



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TAPICES DE VEHÍCULOS LIVIANOS Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE LOJA”

Tesis previo a la obtención del
Título de Ingeniera Comercial

AUTORA:

Viviana Alejandra Montaña Matute.

DIRECTOR:

Ing. Com. Carlos Roberto Carpio Ayala. MAE

LOJA-ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

Ing.Com.


Carlos Roberto Carpio Ayala MAE.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Haber dirigido la investigación realizada por la egresada Señorita Viviana Alejandra Montaña Matute en la ejecución del presente trabajo de investigación denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TAPICES DE VEHÍCULOS LIVIANOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”** de la carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, el mismo que cumple con los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, autorizando su presentación.

Loja, Agosto de 2016


.....
Ing.Com. Carlos Roberto Carpio Ayala. MAE

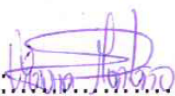
Director de Tesis

AUTORIA

Yo, **Viviana Alejandra Montaña Matute**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autora: Viviana Alejandra Montaña Matute

Firma: .....

Cedula: 1900569441

Fecha: Loja 01 de Agosto del 2016


**CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA,
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y
PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, Viviana Alejandra Montano Matute, declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TAPICES DE VEHÍCULOS LIVIANOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE Loja”** como requisito para optar al Título de Ingeniera Comercial, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital institucional:

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización firmo, en la ciudad de Loja, a los 01 días del mes Agosto del dos mil dieciséis.

Firma: 

Autora: Viviana Alejandra Montano Matute

Cedula: 1900569441

Dirección: Loja - Olmedo y 10 de Agosto

Correo Electrónico: alejavivi_84@hotmail.com

Celular: 096735590

DIRECTORA DE TESIS: Ing. Com. Carlos Roberto Carpio Ayala. MAE

DATOS COMPLEMENTARIOS

TRIBUNAL DE GRADRO:

Presidente: Dr Mg..Luis Quizhpe Salinas

Vocal: Ing. Mg. Carlos Rodriguez Armijos

Vocal: ng.Mg.I Edwin Hernandez Quezada

AGRADECIMIENTO

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

Para concluir, quiero agradecer de manera muy especial al Director de Tesis, **Ing. Com. Carlos Roberto Carpio Ayala MAE**, quien supo guiar de manera clara, eficiente y oportuna el correcto desarrollo de la misma.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios quien supo guiarme por el buen camino y darme fuerzas para seguir adelante.

A mis Padres, a mis hermanos, a una persona muy especial por su apoyo por su consejos comprensión, amor ya que ellos fueron el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional.

Viviana alejandra

a) TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TAPICES DE VEHÍCULOS LIVIANOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”

b) RESUMEN

El Objetivo General en la presente investigación es la implementación de una empresa productora de tapices de vehículos livianos y su comercialización en la ciudad de Loja, para su desarrollo se aplicaron distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el Método Deductivo, Inductivo, Estadístico y Analítico Sintético.

La utilización de todos estos métodos y técnicas permitió llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tuvo que seguir los pasos de aplicación comprensión y demostración del mismo.

Para poder realizar el estudio de mercado se lo hizo en la ciudad de Loja, con una muestra de 396 encuestas y a 138 oferentes de empresas que ofrecen el servicio de tapizado; tabuladas las encuestas se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial de 18.454 para el primer año de vida útil del proyecto, una Demanda Real de 14.948 para el primer año, Demanda Efectiva de 14.499 tapizados de vehículos livianos para el primer año. Para la Oferta se realizaron una encuesta que determinó que los oferentes realizan 6.552 tapizados anuales y la Demanda Insatisfecha de 6.346 tapizados de vehículos livianos, La demanda insatisfecha refleja el mercado potencial que existe en la ciudad de Loja para este producto, con los siguientes resultados: Para el primer año de vida útil del proyecto la demanda insatisfecha es de: 6.346 tapizados, de los cuales la empresa estará en la Capacidad Instalada de ofrecer 1.560 tapizados para vehículos livianos, pero producirá 1.248 tapizados lo que representa la Capacidad

Utilizada del proyecto, se utilizará máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un servicio de calidad y a precios moderados.

Se desarrolla la ingeniería del proyecto determinando los diagramas de procesos, las características de operatividad y gestión, requerimientos técnicos como equipos, instalaciones, muebles y enseres. Así mismo se realizó un estudio administrativo determinándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada, y con la estructura orgánica funcional, así como los organigramas, estructural, funcional y de posición, el manual de funciones; que sirvieron de pauta para implementar una buena organización.

