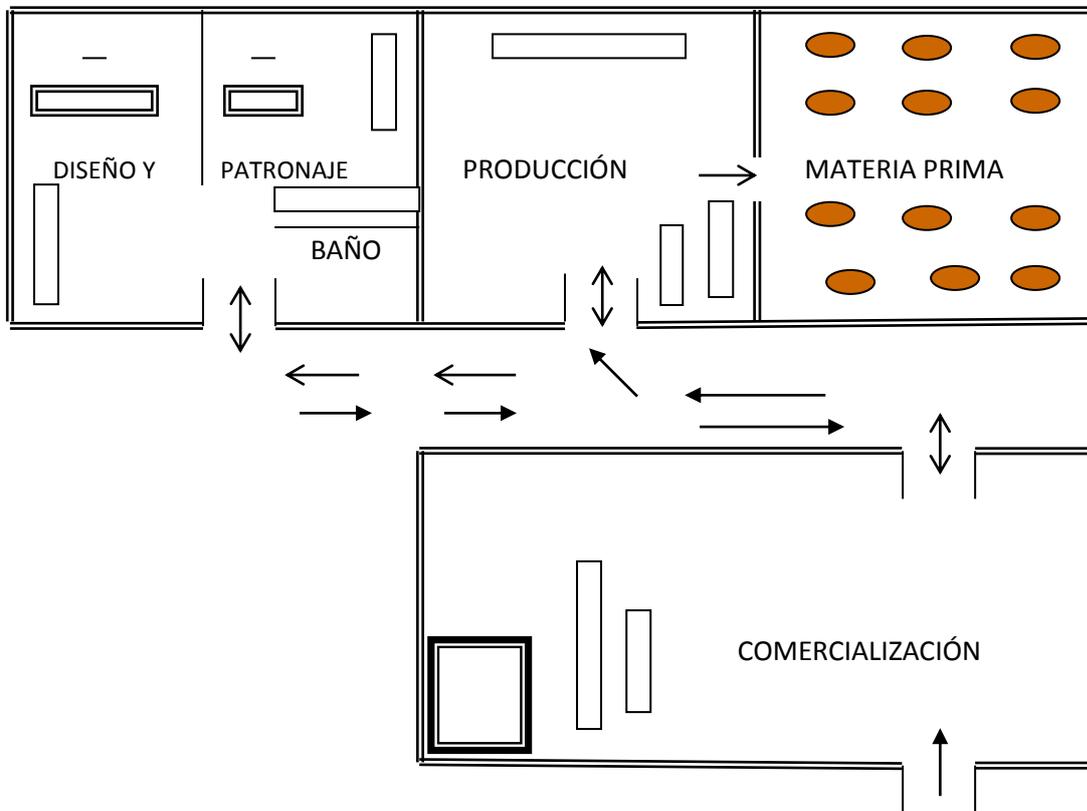
Una buena distribución del equipo en la planta corresponde a la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso productivo y asegura los menores costos y la más alta productividad, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

La distribución física de la planta tiene como objetivo principal localizar la maquinaria de manera que se haga posible cumplir con lo establecido en el diagrama de proceso de operación. El ordenamiento de la maquinaria en la planta permite la ejecución sin contratiempos de las operaciones y la minimización del transporte del producto en el proceso, entre las maquinarias.

Esta infraestructura detalla el área de diseño y patronaje con una dimensión de 3m×3m, el área productiva tendrá una dimensión de 5m×3m y el área de comercialización con una dimensión de 5m×3m

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

GRÁFICO # 18



INGENIERIA DEL PROYECTO

El proceso productivo es establecido mediante parámetros tales como, determinar las actividades que se requieren para la producción, realizar un diagrama de flujo de las funciones a ejecutar en la producción de las blusas y establecer tiempos para la mano de obra en la confección de la prenda.

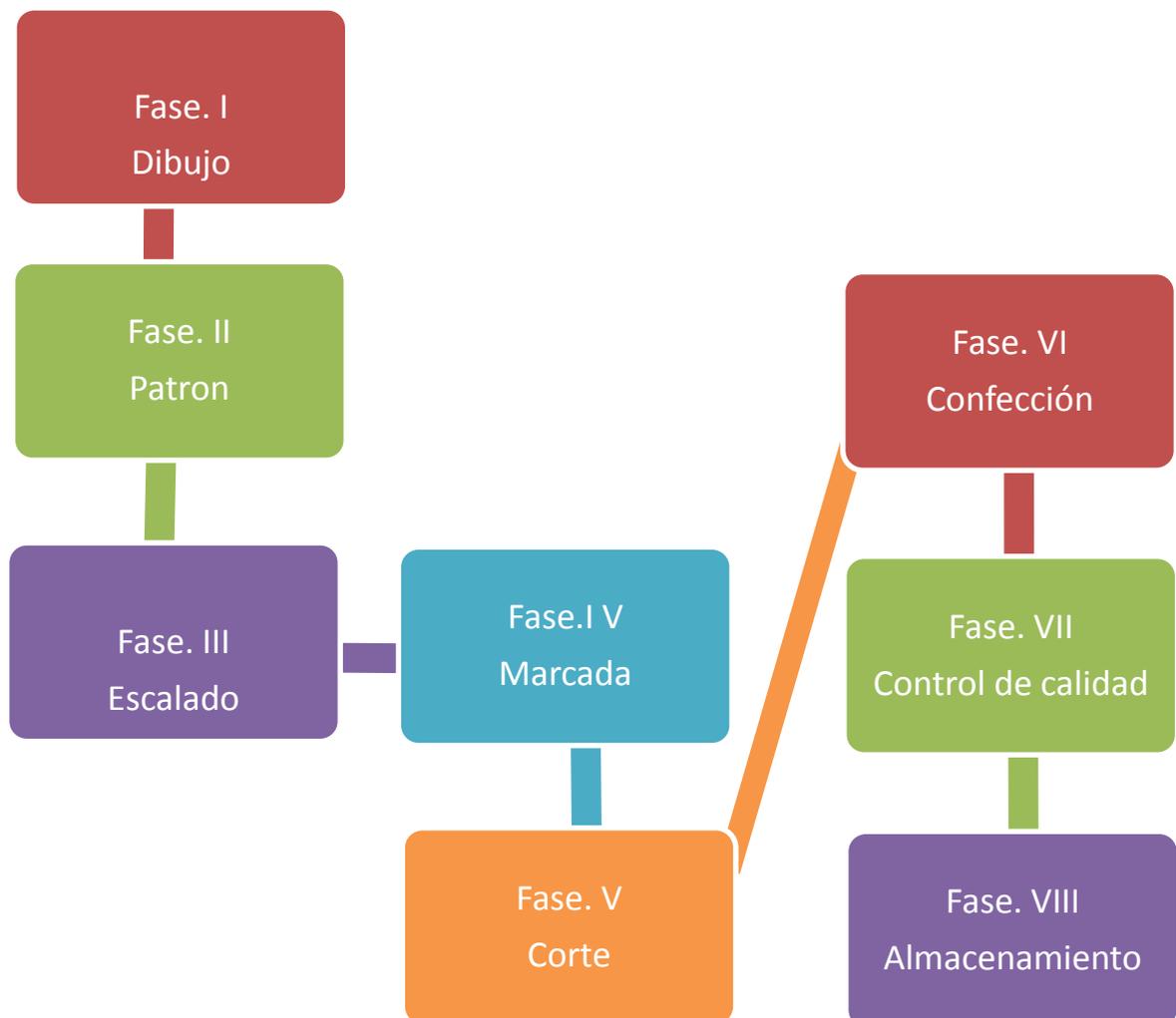
El proceso productivo se muestra en el siguiente diagrama de flujo, el cual maneja en forma óptima las operaciones requeridas para la transformación del producto y disminuye al máximo los desplazamientos debido al diseño adecuado de la planta.

PROCESO DE PRODUCCIÓN

La empresa “Sisa” utilizará las siguientes fases durante el proceso productivo de las blusas.

PROCESO DE PRODUCCIÓN

GRÁFICO # 19



Fase I. Dibujo: Se diseñan las blusas teniendo en cuenta la forma, el color y la proporción, combinándolas de una manera coherente y atractiva; plasmado en el papel lo que quiere que se confeccione con todas las especificaciones de la blusa.

Fase II. Patrón: Se realizan las bases de confección con las medidas específicas de cuello, hombro, brazos, cintura, cadera. Estos patrones servirán para siempre.

Fase III. Escalado: El patrón de producción se escala, es decir se hace en las diferentes medidas en las que se va entregar las blusas al cliente.

Fase IV. Marcada: Es la disposición de las piezas de varios patrones encima de una tela para pasar a cortarla. La disposición de la marcada es la que supone la mínima cantidad de tela que se pierde al cortar cada blusa.