Para la implementación de la empresa la inversión necesaria asciende a 52.692,66 dólares, de lo que corresponde el 26% de activos fijos, el 34% activo diferido y el 39% a los activos circulantes o capital de trabajo, con un capital social de 22.692,66 dólares y un financiamiento de 30.000,00 dólares.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: de acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 139.053,19 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente. Para el presente proyecto la TIR es 67,42 %, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 2 años 5 meses y 19 días, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en el incremento a los costos en un 11,80% y una disminución de los ingresos en un 9,80%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

ABSTRACT

The general objective in this research is the implementation of a company producing tapestries of light vehicles and marketing in the city of Loja, for development different methods and techniques that research allows, as the deductive method, Inductively were applied, statistical and Analytical Synthetic.

The use of these methods and techniques allowed to reach the culmination of this work and that to achieve this had to follow in the footsteps of understanding and demonstration of the same application.

To perform the study did market in the city of Loja, with a sample of 396 surveys and 138 suppliers of companies that offer upholstery service; Weighted surveys have been analyzed and have been inferred results then perform market analysis, determining the potential demand for 18,454 for the first year of life of the project, a real demand of 14,948 for the first year, Demand Effective 14,499 upholstery light vehicles for the first year. To offer a survey that determined that bidders made 6,552 upholstered annual and unmet demand of 6,346 upholstered light vehicles, Unmet demand reflects the potential market that exists in the city of Loja for this product, with the following results were made: for the first year of project life unmet demand is: 6,346 upholstered, of which the company will be in installed capacity to provide 1,560 upholstered for light vehicles, but will produce 1,248 upholstered representing Capacity Utilization of the project, will use suitable equipment, which will guarantee for quality service and moderate prices.

project engineering process diagrams determining the characteristics of operation and management, technical requirements such as equipment, facilities, furniture and fixtures develops. Likewise an administrative study determined as a Limited Liability Company, and functional organizational structure as well as organizational, structural, functional and position the manual functions performed; which served as a guideline for implementing a good organization.

To implement the necessary investment company haciende to \$ 52,692.66, which corresponds to 26% of fixed assets, deferred tax assets 34% and 39% to the current assets or working capital, the registered capital 22692.66 dollars and funding of \$ 30,000.00.

The financial evaluation presents the following results: according to the NPV of this project gives us a positive value of \$ 139,053.19, indicating that the project or investment is suitable. For this project, the IRR is 67.42%, and this satisfactory value for the project, the time required to recover the original investment would be 2 years 5 months and 19 days for this project, the sensitivity values are less than one, therefore do not affect the project changes in the costs increase to 11.80% and a decrease of revenues by 9,80% respectively, ie the project is not sensitive to these changes.

c) INTRODUCCIÓN

En este país existe una serie de ciudades y provincias pequeñas, y entre ellas se encuentra la provincia de Loja que desde hace mucho tiempo ha sido víctima de la marginación de los gobiernos, lo que ha contribuido para que haya ausencia de fuentes de desarrollo productivo y su estándar de vida esté por debajo del nivel normal.

En Loja la falta de empleo, comercio, industria y por su situación geográfica dentro del país han hecho que nuestra ciudad se quede un poco relegada del desarrollo económico del Ecuador, sin embargo hemos visto a diario como grandes cadenas de supermercados o electrodomésticos o empresas de servicios se han ubicado y han ido ganando adeptos en la urbe, y muchas veces han logrado que los consumidores prefieran sus empresas.

En calidad de egresada de la Carrera de Administración de Empresas, siento el deber de contribuir con el desarrollo empresarial y productivo de nuestra sociedad, de esta manera se ha podido evidenciar que el sector económico industrial en esta localidad ofrece muchas oportunidades de emprendimiento en nuevos negocios.

Con estos antecedentes, es atractiva la idea de emprender en un proyecto de inversión para producción de tapices para vehículos livianos, conociendo que en nuestra ciudad hay exclusivamente empresas que fabrican este tipo de productos como son tapicerías, pero éstas tapizan todo el carro, en cambio ésta los hará como forros de tapiz para los vehículos, lo que motiva a

aplicar los conocimientos adquiridos para llevar a efecto la constitución de una empresa que pueda cumplir a cabalidad con todas las especificaciones que este tipo de producto exige para su consumo, aprovechando que la propietaria tiene la buena disposición de colaborar con la información necesaria para llevar a cabo este objetivo.

La presente tesis tiene la siguiente estructura: se plantea el título del trabajo, se presenta el resumen en el que se sintetiza toda la investigación, se expone la introducción en la que se hace constar la estructura de la tesis, se desarrolla la revisión de la literatura, que incluye todos los conceptos relacionados al tema y a los objetivos planteados y alcanzados, se encuentra la metodología en la que se plantean los métodos y técnicas que la investigación científica permite, se expone los resultados de la investigación, es decir se tabula y analiza la información obtenida en la investigación de campo.

Continuando con la misma estructura se desarrolla la discusión, en la que se establecen los cinco estudios como son el Estudio de Mercado en el que se analizó la demanda y oferta del servicio, así como la demanda insatisfecha. En el Estudio Técnico se planteó el tamaño, localización, la ingeniería del proyecto y los procesos del servicio. El Estudio Administrativo, incluye la base legal y administrativa con los respectivos organigramas y manual de funciones.

Así mismo se presenta el Estudio Financiero, mismo que analiza las inversiones, financiamiento, costos e ingresos proyectados, margen de

utilidad, P.V.P. y el estado de pérdida y ganancias. En la Evaluación Financiera se plantea el análisis de diferentes indicadores financieros, como el VAN, la TIR, R/C, Periodo de Recuperación de la Inversión y el análisis de Sensibilidad. Se plantean las conclusiones y recomendaciones respectivas del trabajo; de la misma forma la bibliografía y los anexos correspondientes.

d) REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

Fabricación de Tapicería Automotriz

En nuestro país, en el año de 1973 comienza la fabricación de vehículos, la producción total fue 144 de un solo modelo llamado Andino, los mismos que fueron ensamblados por Aymesa. Para el año 1992 la producción de las cuatro ensambladoras existentes superó las 25000 unidades¹.

En la actualidad el mercado de la tapicería automotriz se encuentra abastecido de una gran variedad de productos de baja calidad para el consumidor, puesto que un producto de alta calidad conlleva un costo elevado; en este escenario el neopreno es un material sustituto que permite confeccionar tapicería automotriz de alta calidad a un costo accesible.

Con el presente estudio se propende a generar nuevas plazas de empleo para confeccionar tapicería automotriz en neopreno, lo que respalda el cambio dela matriz productiva al dejar de importar productos elaborados y empezar a producirlos en el país.

TAPICERIA:

La palabra tapicería se define como el oficio, arte o técnica de tapizar muebles o hacer tapices; también se utiliza para referirse a la obra y tienda del tapicero.

¹ Producción Automotriz Ecuatoriana: Informe Económico 2009

La tapicería tradicional utiliza diferentes materiales como muelles en espiral, pelo de animal, fibra de coco, heno, lino, etc., y se hace a mano.

Tapices

Obra de tejido tradicionalmente hecha a mano en la que se producen figuras semejantes a las de una pintura utilizando hilos de distintos colores. El tapiz está compuesto por un tipo de tejido decorado con escenas polícromas cuyo dibujo se integra en él mismo, de manera que se va formando al tiempo que el propio tejido.

Tapicero de automóviles

El oficio de tapicero de automóviles es otra especialidad dentro de la tapicería. El tapicero de automóviles tapiza y repara los asientos de los coches con tela o cuero. También cubre con estos materiales todas las partes interiores como puertas, techo, salpicadero, guardapolvos de las palancas de cambio y molduras interiores.²

El arte de la tapicería de autos

Tapicero es el artesano que ejerce el oficio de cubrir con tela o piel asientos domésticos, de automóviles, motocicletas o barcos, fijando el material con tachuelas o grapas. También se dedica mejorar la comodidad de los mismos instalando muelles, espumas o fibras vegetales en su interior³.

² LA NUEVA FORMA DE EMPRENDER, Patricio Solano, Colombia, 2012, Primera Edición

³ Revista: Restauración de vehículos, México, 2009

El objetivo principal de sus trabajos es lograr la comodidad y belleza de los asientos que tapiza.

Las herramientas que un tapicero utiliza son:

- Tijeras
- Martillo de tapicero
- Grapadora manual o neumática
- Compresor
- Tiza para marcar telas
- Máquina de coser
- Pata de cabra pequeña para sacar grapas y tachuelas
- Mazo de goma
- Agujas curvas para coser a mano
- Aguja larga para poner botones
- Punzón
- Alicates
- Cinta métrica
- Escuadra

Los primeros tapiceros fueron egipcios del año 5.000 A.C. Nos dejaron sillas tapizadas que se han encontrado en las tumbas de los faraones y son los vestigios más antiguos de este oficio.

A lo largo de la historia los pueblos nómadas cubrían el suelo de sus tiendas con alfombras y cojines, buscando la comodidad. También fue en estas circunstancias que se crearon las primeras sillas y mesas plegables, probablemente fabricadas por los mismos artesanos que hacían las tiendas de campaña. Todo esto podemos verlo en grabados antiguos que se han conservado hasta nuestros días.