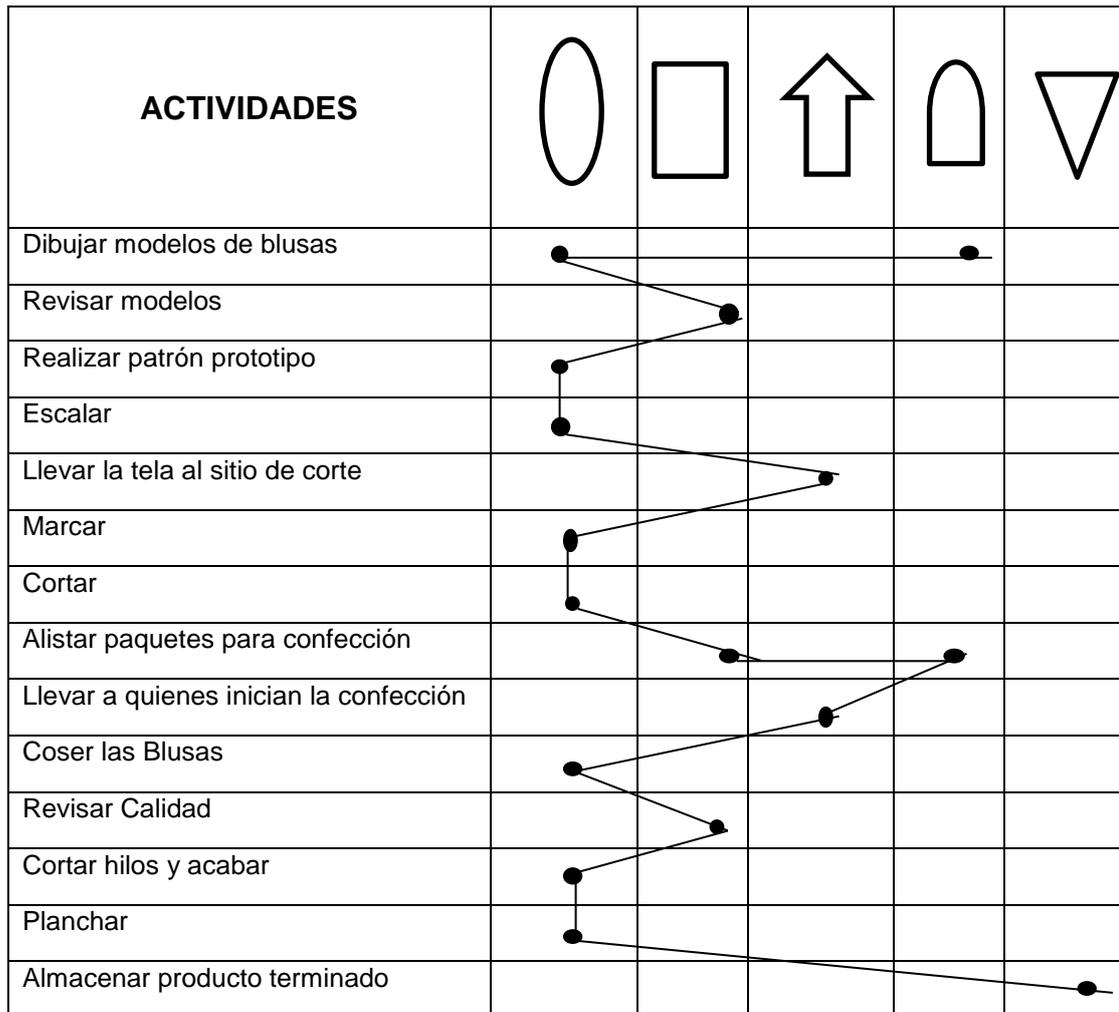
Fase V. Corte: Se despliega la tela sobre la mesa de corte, y se utiliza una tijera que se maneja manualmente.

Fase VI. Confección: Se fabrica la blusa según las especificaciones de cada diseño.

Fase VII. Control de calidad: La calidad no está solo en la blusa acabada, si no que forme parte de todas las fases del proceso de producción como son: control de la tela, control del corte, control de confección, control de planchado, etc.

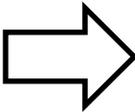
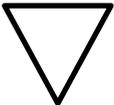
Fase VIII. Almacenamiento: Se almacena las blusas confeccionadas bien organizadas.

DIAGRAMA BÁSICO DE FLUJO DEL PROCESO



ELABORACIÓN: El autor

Las convenciones que se representan en el diagrama se representan a continuación.

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
	OPERACIÓN
	INSPECCIÓN
	TRANSPORTE
	DEMMORA
	ALMACENAJE

COMPONENTE TECNOLÓGICO.

La tecnología que se utilizará para la elaboración de las blusas se detalla a continuación:

MAQUINA COSTURA RECTA

GRÁFICO # 20



Las máquinas caseras de costura recta sirven para todas aquellas costuras de telas planas, sábanas, cortinas, telas de confección. Las máquinas de coser pueden hacer variedad de puntadas rectas o en patrones. Incluyen medios para arrastrar, sujetar y mover la tela bajo la aguja de coser para formar el patrón de la puntada.

MAQUINA OVERLOCK

GRÁFICO # 21



La overlock es una maquina q hace dos costuras, la costura propiamente dicha y el hilvanado para que no se deshilache y al mismo tiempo va cortando la tela, separándola del molde.

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

CUADRO # 27

Nro.	MUEBLES Y EQUIPOS
1	Escritorio tipo gerente
1	Mesa para el Patronaje
1	Silla giratoria
4	Sillas
1	Estante
1	Computadora
1	Impresora
1	Línea Telefónica

* RECURSOS HUMANOS PARA LA EMPRESA PERSONAL ADMINISTRATIVO

CUADRO # 28

1	Gerente, Contador
1	Asesor ocasional

PERSONAL OPERATIVO

CUADRO # 29

2	Trabajadores
---	--------------

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Lo que se quiere lograr en esta etapa es tener claridad sobre las personas que conformaran el grupo y el papel que desempeñaran en la empresa “**Sisa**”, lo que permitirá determinar la posibilidad real de vinculación y así poder adoptar políticas de administración de personal.

Para determinar el norte empresarial de “Sisa” será fundamental crear la Misión, la Visión, los Valores y los Objetivos Organizacionales.

Misión.- Somos una empresa dedicada a la elaboración, diseño y comercialización de blusas de excelente calidad para mujeres de la etnia Saraguro, teniendo exclusividad en sus servicios y gracias al recurso humano que tenemos buscamos siempre satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Visión.- “**Sisa**”, en el año 2017, será una empresa líder en la elaboración, diseño y comercialización de blusas para damas de la etnia Saraguro, además incursionará con diversificación de productos, con un alto reconocimiento de su marca, orientándose a la apertura de nuevos mercados.

Valores de la organización.- El respeto, la tolerancia, la lealtad, la honestidad y el compromiso inspiran las operaciones comerciales y las relaciones con los clientes, empleados y colaboradores de la empresa.

Objetivos de la empresa.- La empresa tiene como objetivos los siguientes:

- Incrementar la participación en el mercado en 5% en un periodo de dos años.
- Proporcionar al cliente un producto de alta calidad.
- Generar un clima laboral agradable para garantizar la productividad, compromiso y eficiencia a partir de su talento humano.

ORGANIZACIÓN LEGAL

La forma de organización legal que adoptará la empresa “**Sisa**”, será la de sociedad limitada, porque es la mejor opción entre ser autónomo y responder solidariamente a los intereses de la sociedad.

RAZON SOCIAL:

La razón social de la empresa será: **EMPRESA “Sisa” Cía. Ltda.**

CAPITAL SOCIAL:

De acuerdo a lo establecido por la Ley de compañías, el capital estará conformado por las aportaciones de los socios, cuyo monto será de 5000,00\$ distribuido de la siguiente manera:

CUADRO # 30

NOMBRE DE LOS SOCIOS	APORTACIÓN INICIAL
Diego Sarango	2500,00\$
Sisa Chalan	2500,00\$
Total Aportación	5000,00\$

FINALIDAD DE LA EMPRESA:

La finalidad de la empresa será la elaboración, diseño y comercialización de blusas para mujeres de la etnia Saraguro.

DOMICILIO:

El domicilio legal de la empresa “**Sisa**”, será en el cantón Saraguro ubicado en las calles 10 de Marzo y Azuay esquina.

PLAZO DE DURACIÓN: La Empresa tendrá un plazo de duración de 5 años, a partir de la fecha de suscripción en el Registro Mercantil.

BASE LEGAL

La Base Legal sirve para la constitución de una empresa ya que debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley de compañías.

Inscripción en el Registro Mercantil de una Sociedad Civil y Comercial

- Tres copias certificadas de la escritura pública de constitución o reforma de estatutos de la sociedad civil.
- Proceso con copia certificada donde debe constar la sentencia de un Juez de lo Civil aprobatoria de la sociedad y la respectiva notificación al Registro Mercantil de la sentencia aprobatoria.
- Anotación marginal de la aprobación de la sociedad por parte del notario que otorgó la escritura de constitución.

- Domicilio en el cantón Saraguro, debe constar en los estatutos de la compañía.
- Certificado de inscripción en el Registro de la dirección financiera tributaria del Ilustre Municipio de Saraguro.
- Certificado del cumplimiento tributario otorgado por la Dirección Financiera Tributaria del Ilustre Municipio de Saraguro.
- Publicación del extracto de la sociedad cuando así lo exige la sentencia.
- Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación vigentes.

Registro Único de Contribuyentes (RUC) de Sociedades Civiles y Comerciales

La inscripción debe efectuarse dentro de los treinta días hábiles siguientes al inicio de actividades. En el caso de sociedades la fecha de inicio de actividades está definida por el acto que genera su existencia jurídica. Los requisitos para la inscripción son:

- Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal.

- Original del certificado de votación.
- Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción; u,
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior; u,
- Original y copia del contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción.

Patente Municipal

Una empresa que ejerce una actividad comercial dentro del Cantón Saraguro, deberá cancelar el impuesto de patentes municipales. Se obtiene a partir del 22 de enero de cada año en la Administración Zonal respectiva.

Para las empresas en constitución es necesaria la obtención de la Patente Jurídica Nueva; para lo cual se deberá entregar la siguiente documentación:

- Escritura de constitución la compañía original y copia.
- Original y copia de la sentencia del Juez de lo Civil.
- Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Dirección donde funciona la misma.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

NIVELES JERARQUICOS:

- **Nivel Legislativo- Directivo**

En nuestro proyecto la constituye la Junta General de Socios los cuales serán los encargados de dictar políticas, reglamentos, ordenanzas, resoluciones y decidir sobre aspectos de mayor importancia.

- **Nivel Ejecutivo**

Este nivel lo ocupará el gerente, el cual será nombrado por el nivel Legislativo-Directivo y es el responsable de planear, orientar, dirigir y controlar la vida administrativa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión y a dar cumplimiento con los objetivos de la empresa.

- **Nivel Asesor.**

Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, está integrada por expertos que tienen un amplio dominio en asuntos legales. Este nivel no tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional.

La empresa contará con un asesor legal que será requerido solo cuando la empresa lo necesite, es decir temporal.

- **Nivel Operativo**

Este nivel está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen que ver con el proceso productivo de las blusas que está conformado en nuestro caso por dos empleados.

- **Nivel Auxiliar**

El nivel auxiliar a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia. Este nivel de apoyo en nuestra empresa lo constituye el contador que realiza labores encomendadas tanto ejecutivas, asesoras y operacionales.