Forros

Apariencia de tapizado en cuero; confeccionada cien por ciento con el mismo formato de tapizado en cuero. Acabados perfectamente entallados. Se respetan todas las piezas que conforman su tapizado original union paño por paño. Con acolchado incorporado, pegado detrás del tacto cuero (efecto antiarrugas). Con acabado de triple costura reforzada como tapizado en cuero original. Con los mejores hilos de marca Nylon Polyester importados especiales para tapicería en cuero para autos. Perfectas y estandarizadas puntadas de costura (calibrada como tapizado de cuero de fábrica : largo, ancho, grosor y calidad de hilo). Se mantiene toda la funcionalidad de sus asientos: respaldar rebatible, asiento rebatible, brazo posterior rebatible, posavasos, cabezales, bolsillos detrás de los pilotos.

MARCO CONCEPTUAL

ESTUDIO DE MERCADO

DEFINICIÓN

Estudio de mercado es aquel que nos permite conocer adecuadamente cual es la situación de comportamiento de los aspectos de oferta y demanda del producto relacionado con el proyecto. En este estudio se da importancia a los aspectos como precio, comercialización y publicidad del producto a efectos de que la decisión de inversión sea la más adecuada para los intereses del inversionista

Por otro lado, cabe señalar que los términos estudio de mercado y estudio de marketing suelen ser utilizados de forma indistinta (como plantea el autor Geoffrey Randall). Sin embargo, en algunos libros se intenta distinguirlos por separado; según esta teoría, los estudios de mercado estudian propiamente los mercados y son un tipo de estudio de marketing, así como lo son los estudios de publicidad, de consumo.

ANALISIS DE LA DEMANDA.

Este estudio permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto. En un proyecto puede suceder que la demanda este cubierta en función de la cantidad, no así en cuanto a la calidad o el precio, por lo tanto seguirá existiendo la necesidad y por consiguiente la oportunidad para un nuevo proyecto.

TIPOS DE DEMANDA

Entre los diferentes tipos de demanda tenemos:

- **Demanda Potencial:** El mercado potencial es el límite al que se aproxima la demanda de mercado a medida que los gastos de mercadotecnia en la industria se aproximan al infinito para un ambiente o ámbito en particular.
- **Demanda Real:** La demanda de mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes “definido”, en un área geográfica definida, dentro de un período “definido”, en un ambiente o ámbito de mercadotecnia “definido”, bajo un programa de mercadotecnia
- **Demanda Efectiva:** Punto de la demanda en el que la oferta de los empresarios se corresponde con el nivel de empleo que maximiza sus expectativas de beneficio.

ESTUDIO DE LA OFERTA

“La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

Clases de oferta: Las más utilizadas y que juegan papel fundamental en el mercado son:

- De libre mercado, en ella existe tal cantidad de oferentes del mismo producto que su aceptación depende básicamente de la calidad, el beneficio que ofrece y el precio. No existe dominio de mercado.
- Oligopólica, en la cual el mercado se encuentra dominado por unos pocos productores, los mismos que imponen sus condiciones de cantidad, calidad y precios.
- Monopólica, en la cual existe un productor que domina el mercado y por tanto el impone condiciones de cantidad, calidad y precio del producto.

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

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

Para el diseño de la estrategia comercial se enfocará en los resultados de la demanda y la oferta, y, las 4P de mercadeo: Precio, Plaza, Promoción, Publicidad.

- **PRECIO:** se considera que el precio es una de las cuatro variables principales que se debe controlar continuamente, por lo tanto el precio es analizado de la siguiente manera:
 - Se debe considerar que los precios sean flexibles acordes a la situación económica, y de acuerdo a la competencia en el mercado local

- Se tomarán en cuenta los costos de producción y el margen de utilidad de acuerdo a la competencia.

- **PLAZA:** se considera como el lugar donde se llevara efecto la comercialización con la finalidad de llegar con el producto hasta el consumidor final.

- **PROMOCION Y PUBLICIDAD:** Para dicho efecto se considera también información proveniente de algunas preguntas incluidas de las encuestas en las cuales se determina: los gustos y preferencias, el precio justo por el servicio recibido, la percepción de la calidad del servicio que actualmente utilizan, etc.

Es importante conocer que para la comercialización se utilizan los canales de distribución los cuales están concebidos como “el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en función del cual se puede incrementar su valor”.⁴

Existen varios canales de comercialización que se aplican para productos de consumo popular como para los de consumo industrial y su elección apropiada depende del productor, las rutas de cada uno de ellos son las siguientes:

⁴ SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2011.

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico busca responder a las interrogantes básicas: cómo, dónde, cuándo y con que producirá mi empresa en este estudio se pretende diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o servicio.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

TAMAÑO

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calcularon y, por lo tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual manera, la decisión que se tome respecto del tamaño determinara el nivel de operación que posteriormente explicara la estimación de ingresos por venta.