Todos estos niveles estarán reflejados en los organigramas que tendrá la empresa.

ESTRUCTURA ORGÁNICA EMPRESARIAL

ORGANIGRAMAS

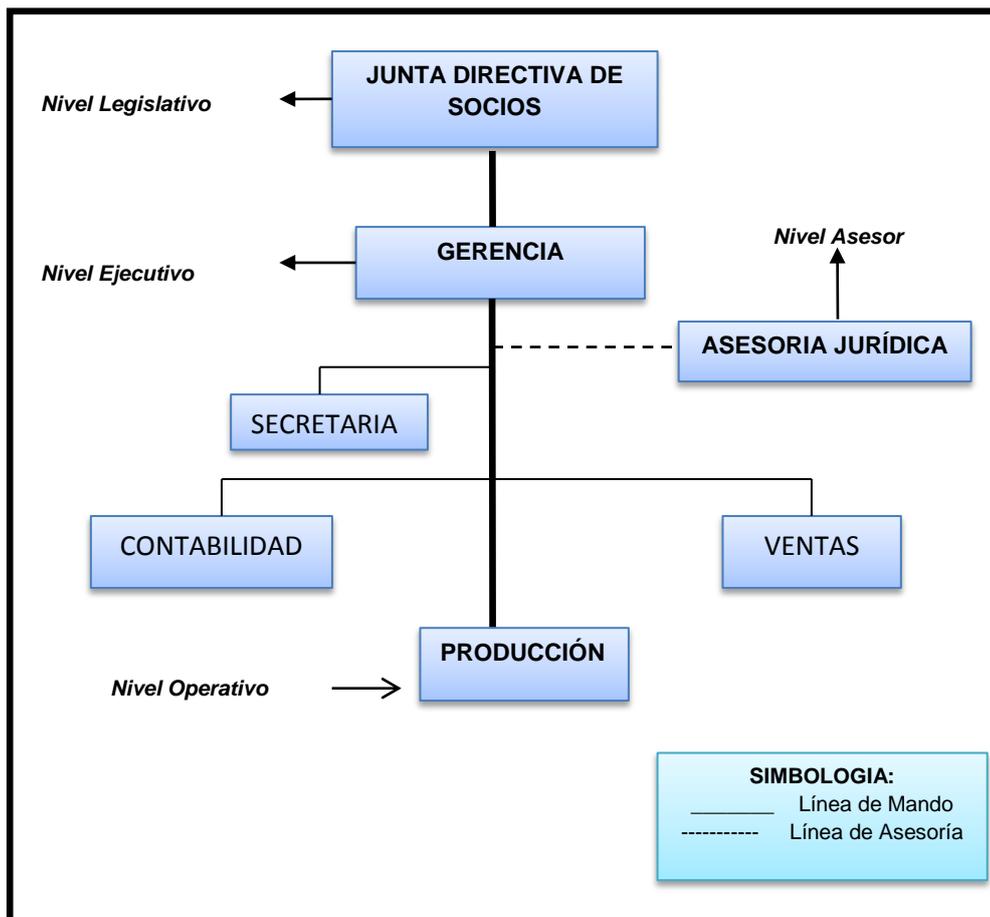
Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo. Son considerados instrumentos auxiliares del administrador, a través de los cuales se fija la posición, la acción y la responsabilidad de cada servicio.

Esta empresa contará con los siguientes organigramas:

- ❖ Organigrama Estructural
- ❖ Organigrama Funcional
- ❖ Organigrama Posicional

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.-Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva los cargos que ocuparan en la empresa.

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
GRÁFICO # 22
EMPRESA “Sisa” CIA .LTDA.**



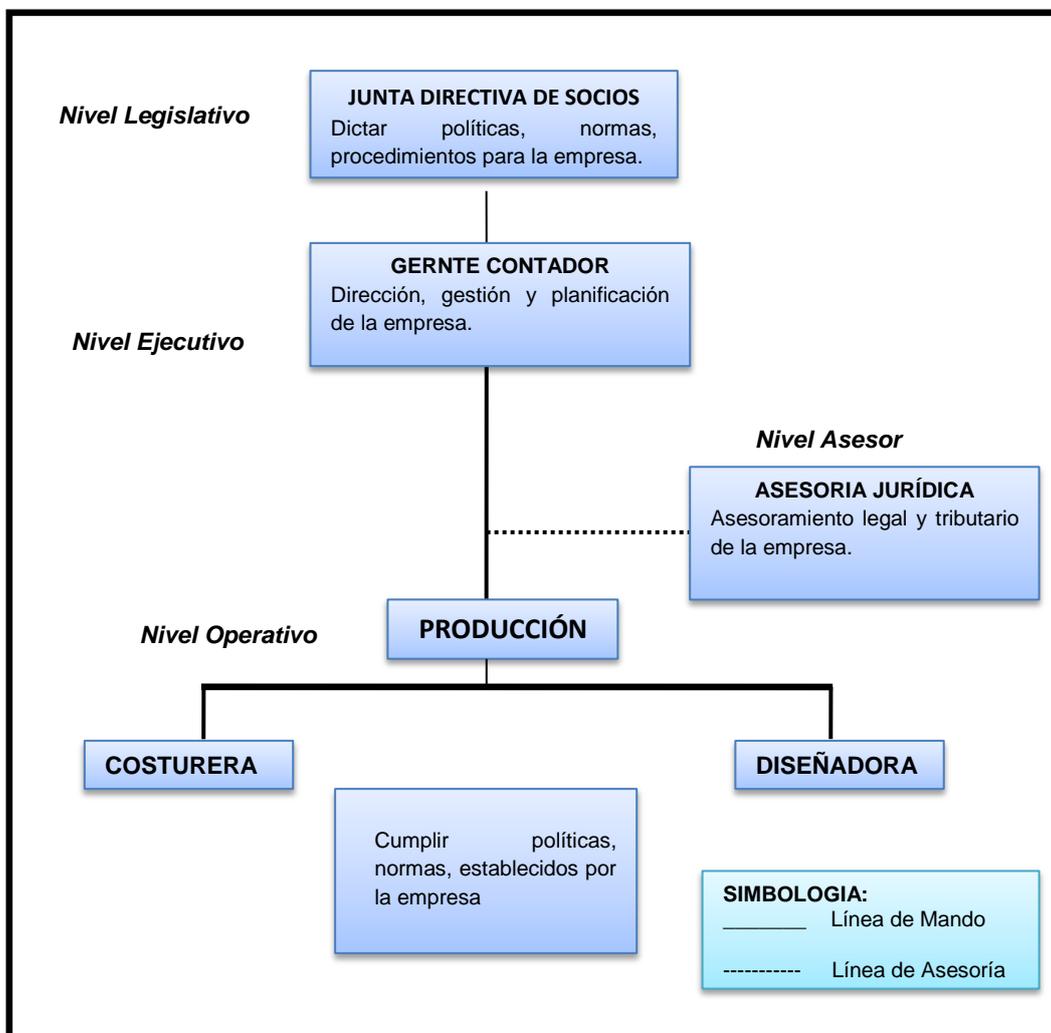
ELABORACIÓN: El Autor

ORGANIGRAMA FUNCIONAL.- Reúne, en un departamento a todos los que se dedican a una actividad o varias que se denominan funciones. Detallar las funciones se inicia por las más importantes y luego se registran aquellas de menor importancia y se determina la actividad de cada función.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

GRÁFICO # 23

EMPRESA "Sisa" CIA. LTDA



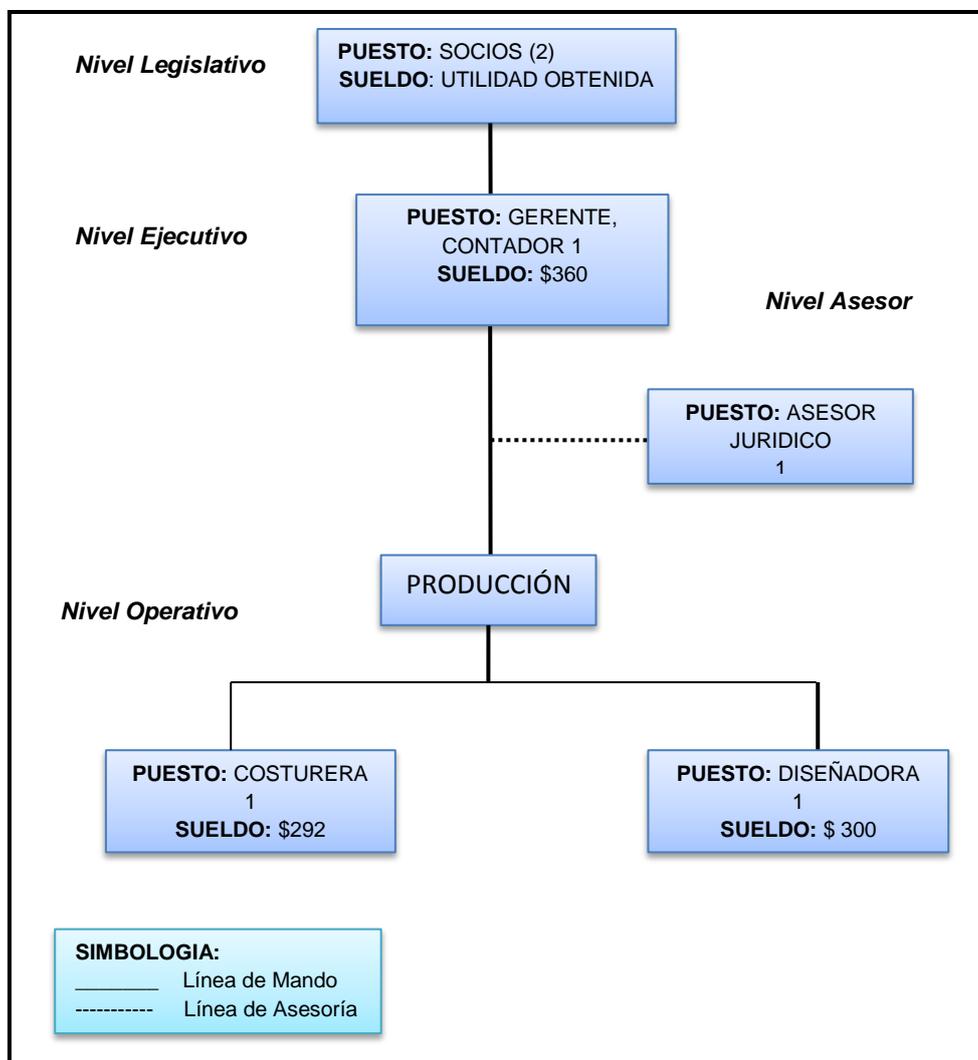
ELABORACIÓN: El Autor

ORGANIGRAMA POSICIONAL.- Es la distribución específica de las jerarquías o categorías de puestos desempeñados por el personal directivo, ejecutivo u operacional de una Empresa.