- **CAPACIDAD INSTALADA**, es el nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente.
- **CAPACIDAD UTILIZADA**, es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas, durante un tiempo determinado.⁵

⁵ BACA URBINA, Gabriel 2010 **Evaluación de Proyectos**, III Edición

LOCALIZACIÓN

La localización adecuada de la empresa que se creara con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de donde ubicar el proyecto debe obedecer no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso, de preferencia emocionales. Con todos ellos se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto.

- **MACROLOCALIZACIÓN**, abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio operara.
 - **MICROLOCALIZACIÓN**, tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta, la demanda y en la infraestructura existente debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto.
 - **FACTORES DE LOCALIZACIÓN**, son aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto
-

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Es el conocimiento científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También, se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, de trabajo de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución.

- **COMPONENTE TECNOLÓGICO**, Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuada a los requerimientos del proceso productivo y que este acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.

La tecnología debe responder a ciertas condiciones propias de mercado, pues la misma no deberá ser ni muy alta (tecnología de punta) ni elemental para el proceso, ya que; se debe evitar por un lado el desperdicio de capacidad instalada y por otro debe considerarse la posible expansión de la unidad productiva.

- **INFRAESTRUCTURA FÍSICA**, Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el

cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

- **DISTRIBUCIÓN EN 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.
- **FLUJOGRAMA DEL PROCESO**, constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujo-gramas de proceso difieren significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración el mismo es criterio del proyectista y en el mismo puede utilizar su imaginación; lo que debe quedar claro es que el flujo grama debe mostrar las actividades y su secuencia lógica.⁶

ORGANIGRAMAS

Los organigramas, son la representación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría.

⁶ BACA URBINA, Gabriel 2010 **Evaluación de Proyectos**, III Edición

MANUALES

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

ESTUDIO FINANCIERO

“El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de producción la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad”.

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- **Activos Fijos:** son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa (o el año fiscal). Por ejemplo, el edificio donde una fábrica monta sus productos es un activo fijo porque permanece en la empresa durante todo el proceso de producción y venta de los productos.

- **Activos Intangibles:** Un activo tangible está relacionado con su presencia física o material; la contabilidad tradicional controlaba transacciones en plano de igualdad en informes financieros. De esta forma, la dimensión financiera fue la más desarrollada a través de los balances que daban cuenta de la movilidad del capital en relación a costos y beneficios.
- **Capital de Trabajo:** Se define como capital de trabajo a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Éste puede ser calculado como los activos que sobran en relación a los pasivos de corto plazo.

GASTOS

Es el costo que ha producido un beneficio y que ha expirado, se confrontan con los ingresos para determinar la utilidad o la pérdida netas de un periodo.

- **GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Rubros correspondientes al rol de pagos del personal, gastos generales de administración como son: teléfono, útiles de oficina, útiles de aseo, arriendo de local, amortización de los activos diferidos y otros imprevistos.

- **GASTOS DE VENTAS**

Gastos que intervienen en la comercialización del producto o servicio entre ellos tenemos: gastos de movilidad, viáticos y promoción, entre otros.

PRESUPUESTO

Significa “antes de lo hecho”, es una herramienta de administración y parte de la economía industrial se define como: Un conjunto de pronósticos referentes a un periodo precisado. Los objetivos del presupuesto son de previsión, planeación, organización, coordinación o integración, dirección, y control, es decir están en todas la etapas del proceso de administrativo.

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Está formado por los siguientes presupuestos: de Ventas y de Otros Ingresos.

PRESUPUESTO DE EGRESOS

Está integrado por presupuesto de: Inventarios, costos de producción y Compras, Costo de distribución y administración (gastos de ventas y gastos de administración), impuesto sobre la renta, aplicación de utilidades, otros egresos y presupuesto de inversión a más de un año.

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Se denomina así al estado de equilibrio entre ingresos y egresos de una empresa, sería el umbral donde está próximo a lograrse la rentabilidad. Es el

nivel de un negocio en el cual los ingresos igualan a los egresos y que por lo tanto no arroja ni ganancia ni pérdida. 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.

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 obtenida durante un período económico, resultados que sirven para obtener mediante análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

Los flujos de liquidez se pueden clasificar en:

1. Flujos de caja operacionales: efectivo recibido o expendido como resultado de las actividades económicas de base de la compañía.
2. Flujos de caja de inversión: efectivo recibido o expendido considerando los gastos en inversión de capital que beneficiarán el negocio a futuro. (Ej: la compra de maquinaria nueva, inversiones o adquisiciones).