ORGANIGRAMA POSICIONAL

GRÁFICO # 24

EMPRESA “Sisa” CIA. LTD



ELABORACIÓN: El Autor

MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA Sisa

	NOMBRE DEL PUESTO: JUNTA GENERAL DE SOCIOS	
	CÓDIGO: 001	
NIVEL JERARQUICO: LEGISLATIVO	DEPENDIENTE DE: SI MISMO	
NÚMERO DE SUBALTERNOS: 2	SUELDO: UTILIDAD OBTENIDA	
<p>ROL DEL PUESTO Supervisa las actividades de la empresa, legisla, toma decisiones convenientes a favor de los accionistas y norma aspectos de mayor importancia.</p>		
<p>FUNCIONES DEL PUESTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Constituir la Empresa Legalmente ➤ Establecer Normas y Políticas de la empresa ➤ Designar puestos para los Departamentos de la Empresa 		
<p>INTERFAZ Con todos los miembros de la empresa</p>		
<p>REQUERIMIENTOS MINIMOS</p> <p>HABILIDAD</p> <p>EDUCACIÓN: Título profesional</p> <p>EXPERIENCIA: Conocimientos de administración y producción.</p> <p>INICIATIVA: Responsabilidad y toma de decisiones.</p>		
<p>ESFUERZO</p> <p>FISICO: Ninguno.</p> <p>MENTAL Y/O VISUAL: Concentración mental y visual en el desempeño de sus actividades</p>		
<p>RESPONSABILIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Personal ➤ Materiales ➤ Recursos Financieros ➤ Resultados 		
<p>CONDICIONES DE TRABAJO</p> <p>CONDICIONES: Cumplir con todos los objetivos de la empresa.</p> <p>RIESGOS: La probabilidad es muy eventual.</p>		

	NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE, CONTADOR
	CÓDIGO: OO2
NIVEL JERARQUICO: EJECUTIVO	DEPENDIENTE DE: JUNTA GENERAL DE SOCIOS
NÚMERO DE SUBALTERNOS: 2	SUELDO: 360
ROL DEL PUESTO Planifica, organiza y gestiona los recursos administrativos y financieros que componen la empresa.	
ACTIVIDADES DEL PUESTO: GERENTE <ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar y organizar las actividades de la empresa ➤ Supervisar y controlar al personal ➤ Organiza y designa los puestos y actividades a cada uno de los subordinados de la empresa. ➤ Mantener informados sobre la actual situación de la empresa 	
ACTIVIDADES DEL PUESTO: SECRETARIA(O) <ul style="list-style-type: none"> ➤ Redacta solicitudes, actas, memorandos, oficios. ➤ Atención al público que solicite información. ➤ Cita a reuniones con anticipación a cada uno de los miembros que integran la empresa 	
ACTIVIDADES DEL PUESTO: CONTADOR(A) <ul style="list-style-type: none"> ➤ Llevar y controlar la contabilidad de la empresa ➤ Elaborar los estados financieros ➤ Preparar informes mensuales acerca de los saldos de la empresa 	
INTERFAZ Con todos los miembros de la empresa	
REQUERIMIENTOS MINIMOS	
HABILIDAD	
EDUCACIÓN: Título de tercer nivel relacionados con el puesto de trabajo	
EXPERIENCIA: Mínima de dos años en cargos afines.	
APTITUDES <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones ➤ Que sea amable al momento de atender a personas inmersas y ajenas a la empresa ➤ Que sea rápida al momento de realizar actas, oficios, etc. ➤ Que se adapte al ambiente laboral de la empresa 	
ESFUERZO	
FISICO: Ninguno.	

MENTAL Y/O VISUAL: Atención intensa y sostenida en toda la jornada

RESPONSABILIDAD

- Personal
- Materiales
- Recursos Financieros
- Resultados

CONDICIONES DE TRABAJO

CONDICIONES: Que se realice en un lugar adecuado, ordenado, que permita un buen ambiente de trabajo.

RIESGOS:

Estrés laboral

Dolores de cabeza

Cansancio físico y mental



NONRE DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO

NIVEL JERÁRQUICO: ASESOR JURÍDICO

CÓDIGO: 003

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Interviene en los asuntos legales de la empresa, su ámbito de acción es aconsejar más no decidir. Tiene carácter temporal.

FUNCIONES:

- ❖ Asesorar a los funcionarios de la empresa sobre asuntos de orden jurídico.
- ❖ Representar junto con el gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- ❖ Participar en las sesiones de la Junta General de Socios y directorio.
- ❖ Redactar convenios, contratos, poderes, pagarés y otros documentos de tipo legal.
- ❖ Prepara reglamentos de personal.
- ❖ Resuelve consultas legales.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Se caracteriza por no tener autoridad en razón de que asesora y recomienda las labores judiciales y no toma decisiones de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- ❖ Poseer título de Abogado o Doctor en Jurisprudencia.
- ❖ Capacitación constante.
- ❖ Experiencia como mínimo dos años en el ejercicio profesional.
- ❖ Relaciones Interpersonales
- ❖ Pertener al colegio de Abogados

ESFUERZO

FISICO: Esfuerzo mínimo para realizar las labores de su puesto de trabajo

MENTAL Y/O VISUAL: Atención media en toda la jornada

	NOMBRE DEL PUESTO: EMPLEADO(A) 1 DISEÑADORA	
	CÓDIGO: 004	
NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO	DEPENDIENTE DE: GERENTE	
NUMERO DE SUBALTERNOS:	SUELDO: 300	
ROL DEL PUESTO Elabora y diseña los patrones para el proceso productivo.		
FUNCIONES DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> ➤ Selecciona la materia prima de acuerdo al diseño ➤ Llevar organizado los diseños de las prendas ➤ Ser responsable en el cumplimiento de sus labores 		
INTERFAZ Con el gerente		
REQUERIMIENTOS MINIMOS		
HABILIDAD		
EDUCACIÓN: Título de .diseñador(a) textil o carreras a fines		
EXPERIENCIA: Mínima de 1 año en el desempeño de estas actividades		
INICIATIVA: Responsabilidad y capacitación constante.		
ESFUERZO		
FISICO: Ninguno.		
MENTAL Y/O VISUAL: Concentración mental y visual en toda la jornada		
RESPONSABILIDAD <ul style="list-style-type: none"> ➤ Materia prima ➤ Productos en proceso ➤ Producto terminado 		
CONDICIONES DE TRABAJO		
CONDICIONES: Que se realice en un lugar adecuado, ordenado, que permita un buen ambiente de trabajo.		
RIESGOS: Cansancio físico y mental, dolores de cabeza, estrés laboral		

	NOMBRE DEL PUESTO: EMPLEADO(A) 1 COSTURERA
	CÓDIGO: OO5
NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO	DEPENDIENTE DE: GERENTE
NUMERO DE SUBALTERNOS:	SUELDO: 292
ROL DEL PUESTO Interviene y colabora en el proceso productivo de la empresa.	
FUNCIONES DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaboración y acabado del producto final ➤ Controla la maquinaria ➤ Organización de producto terminado 	
INTERFAZ Con el gerente	
REQUERIMIENTOS MINIMOS	
HABILIDAD	
EDUCACIÓN: Cursos de costura o conocimientos sobre la materia.	
EXPERIENCIA: Mínima de 1 año en el desempeño de este tipo de actividades.	
INICIATIVA: Responsabilidad y ganas de superación.	
ESFUERZO	
FISICO: Ninguno.	
MENTAL Y/O VISUAL: Concentración intensa en toda su jornada	
RESPONSABILIDAD <ul style="list-style-type: none"> ➤ Materias primas ➤ Productos en Proceso ➤ Productos terminados 	
CONDICIONES DE TRABAJO	
CONDICIONES: Facilitar todas las herramientas necesarios para el desempeño de sus actividades	
RIESGOS: cansancio mental, problemas en la columna.	

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de equipo.

Activos: Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa. El presente proyecto origina tres clases de activos: Activo Fijo, Activo Diferido y Activo Circulante o Capital de Trabajo.

ACTIVO FIJO

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, y se genera en la instalación de la empresa. Entre estos activos tenemos: maquinaria de producción, muebles y enseres, equipo de oficina y equipo de cómputo.

RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

CUADRO # 31
ACTIVOS FIJOS

Detalle	Anexo	Total
Equipo de Producción	4	1875
Muebles y Equipo de Oficina	8	350
Equipo de Cómputo	10,13	1980
TOTAL		4205

FUENTE: Anexos

ELABORACIÓN: El Autor

ACTIVO DIFERIDO:

En este activo se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con el mismo; por lo tanto este activo se distribuye así:

- **Estudios Preliminares.-** Este rubro comprende el costo de investigaciones previas al estudio de factibilidad del proyecto.
- **Patentes.-** Este trámite sirve para identificar a la compañía.
- **Conformación de la compañía.-** En lo que se refiere a la organización, la empresa debe tramitar la constitución legal, aprobación de estatutos, registrarse legalmente para realizar la gestión sin problemas posteriores.
- **Adecuaciones.-** Las instalaciones y adecuaciones para iniciar un negocio son activos diferidos por cuanto no constan como activos de la empresa, son únicamente tomados como gastos que realiza el

empresario para poner en funcionamiento su empresa. La adecuación se la realizará en el área administrativa.