3. Flujos de caja de financiamiento: efectivo recibido o expendido como resultado de actividades financieras, tales como recepción o pago de préstamos, emisiones o recompra de acciones y/o pago de dividendos.

FINANCIAMIENTO

Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio .

Costos

Son valores monetarios en los que incurre la empresa para la producción de un bien o prestación de un servicio. Es decir es el desembolso en moneda o su equivalente necesarios para conseguir el volumen de producción deseado, la utilidad, las ventas y objetivos propuestos en el proyecto.

Clasificación de Costos

En todo el proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción. Por lo cual se hace necesario clasificarlos en costos fijos y costos variables.

- **Costos Fijos**

Son aquellos valores monetarios en los que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de que exista o no producción, es decir, no varían con el cambio en el nivel de actividad.

- **Costos Variables**

Son aquellos valores que se dan en las empresas en función de su capacidad de producción. Por tanto están en relación directa con los niveles de producción de la misma

EVALUACIÓN FINANCIERA

Valor Actual Neto.- es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos, a pesar de sus limitaciones en considerar circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado. Si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

Una empresa suele comparar diferentes alternativas para comprobar si un proyecto le conviene o no. Normalmente la alternativa con el VAN más alto suele ser la mejor para la entidad; pero no siempre tiene que ser así. Hay ocasiones en las que una empresa elige un proyecto con un VAN más bajo debido a diversas razones como podrían ser la imagen que le aportará a la empresa, por motivos estratégicos u otros motivos que en ese momento interesen a dicha entidad.

Puede considerarse también la interpretación del VAN, en función de la creación de valor para la empresa:

- Si el VAN de un proyecto es positivo, el proyecto crea valor.
- Si el VAN de un proyecto es negativo, el proyecto destruye valor.
- Si el VAN de un proyecto es cero, el proyecto no crea ni destruye valor.

El VAN constituirá una herramienta fundamental para la evaluación del proyecto y está representado por la siguiente fórmula.

Y_t = Flujo de ingresos del proyecto

E_t = Flujo de los egresos.

N = Es el número de períodos considerado.

El valor $Y_t - E_t$ = Indica los flujos de caja estimados de cada período.

i = Tasa de descuento

I_0 = Inversión del proyecto

Fórmula:

$$VAN = \sum \text{Flujo Neto de Caja} - \text{Inversión}$$

Valor TASA Interna de Retorno.- Es un indicador que muestra la capacidad de ganancias de un proyecto y la factibilidad de ejecutarlo o no. Cuando la TIR es superior al costo de oportunidad del capital se lo puede ejecutar.

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de

oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

La Tasa Interna de Retorno se representa por la siguiente fórmula:

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t} - I_0$$

Período de Recuperación de Capital- Permite conocer el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión inicial mediante el flujo de entradas de efectivo que producirá el proyecto.

Fórmula:

$$PRC = \text{Año que cubre la inversión} - \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo del periodo que supera la Inversión}} \right)$$

Relación Beneficio Costo.- Es el resultado obtenido de la comparación de los valores actuales de los ingresos con el valor actual de los egresos.

Fórmula:

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{Sumatoria del Ingreso actualizado}}{\text{Sumatoria del Costo actualizado}}$$

Análisis de Sensibilidad.- En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, para medir si le afectan o no, las situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

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.

Se lo realiza para determinar la vulnerabilidad del Proyecto ante las alteraciones futuras de mayor incidencia como son los ingresos y los costos, considerando que los demás se encuentren constantes.

Fórmulas:

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Porcentaje de Variación = Dif. TIR / TIR del Proyecto

Coefficiente de Sensibilidad = Porcent. Var. / Nueva TIR

e) MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales: Los materiales que se utilizó para el desarrollo del presente trabajo son:

- Hojas de papel Bond
- Suplementos y periódicos
- Libros
- Internet
- Copias
- Útiles de Escritorio (Esferos, Lápices)
- Materiales de Impresión, Fotografía, Reproducción y Publicaciones
- Carpetas, anillados, empastados
- Discos CD y Flash memory.

MÉTODOS.

Método Deductivo.- Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos: el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación.

En la investigación se investigó primeramente los temas generales relacionados con la Elaboración de proyectos, llegándose a obtener resultados particulares de cada caso como del estudio de mercado, del estudio técnico, estudio financiero, evaluación de proyectos, etc.

Método Inductivo.- El cual parte de lo particular para llegar a lo general, es así que mediante el estudio de las diversas partes que comprenden una evaluación del proyecto se llegó a obtener la conclusión general como es la factibilidad del proyecto.

Método Estadístico.- El método estadístico consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

Dicho manejo de datos tiene como propósito la comprobación, en una parte de la realidad de una o varias consecuencias verticales deducidas de los objetivos general y específicos de la investigación.