CUADRO # 32
ACTIVO DIFERIDO

DETALLE	TOTAL
Gasto Constitución	300
Estudios Preliminares	150
Adecuaciones	150
Patente Municipal	100
TOTAL	700

FUENTE: Municipio de Saraguro

ELABORACIÓN: El Autor

ACTIVO CIRCULANTE

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, el valor de este activo se lo detalla a continuación:

CUADRO # 33
ACTIVO CIRCULANTE

Detalle	Anexo	Total	Costo mensual
Mano de obra directa	2	9927.14	827.26
Sueldo Administrativo	3	6224.88	518.74
Materia Prima Directa	6	10275.20	856,26
Materia Prima Indirecta	7	60,50	5,04
Suministro de producción	19	24,50	2,04
Suministros de Oficina	14	5,92	0,49
Gasto Arriendo	18	2160	180
Gastos Publicidad	17	900	75
Mantenimiento Maquinaria	20	25	2,08
Consumo Energía Eléctrica	15	345,60	28.8
Consumo Teléfono	16	192	16
TOTAL		30140,74	2511.71

FUENTE: Anexos
ELABORACIÓN: El Autor

RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

El resumen de la inversión total se demuestra en el siguiente cuadro.

CUADRO # 34
INVERSIÓN

Detalle	Total
Activo fijo	4205
Activo circulante	2511,71
Activo diferido	700
TOTAL	7416,71

FUENTE: Cuadro # 31, 32,33
ELABORACIÓN: El Autor

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Para poner en marcha el proyecto se hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

FUENTES INTERNAS

El 67% del total de la inversión y que corresponde a 5000 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

FUENTES EXTERNAS

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Semillas de Progreso, ya que es un organismo que otorga créditos para este tipo de inversiones a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá la empresa con la Cooperativa de Ahorro y Crédito Semillas del Progreso, constituirá el 33% que corresponde a 2416,71 dólares a 4 años plazo al 12% de interés anual. Esto en el primer mes, en consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

CUADRO # 35
FINANCIAMIENTO

DETALLE	VALOR	%
Capital Propio	5000,00	67%
Capital Prestado	2416,71	33%
TOTAL	7416,71	100%

ELABORACIÓN: El autor

Todos los presupuestos de los costos de producción y operación se encuentran detallados en los anexos, así como también las amortizaciones del activo diferido y del capital prestado.

ESTRUCTURA DE COSTOS Y ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS DEL
PROYECTO

La estructura de los costos comprende los Costos de Producción y de Operación, en nuestra empresa.

**PRESUPUESTO DE OPERACIÓN
CUADRO # 36**

COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	10.275,20	10.583,46	10.900,96	11.227,99	11.564,83
Materia Prima Indirecta	60,50	62,32	64,18	66,11	68,09
Mano de Obra Directa	9.927,14	10.224,95	10.531,70	10.847,65	11.173,08
Total costo primo	20.262,84	20.870,73	21.496,85	22.141,76	22.806,01
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Depreciación de Equipo	168,75	168,75	168,75	168,75	168,75
Depreciación de muebles y equipo de o	15,75	15,75	15,75	15,75	15,75
Presupuesto Arriendo	2.160,00	2.224,80	2.291,54	2.360,29	2.431,10
Mantenimiento Maquinaria	25,00	25,75	26,52	27,32	28,14
Consumo Energía Eléctrica	345,00	355,35	366,01	376,99	388,30
Suministro de Producción	24,50	25,24	25,99	26,77	27,57
Total costo de fabricación	2.739,00	2.815,64	2.894,57	2.975,87	3.059,61
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	23.001,84	23.686,36	24.391,42	25.117,63	25.865,62
GASTOS DE OPERACIÓN					
ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Admiistrativos	6.224,88	6.411,63	6.603,98	6.802,09	7.006,16
Amortización de Activo Diferido	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Depreciación de Equipo de Computo	193,34	193,34	193,34	244,46	244,46
Depreciación de muebles y equipo de o	15,75	15,75	15,75	15,75	15,75
Suministro de Oficina	5,92	6,10	6,28	6,47	6,67
Consumo telefónico	192,00	197,76	203,69	209,80	216,10
Total gastos administrativos	6.771,89	6.964,58	7.163,05	7.418,58	7.629,13
VENTAS					
Publicidad	900,00	927,00	954,81	983,45	1.012,96
Total gastos de ventas	900,00	927,00	954,81	983,45	1.012,96
FINANCIEROS					
Intereses por préstamo	271,88	199,38	126,88	54,38	
Total gastos financieros	271,88	199,38	126,88	54,38	-
TOTAL DE COSTO DE OPERACIÓN	7.943,77	8.090,96	8.244,74	8.456,41	8.642,09
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	30.945,61	31.777,32	32.636,16	33.574,04	34.507,71

COSTO DE OPERACIÓN

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Para este cálculo se tomó en cuenta el costo total de producción de cuadro # 33 y el número de unidades a producir determinados en los planes de producción que a continuación detallaremos el procedimiento.

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \frac{\text{Costo Total de Producción}}{\# \text{ de Unidades a Producir}}$$

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \frac{30945,61}{1040}$$

$$\text{Costo Unitario de Producción} = 29,75$$

Este mismo procedimiento se realiza para los siguientes años

CUADRO # 37

AÑOS	COSTO DE OPERACIÓN	UNIDAD DE PRODUCCIÓN	COSTO UNITARIO DE FÁBRICA
AÑO 1	30945,61	1040	29,76
AÑO 2	31777,32	1040	30.56
AÑO 3	32636,16	1040	31.38
AÑO 4	33574,04	1040	32.28
AÑO 5	34507,71	1040	33.18

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO.

Para esta inversión se ha tomado un margen de utilidad del 20% los tres primeros años y los dos últimos el 25% de utilidad, debido a la competencia del sector como al inicio de las actividades económicas de la empresa, para lo cual

realizamos el siguiente cálculo que se lo deberá realizar para todos los años de vida útil del proyecto.

$$\begin{aligned} \text{PVP} &= \text{C. Unitario de Prod} + (\text{C. Unitario de Prod} * \text{Margen de Utilidad}) \\ \text{PVP} &= 29,76 + (29,70 * 20\%) \\ \text{PVP} &= 29,76 + (5,98) \\ \text{PVP} &= \$35,71 \end{aligned}$$

CUADRO # 38
PRECIO DE VENTA

AÑOS	COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN	% DE UTILIDAD O MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
AÑO 1	29,76	20%	35.71
AÑO 2	30.56	20%	36.67
AÑO 3	31.38	20%	37,66
AÑO 4	32.28	25%	40.35
AÑO 5	33.18	25%	41.48

INGRESOS POR VENTA

Estos se determinan con el número de unidades a producir y el precio de venta al público como se detalla a continuación:

$$\begin{aligned} \text{Ingresos} &= \# \text{ Unidades de Producción} * \text{PVP} \\ \text{Ingresos} &= 1040 * 35.71 \\ \text{Ingresos} &= 37140,48 \end{aligned}$$

CUADRO # 39

PRESUPUESTO DE INGRESOS

AÑOS	UNIDADES DE PRODUCCIÓN	PRECIO DE VENTA	INGRESO TOTAL
AÑO 1	1040	35.71	37138.4
AÑO 2	1040	36.67	38136.8
AÑO 3	1040	37,66	39166.4
AÑO 4	1040	40.35	41964
AÑO 5	1040	41.48	43139.2

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

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

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

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

INGRESOS:

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

EGRESOS:

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

CUADRO # 40

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS

	DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingreso por ventas	37.138,40	38.136,80	39.166,40	41.964,00	43.139,20
-	Costos de Producción	23.001,84	23.686,36	24.391,42	25.117,63	25.865,62
	Utilidad Bruta	14.136,56	14.450,44	14.774,98	16.846,37	17.273,58
-	Costos de Operación	7.943,77	8.090,96	8.244,74	8.456,41	8.642,09
=	Utilidad Neta	6.192,79	6.359,48	6.530,24	8.389,96	8.631,49
-	15% utilidad a trabajadores	928,92	953,92	979,54	1.258,49	1.294,72
=	Utilidad antes de Imp. a la renta	5.263,87	5.405,56	5.550,70	7.131,47	7.336,77
-	25% Impuesto a la renta	1.315,97	1.351,39	1.387,68	1.782,87	1.834,19
=	Utilidad antes de Reserva Legal	3.947,90	4.054,17	4.163,03	5.348,60	5.502,57
-	10% Reserva Legal	394,79	405,42	416,30	534,86	550,26
=	Utilidad líquida del ejercicio	3.553,11	3.648,75	3.746,73	4.813,74	4.952,32

ELABORACIÓN: El Autor

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

COSTOS FIJOS.- Costo fijos son los que se tienen que pagar sin importar si la empresa produce mayor o menor cantidad de productos.

COSTOS VARIABLES.- Los costos variables son los que se cancelan de acuerdo al volumen de producción.

CUADRO # 41
PRESUPUESTO DE COSTOS

COSTO PRIMO	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
Materia Prima Directa		10.275,20		11.564,83
Materia Prima Indirecta		60,50		68,09
Mano de obra Directa	9.927,14		11.173,08	
Total costo primo	9.927,14	10.335,70	11.173,08	11.632,92
COSTO PROCESO PRODUCCION				
Depreciación de Equipo	168,75		168,75	
Depreciación de Muebles y Equipo de Oficina	15,75		15,75	
Arriendo	2.160,00		2.431,10	
Mantenimiento Maquinaria		25,00		28,14
Energía Eléctrica		345,00		388,30
Suministro De Producción		24,50		27,57
Total Costo de Producción	2.344,50	394,50	2.615,60	444,01
GASTOS DE OPERACIÓN				
ADMINISTRATIVOS				
Sueldos Administrativos	6.224,88		7.006,16	
Amortización Activo Diferido	140,00		140,00	
Depreciación Equipo de Computo	193,34		244,46	
Depreciación de Muebles y Equipo de Oficina	15,75		15,75	
Suministros de oficina		5,92		6,67
Consumo telefónico		192,00		216,10
Total gastos administrativos	6.573,97	197,92	7.406,37	222,77
VENTAS				
Publicidad y propaganda	900,00		1.012,96	
Intereses por préstamo	271,88			
Total gastos financieros	271,88		-	
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	20.017,49	10.928,12	22.208,01	12.299,70
		30.945,61		34.507,71

ELABORACIÓN: El Autor

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como **PUNTO MUERTO**, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y Variables, los mismos que detallamos en el cuadro # 38 que integra el presente trabajo y que llevan el nombre de Clasificación de los costos.

Para nuestro proyecto se lo realizará en función de las ventas y de la capacidad instalada, para ello se tomara datos del primer año y del quinto año que es la vida útil del proyecto y se utilizan las siguientes fórmulas:

PUNTO DE EQUILIBRIO PRIMER AÑO

Datos: AÑO 1

C.F= 20017,47 C.V = 10928,12

Ventas Año1= 37.138,40

En Función de la Capacidad Instalada

$$PE_1 = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas} - \text{Costos Variables}} * 100$$

$$PE_1 = \frac{20017,47}{37138,40 - 10928,12} * 100$$

$$PE_1 = \frac{20017,47}{26210,28} * 100$$

$$PE_1 = 76\%$$

En Función de las Ventas.

$$PE_1 = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE_1 = \frac{20017,47}{1 - \frac{10928,12}{37138,40}}$$

$$PE_1 = \frac{20017,47}{1 - 0.29425}$$

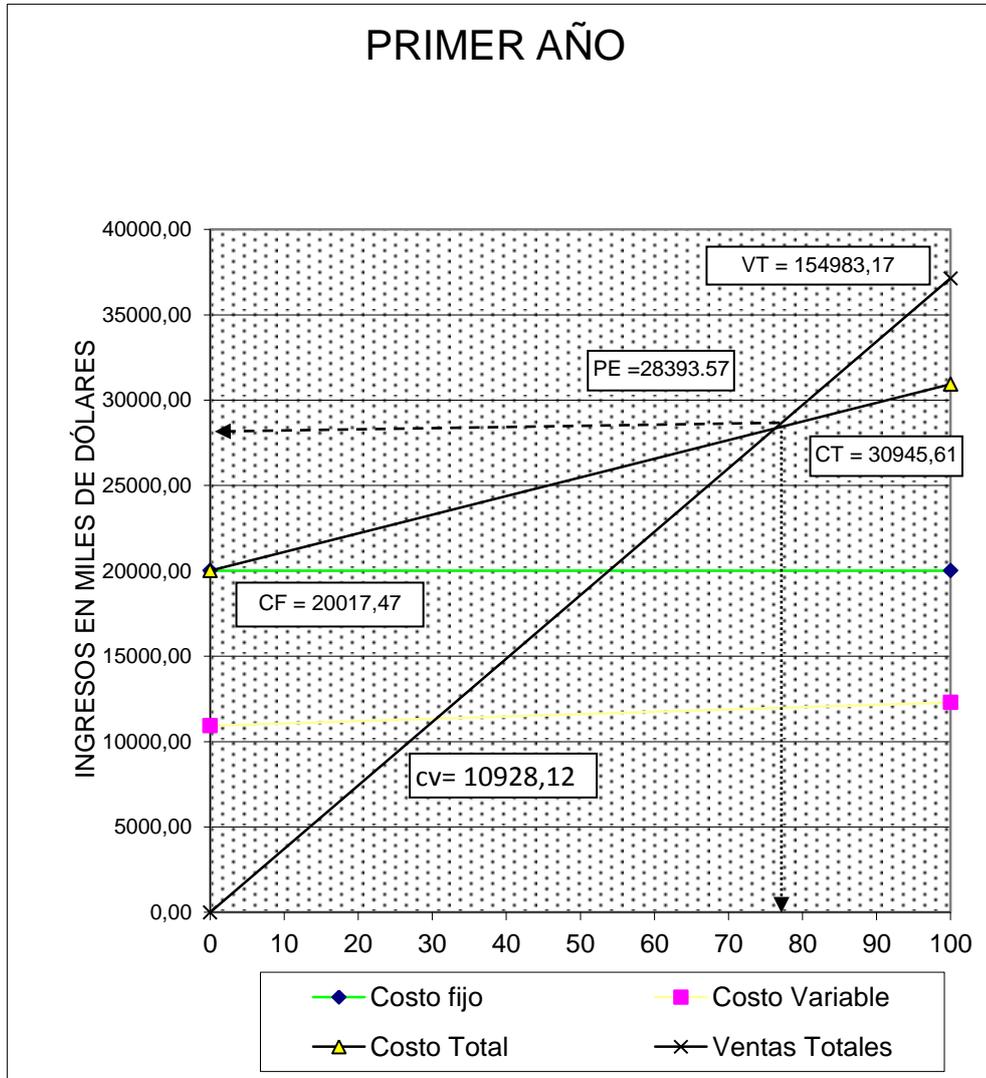
$$PE_1 = \frac{20017,47}{0.705}$$

$$PE_1 = 28393.57$$

PUNTO DE EQUILIBRIO

GRÁFICO # 25

PRIMER AÑO



PUNTO DE EQUILIBRIO QUINTO AÑO

Datos: AÑO 5

C.F= 22208,01 C.V= 12299,70

Ventas Año 5= 43139,20

En Función de la Capacidad Instalada

$$PE_2 = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas} - \text{Costos Variables}} * 100$$

$$PE_2 = \frac{22208,01}{43139,20 - 12299,70} * 100$$

$$PE_2 = \frac{22208,01}{30839.5} * 100$$

$$PE_2 = 72\%$$

En Función de las Ventas.

$$PE_2 = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE_2 = \frac{22208,01}{1 - \frac{12299,70}{43139,20}}$$

$$PE_2 = \frac{22208,01}{1 - 0.285}$$

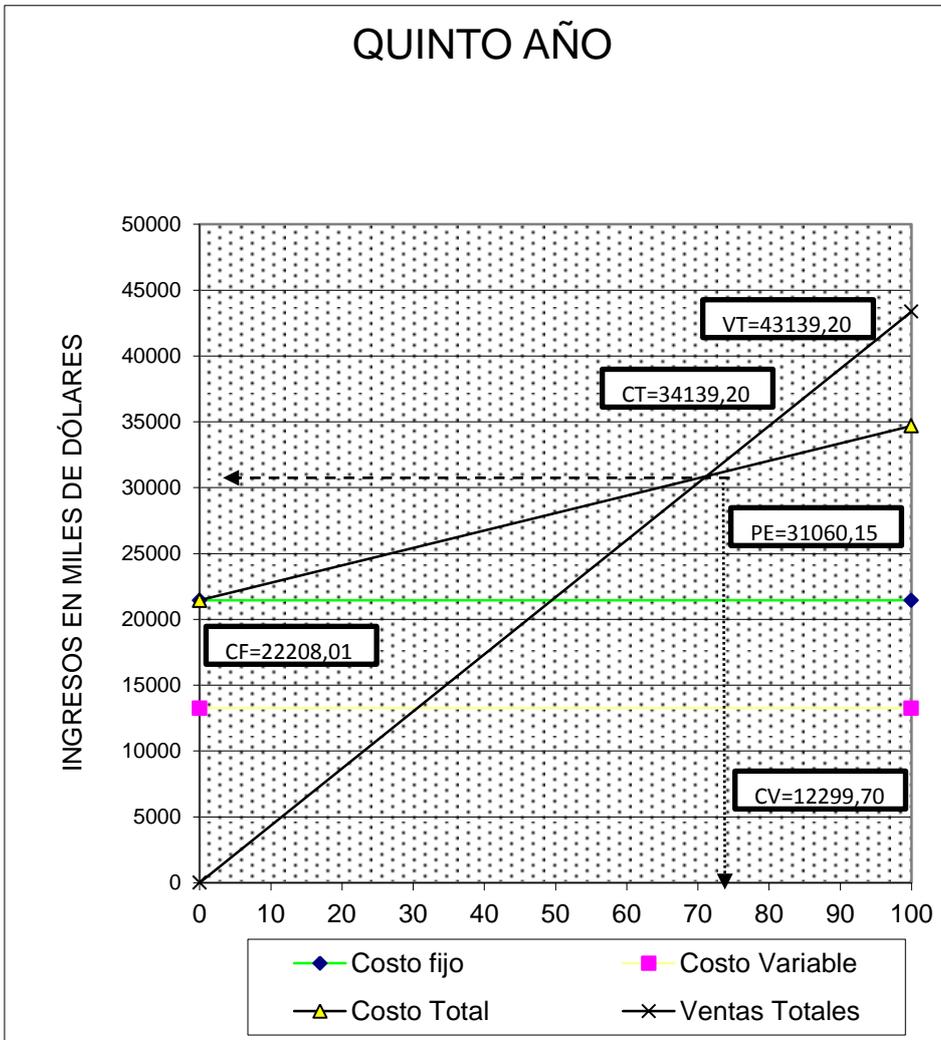
$$PE_2 = \frac{22208,01}{0.715}$$

$$PE_2 = 31060.15$$

PUNTO DE EQUILIBRIO

GRÁFICO # 26

QUINTO AÑO



EVALUACIÓN FINANCIERA

El objetivo de la Evaluación Financiera desde el punto de vista privado, es determinar el mérito de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.

FLUJO DE CAJA

El Flujo de Caja, permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

El Flujo de Caja se encuentra demostrado en el cuadro # 40 en el que se comparan los ingresos con los egresos.