La utilización de todos estos métodos permitió llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tuvo que seguir los pasos de aplicación comprensión y demostración del mismo.

Método Analítico-Sintético.- Proceso mediante el cual se descompone un todo en sus partes, diferenciando lo esencial de lo secundario dentro de un todo complejo y luego la composición o integración de todos los elementos surgiendo así algo nuevo y distinto. Método que fue aplicado en la Evaluación del proyecto donde se estudió separadamente cada parte que comprende un estudio de factibilidad para luego unirlas y obtener la determinación de la aceptación de la producción y comercialización de tapices para vehículos livianos en la ciudad de Loja.

TÉCNICAS

Para el proceso de recopilación, análisis y procesamiento de los datos se utilizarán técnicas como:

Observación Directa: Que permitió determinar los aspectos técnicos relacionados con el producto, como es la ingeniería del proyecto, su localización, proceso productivo; también fue utilizada para obtener aspectos relacionados con la competencia, la comercialización, distribución, publicidad, presentación, que tiene este tipo de producto en el mercado

Fichas Memotécnicas: Las cuáles fueron útiles para recolectar información extraída de fuentes bibliográficas y actividades propias de la observación, entrevista, etc.

Encuesta: Estas fueron aplicadas a los clientes que tendrá la empresa, permitiendo así determinar la demanda del producto.

Las encuestas fueron aplicadas a las personas que poseen vehículos ya que ellas son las que compran tapices para sus vehículos.

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de los consumidores en el mercado local, se utilizó 35.120 vehículos matriculados en el año 2014 información suministrada por el Consejo Nacional de Tránsito, proyectado para 2015 con una tasa de crecimiento del 2,12% se obtiene: 35.865

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

$$\text{Fórmula } Df = Db (1 + i)^n$$

EN DONDE:

Df = población futura

Db = población actual

i = Tasa de crecimiento

$$Df = 35.120 (1 + 0.0212)^1$$

$$Df = 35.865$$

Tamaño de la Muestra.- Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{35.865}{1 + 35.865(0.05)^2}$$

$$n = \frac{35.865}{120,3975}$$

$$n = 391,4$$

$$n = 396 \text{ total de encuestas a aplicar}$$

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

$$n = \text{muestra}$$

$$N = \text{Población de estudio}$$

$$e = \text{margen de error}$$

En el caso de la oferta según datos de SRI existen 138 empresas dedicadas a dar los servicios de tapizado en la ciudad de Loja, por ello no fue necesario determinar una muestra, sino que se realizó un Censo.

f) RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS ENCUESTA DIRIGIDA A USUARIOS QUE APIZARAN SUS VEHICULOS

COMPORTAMIENTO DE MERCADO

Pregunta N° 1: ¿Usted posee algún tipo de vehículo Liviano?

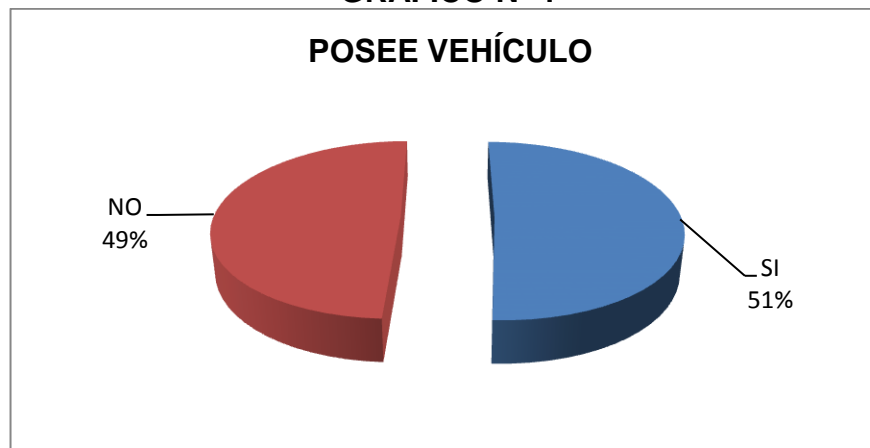
**CUADRO N° 1
POSEE VEHÍCULO**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	201	51
NO	195	49
TOTAL	396	100

FUENTE: Encuesta Demanda

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 1



INTERPRETACIÓN:

Como se determina el 51% de los encuestados poseen vehículo; mientras, que el 49% de ellos no poseen vehículo propio, esto debido a que el vehículo que manejan es de otras personas, sean públicas como privadas.

Pregunta N° 2: ¿Qué clase de vehículo posee usted?