FLUJO DE CAJA

CUADRO # 42

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		37.138,40	38.136,80	39.166,40	41.964,00	43.139,20
Crédito Banco de Loja	2.416,71					
Capital propio	5.000,00					
Valor de residual				289,97		589,13
Total de ingresos	7.416,71	37.138,40	38.136,80	39.456,37	41.964,00	43.728,33
EGRESOS						
Activo Fijo	4.205,00					
Activo Diferido	700,00					
Activo Circulante	2.511,71					
Presupuesto de operación		30.945,61	31.777,32	32.636,16	33.574,04	34.507,71
Depreciación y - Amortización.		333,34	333,34	333,34	584,71	584,71
15% Utilidad a los trab		928,90	953,92	979,54	1.258,49	1.294,72
25% Impuesto a la Renta		1.315,97	1.351,39	1.387,68	1.782,87	1.834,19
Amortización de Capital		604,99	604,99	604,99	604,90	
Total de egresos	7.416,71	33.462,13	34.354,28	35.275,03	36.635,59	37.051,91
FLUJO DE CAJA	0,00	3.676,27	3.782,52	4.181,34	5.328,41	6.676,42

VALOR ACTUAL NETO.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto

y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

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

VALOR ACTUAL NETO

CUADRO # 43

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUALIZADO
		12,00%	
0	7.416,71		
1	3.676,27	0,89285714	3.282,38
2	3.782,52	0,79719388	3.015,40
3	4.181,34	0,71178025	2.976,20
4	5.328,41	0,63551808	3.386,30
5	6.676,42	0,56742686	3.788,38
		SUMA	16.448,66
			7.416,71
			9.031,95

Elaboración: El Autor

Fuente: Flujo de Caja

V.A.N. = Sumatoria Flujo Neto Actualizado - Inversión

V.A.N. = 16.448,66 - 7.416,71

V.A.N. = 9.031,95

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en medir el tiempo en el que se podrá recuperar la inversión de un proyecto.

CUADRO # 44

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO
0	7416,71	
1		3.676,27
2		3.782,52
3		4.181,34
4		5.328,41
5		6.676,42
	TOTAL	22243.72

ELABORACIÓN: El Autor

FUENTE: Flujo de Caja

SUMAT. FLUJOS SUPERAN LA INV. - INVERSIÓN

$$\text{P.R.C.} = \frac{\text{FLUJO ÚLTIMO AÑO SUP. INV.}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$\text{P.R.C.} = \frac{11.640,13 - 7.416,71}{4.181,34}$$

$$\text{P.R.C.} = 1,01 \text{ años}$$
$$0,92 \times 12 = 10,99 \text{ meses}$$

$$0,99 \times 30 = 29,73 \text{ días}$$

La inversión se recuperará en un año, 10 meses y 29 días.

TASA INTERNA DE RETORNO.

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

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

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

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

Para el presente proyecto la TIR es 49,07% siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, es decir que se encuentra sobre la tasa de oportunidad que le brinda la banca.

CUADRO # 45

TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		49,00%		49,50%	
0	-7.416,71		-7.416,71		-7.416,71
1	3.676,27	0,671141	2.467,30	0,668896	2.459,04
2	3.782,52	0,450430	1.703,76	0,447422	1.692,38
3	4.181,34	0,302302	1.264,03	0,299279	1.251,39
4	5.328,41	0,202887	1.081,07	0,200187	1.066,68
5	6.676,42	0,136166	909,10	0,133904	894,00
			8,54		-53,22

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 49 + 0,5 \left(\frac{8,54}{8,54 - 53,22} \right)$$

TIR = 49,07%

CUADRO # 46
RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		12,00%			12,00%	
1	30.945,61	0,892857	27.630,01	37.138,40	0,892857	33.159,29
2	31.777,32	0,797194	25.332,68	38.136,80	0,797194	30.402,42
3	32.636,16	0,711780	23.229,77	39.166,40	0,711780	27.877,87
4	33.574,04	0,635518	21.336,91	41.964,00	0,635518	26.668,88
5	34.507,71	0,567427	19.580,60	43.139,20	0,567427	24.478,34
			117.109,98			142.586,80

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}} = \frac{142.586,80}{117.109,98} = 1,22$$

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

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

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

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

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

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.22) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.22 centavos de utilidad. Como se puede observar en el cuadro # 44.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 11,31% en los costos y una disminución del 9,35% en los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

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

CUADRO # 47

ANÁLISIS DE SENCIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 11,31% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
	ORIGINAL	ORIGINAL		FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		11,31%			30,00%		34,00%	
						-7.416,71		-7.416,71
1	30.945,61	34.445,56	37.138,40	2.692,84	0,76923	2.071,42	0,74627	2.009,58
2	31.777,32	35.371,33	38.136,80	2.765,47	0,59172	1.636,37	0,55692	1.540,13
3	32.636,16	36.327,31	39.166,40	2.839,09	0,45517	1.292,26	0,41561	1.179,95
4	33.574,04	37.371,26	41.964,00	4.592,74	0,35013	1.608,04	0,31016	1.424,47
5	34.507,71	38.410,53	43.139,20	4.728,67	0,26933	1.273,57	0,23146	1.094,50
						464,95		-168,07

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 30 + 4 \left(\frac{464,95}{464,95 + 168,07} \right)$$

NTIR = 32,94%

TIR DEL PROYECTO = 49,07%

1) DIFERENCIA DE TIR

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

3) SENSIBILIDAD

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Dif.Tir.=16,13%

% Var. = 32,88%

Sensibilidad =0,9981065

CUADRO # 48

ANÁLISIS DE SENCIBILIDAD CON LA DISMINUCION DEL 9,35% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			9,35%		30,00%		38,00%	
						-7.416,71		-7.416,71
1	30.945,61	37.138,40	33.665,96	2.720,35	0,7692	2.092,58	0,7246	1.971,27
2	31.777,32	38.136,80	34.571,01	2.793,69	0,5917	1.653,07	0,5251	1.466,97
3	32.636,16	39.166,40	35.504,34	2.868,18	0,4552	1.305,50	0,3805	1.091,36
4	33.574,04	41.964,00	38.040,37	4.466,33	0,3501	1.563,78	0,2757	1.231,50
5	34.507,71	43.139,20	39.105,68	4.597,97	0,2693	1.238,37	0,1998	918,69
						436,59		-736,92

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 30 + 8 \left(\frac{436,59}{436,59 + 736,92} \right)$$

NTIR = 32,98%

TIR DEL PROYECTO = 49,07%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= 16,09%

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = 32,80%

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = 0,9945758

h. CONCLUSIONES

Una vez concluido el trabajo de investigación, se llegó a determinar varias conclusiones, entre las cuales señalamos las siguientes:

- La empresa de diseño de blusas para mujeres de la etnia Saraguro es un proyecto de inversión viable desde el punto de vista del análisis de los estudios de mercado, técnico, legal organizacional y financiero.
- La empresa jurídicamente se constituirá en una Compañía de responsabilidad limitada; administrativamente, se encontrará organizada con los niveles jerárquicos, sus respectivos organigramas y manuales de funciones, que le permitirán desarrollar de una manera organizada.
- Al determinar el VAN para el presente proyecto da un valor positivo de 9031,95 dólares, tomando una tasa mínima de retorno del 49,07% lo que indica que el proyecto es factible y por ende la inversión es conveniente.
- La relación beneficio costo del proyecto es de 1,22 lo que significa que por cada dólar invertido, se tendrá una utilidad de 0,22 centavos de dólar.
- El análisis de sensibilidad, demuestra que el proyecto no será sensible cuando los costos se incrementen en un 11,31% y los ingresos se disminuyen más de un 9,35%.

i. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a todo empresario o inversionista que desea implementar un negocio, debería realizar un estudio de factibilidad para prevenir futuros fracasos al emprender un negocio.
- Se recomienda llevar un plan de negocio donde se evalué el estudio de mercado, técnico, lega-organizacional, económico-financiero antes de iniciar una organización, con la finalidad de analizar las amenazas y oportunidades en el mercado
- Es recomendable la ejecución de este proyecto, debido a su rentabilidad económica de acuerdo a los resultados obtenidos en la evaluación financiera.
- Se recomienda que los trabajos investigativos realizado por los estudiantes sean exhibidos y puestos en consideración de la ciudadanía en general para que les sirva como guía de apoyo al momento de emprender un negocio.

j. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ **BALESTRINI A, Marian.** (2001). “Como se elabora el proyecto de Inversión”. BL Consultores Asociados. Servicio Editorial. Caracas, Venezuela.
- ✓ **BACA; Urbina Gabriel.2001.** Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill. 4ta Edición.
- ✓ **COSS Bu, Raúl.** Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Limusa. 2da. Edición.
- ✓ **Chris Greenhalgh,** Coco and Igor (novela) Coco and Igor, Headline Publishing Group/Headline Review, 1 julio 2002.
- ✓ **Henry Gidel,** Coco Chanel. – París: Jailu, 2000.
- ✓ **Marcel Haedrich,** Coco Chanel secrète, Collection Vécu, Robert Laffont, 1971.
- ✓ **PEUMANS, Herman.** Valoración de Proyectos de Inversión. Ediciones Deusto Bilbao.
- ✓ **SANIN, Ángel Héctor.** Guía Metodológica General para la Formulación y Evaluación de Proyectos. Programa de Inversión Social Local. (PROINSOL): Fondo de Inversión Social de Venezuela.

k. ANEXOS

ANEXO # 1

ENCUESTA

En calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja, de la carrera de Administración de Empresas, le solicito muy comedidamente se digne contestar las siguientes interrogantes, cuya información será de carácter académico para realizar el presente trabajo investigativo como tesis de grado.

1. ¿Para vestirse usted acostumbra utilizar blusas?

Sí No

2. ¿Qué tipo de blusas acostumbra utilizar?

❖ Blusa tradicional

❖ Blusa estandarizada

3. ¿Cada que tiempo adquiere las blusas?

❖ Anual

❖ Semestral

❖ Trimestral

❖ Mensual

4. ¿Dónde adquiere las blusas?

- ❖ Tiendas
- ❖ Plazas
- ❖ Boutique
- ❖ Otros.....
.....

5. ¿Cuál es el precio que paga por cada unidad?

- ❖ \$ 20 - 30
- ❖ \$ 31 – 40
- ❖ \$ Mas de 41\$

6. ¿Por qué medio de comunicación se entera de la existencia del producto?

- ❖ TV
- ❖ Radio
- ❖ Prensa escrita
- ❖ Hojas volantes

Otros,
Cuáles.....
.....

7. ¿Si se implementara una empresa dedicada a la elaboración, diseño y comercialización de blusas personalizadas para mujeres de la etnia Saraguro, estaría usted dispuesta adquirir el producto?

Sí No

8. ¿Qué cantidad estaría usted dispuesta adquirir?

❖ Anual

❖ Semestral

❖ Trimestral

❖ Mensual

9. ¿En qué horarios le gustaría escuchar la publicidad?

❖ 6am – 8am

❖ 12pm – 14pm

❖ 18pm – 20pm

10. ¿En qué presentaciones desearía que se realice el producto?

❖ Funcional

❖ Estética

11. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que le brinde la futura empresa?

- ❖ Descuentos
- ❖ Sorteos
- ❖ Otras.....

12. ¿Cuánto estaría usted dispuesta a pagar por el producto?

- ❖ \$ 20 - 30
- ❖ \$ 31 – 40
- ❖ \$ Mas de 41\$

13. ¿En qué lugar le gustaría que le ofrezcan el producto?

- ❖ Tiendas
- ❖ Plazas
- ❖ Boutique

ENTREVISTA

1. ¿Qué tipo de blusas comercializa su negocio?
2. ¿Qué tipo de blusas han tenido mayor acogida por los clientes?
3. ¿Su negocio es solo de comercialización o también elaboran las blusas?
4. ¿Cuál es el promedio de ventas anuales de las blusas?
5. ¿Cuál es el precio promedio que pagan por cada unidad?
6. ¿Utiliza algún tipo de publicidad, o cómo da a conocer su producto?

ANEXO # 2

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA OBREROS

DENOMINACIÓN	COSTURERA	DISEÑO
Básico	292,00	300,00
Décimo tercero 1/12	24,33	25,00
Décimo cuarto SBU/12	20,00	20,00
Vacaciones 1/24	12,17	12,50
Aporte patronal 12,15% de 1	35,48	36,45
Fondo de Reserva 1/12	24,33	25,00
Total	408,31	418,95
N° de Obreros	1,00	1,00
Total Mensual	408,31	418,95
Tota anual	4.899,74	5.027,40
Total anual 2 Obreros	9.927,14	

FUENTE: Código de Trabajo

ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	9.927,14
2	10.224,95
3	10.531,70
4	10.847,65
5	11.173,08

ANEXO # 3

PRESUPUESTO SUELDO ADMINISTRATIVO

GERENTE, CONTADOR

DENOMINACIÓN	GERENTE
Básico	360,00
Décimo tercero 1/12	30,00
Décimo cuarto SBU/12	20,00
Vacaciones 1/24	15,00
Transporte	20,00
Aporte patronal 12,15% de 1	43,74
Fondo de Reserva 1/12	30,00
Total	518,74
N° de Obreros	1,00
Total Mensual	518,74
Tota anual	6.224,88

FUENTE: Código de Trabajo
ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN SUELDO ADMINISTRATIVO

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	6.224,88
2	6.411,63
3	6.603,98
4	6.802,09
5	7.006,16

ANEXO # 4

PRESUPUESTO EQUIPO DE PRODUCCIÓN

DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
Máquina costura recta	1	600,00	600,00
Máquina Overlok	1	1.200,00	1.200,00
Plancha Electrica	1	60,00	60,00
Tijera de Tela	1	10,00	10,00
Tijera de Papel	1	5,00	5,00
TOTAL			1.875,00

FUENTE: Empresas de la ciudad
ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO # 5
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO PARA PRODUCCIÓN**

VALOR DEL ACTIVO: 1.875,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL			10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.875,00	187,50		1.687,50
1	1.687,50		168,75	1.518,75
2	1.518,75		168,75	1.350,00
3	1.350,00		168,75	1.181,25
4	1.181,25		168,75	1.012,50
5	1.012,50		168,75	843,75
6	843,75		168,75	675,00
7	675,00		168,75	506,25
8	506,25		168,75	337,50
9	337,50		168,75	168,75
10	168,75		168,75	0,00

ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO # 6

PRESUPUESTO MATERIA PRIMA DIRECTA

DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Tela Seda (yardas)	1560	5,00	7.800,00
Tela Forro (yardas)	1560	1,20	1.872,00
Cambrel (metros)	1.040,00	0,58	603,20
TOTAL			10.275,20

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: El autor

PROYECCION MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	10275,20
2	10583,46
3	10900,96
4	11227,99
5	11564,83

ANEXO # 7

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Juego de reglas	1	15,00	15,00
Cinta metrica	2	1,50	3,00
Paños de ajuga	6	0,50	3,00
Caja de Alfileres	1	2,00	2,00
Pliegos de Cartulina	30	0,25	7,50
Caja de acuarelas	4	1,75	7,00
Caja de Hilos	4	5,00	20,00
Caja de Tiza	1	3,00	3,00
TOTAL			60,50

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCION MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	60,50
2	62,32
3	64,18
4	66,11
5	68,09

ANEXO # 8

PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Escritorio tipo gerente	1	100,00	100,00
Silla giratoria	1	40,00	40,00
Mesa para Patronaje	1	70,00	70,00
Sillas	4	10,00	40,00
Estantes	1	60,00	60,00
Teléfono	1	40,00	40,00
Total:			350,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO #9

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y EQUIPO

VALOR DEL ACTIVO: 350,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		10% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	350,00	35,00		315,00
1	315,00		31,50	283,50
2	283,50		31,50	252,00
3	252,00		31,50	220,50
4	220,50		31,50	189,00
5	189,00		31,50	157,50
6	157,50		31,50	126,00
7	126,00		31,50	94,50
8	94,50		31,50	63,00
9	63,00		31,50	31,50
10	31,50		31,50	0,00

ANEXO # 10

PRESUPUESTO EQUIPO DE CÓMPUTO

DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Computadora	1	800,00	800,00
Impresora	1	80,00	80,00
TOTAL			880,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad
ELABORACIÓN: El autor

ANEXO # 11

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO

VALOR DEL ACTIVO: 870,00				
3 AÑOS DE VIDA ÚTIL				
33% DEPRECIACIÓN				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	870,00	289,97		580,03
1	580,03		193,34	386,69
2	386,69		193,34	193,34
3	193,34		193,34	0,00

ANEXO # 12

PRESUPUESTO EQUIPO DE CÓMPUTO

DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Computadora	1	1.000,00	1.000,00
Impresora	1	100,00	100,00
TOTAL			1.100,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad
ELABORACIÓN: El autor

ANEXO # 13

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO

VALOR DEL ACTIVO: 1.100,00				
3 AÑOS DE VIDA ÚTIL				
33% DEPRECIACIÓN				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.100,00	366,63		733,37
1	733,37		244,46	488,91
2	488,91		244,46	244,46
3	244,46		244,46	0,00

ANEXO # 14

PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNIT.	VAL. TOTAL
Papel bond	200	0,007	1,4
Papel copia	200	0,007	1,4
Papel Periodico	500	0,00	2
Esferográficos	4	0,25	1
Otros 2%			0,12
Total			5,92

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	5,92
2	6,10
3	6,28
4	6,47
5	6,66

ANEXO # 15

PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

DENOMINACIÓN	CANT. (Kw./h)	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo de nergia elect.	60	0,48	28,80	345,60
TOTAL	60		28,80	345,60

FUENTE: Empresa Eléctrica Regional del Sur

ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	345,00
2	355,35
3	366,01
4	376,99
5	388,30

ANEXO # 16

PRESUPUESTO Y PROYECCIÓN PARA CONSUMO TELEFÓNICO

Para consumo telefónico se ha considerado la base de 16 dólares mensuales, resultando para el primer año 192 dólares.

PROYECCIÓN POR CONSUMO TELEFÓNICO

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	192,00
2	197,76
3	203,69
4	209,80
5	216,10

FUENTE: CNT

ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO # 17

PRESUPUESTO GASTO PUBLICIDAD

DENOMINACIÓN	ANUNCIO*MES	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Radio Frontera Sur	60	1,25	75,00	900,00
TOTAL	60		75,00	900,00

FUENTE: Radio Frontera Sur

ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN GASTO PUBLICIDAD

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	900,00
2	927,00
3	954,81
4	983,45
5	1012,96

ANEXO # 18

PRESUPUESTO DE ARRIENDO

DENOMINACIÓN	UNIDAD	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Arriendo	3	60	180,00	2160,00
TOTAL	3		180,00	2.160,00

FUENTE:
ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DE ARRIENDO

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	2160,00
2	2224,80
3	2291,54
4	2360,29
5	2431,10

ANEXO # 19

PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Gorras	6	0,75	4,50
Delantales	2	2,50	5,00
Mascarillas (docenas)	3	5,00	15,00
TOTAL			24,50

FUENTE: Almacenes de la ciudad
ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN SUMINISTRO DE PRODUCCIÓN

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	24,50
2	25,24
3	25,99
4	26,77
5	27,57

ANEXO # 20

PRESUPUESTO PARA MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA

DENOMINACIÓN	MANTENIMIENTO	VAL. ANUAL
Mantenimiento	1,00	25,00
TOTAL		25,00

FUENTE:

ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN MANTENIMIENTO MAQUINARIA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	25,00
2	25,75
3	26,52
4	27,32
5	28,14

ANEXO # 21

AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

Año	Amortización
2012	140
2013	140
2014	140
2015	140
2016	140

FUENTE: Municipio de Saraguro

ELABORACIÓN: El Autor

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

CAPITAL: 2.416,71		PAGO: SEMESTRAL		
INTERÉS: 12%				
TIEMPO: 4 AÑOS				
SEMESTRES	CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL RED.
0				2.416,71
1	302,09	145,00	447,09	2.114,62
2	302,09	126,88	428,97	1.812,53
3	302,09	108,75	410,84	1.510,44
4	302,09	90,63	392,72	1.208,36
5	302,09	72,50	374,59	906,27
6	302,09	54,38	356,46	604,18
7	302,09	36,25	338,34	302,09
8	302,09	18,13	320,21	0,00
	2.416,71	652,51	3.069,22	

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito " Semillas del progreso Ltd."

ELABORACIÓN: El Autor

ÍNDICE

<u>CONTENIDOS</u>	<u>PÁGINAS</u>
Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
c. INTRODUCCIÓN	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS	34
f. RESULTADOS	39
g. DISCUSIÓN	53
h. CONCLUSIONES	124
i. RECOMENDACIONES	125
j. BIBLIOGRAFÍA	126
k. ANEXOS	127