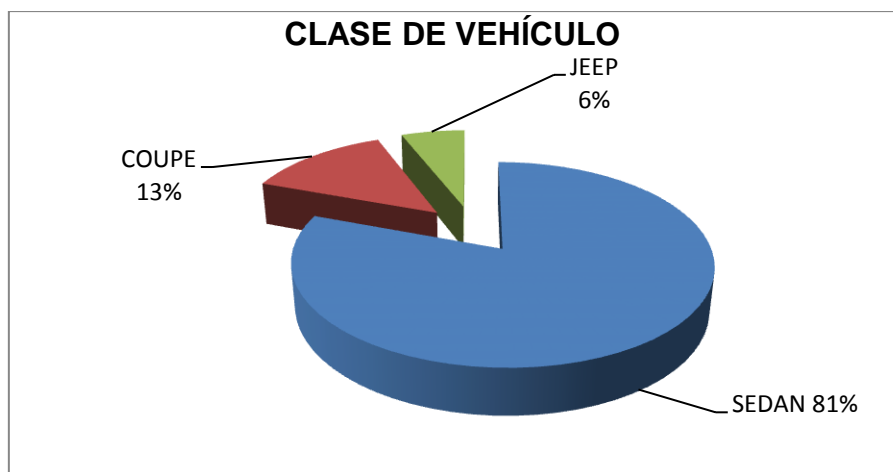
**CUADRO N° 2
CLASE DE VEHÍCULO**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEDAN	162	81
COUPE	27	13
JEEP	12	6
TOTAL	201	100

FUENTE: Encuesta Demanda

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 2



INTERPRETACIÓN:

El 81% de los propietarios de vehículos encuestados manifiestan que son sedan, el 13% manifiestan que son coupe y el 6% manifiestan tener vehículos jeep ,por lo antes dicho se puede evidenciar que la mayor cantidad de vehículos que poseen los encuestados son livianos.

Pregunta N° 3

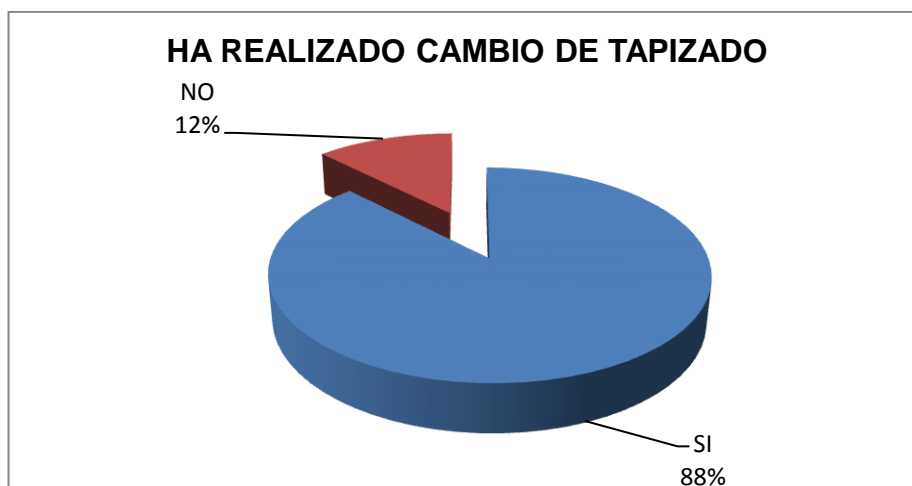
¿Si su respuesta anterior fue vehículos liviano. Ha realizado el cambio del tapiz de su vehículo?

CUADRO N° 3
HA REALIZADO CAMBIO DE TAPIZADO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	142	88
NO	20	12
TOTAL	162	100

FUENTE: Encuesta Demanda
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 3



INTERPRETACIÓN:

Según los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los usuarios de los servicios de tapizado de vehículos el 88% han hecho uso de los servicios de tapicería y el 12% de los encuestados manifiestan que no han hecho uso de los servicios de tapizado.

Pregunta N° 4

Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿Cada que tiempo ha realizado el cambio de tapizado de su vehículo?

CUADRO N° 4
TIEMPO DE CAMBIO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 VEZ AL AÑO	32	23
1 VEZ A LOS 2 AÑOS	84	59
1 VEZ A LOS 3 AÑOS	26	18
TOTAL	142	100

FUENTE: Encuesta Demanda
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 4



INTERPRETACIÓN:

El 59% de los encuestados manifiestan hacer uso del servicio una vez cada dos años, el 23% cada año; mientras, que el 18% de los clientes manifiestan que usan el servicio cada tres años, esto es un referente para la nueva empresa de tapizado.

Pregunta N° 5

¿Cuál es el precio que usted pagó por el cambio de tapizado de su vehículo?

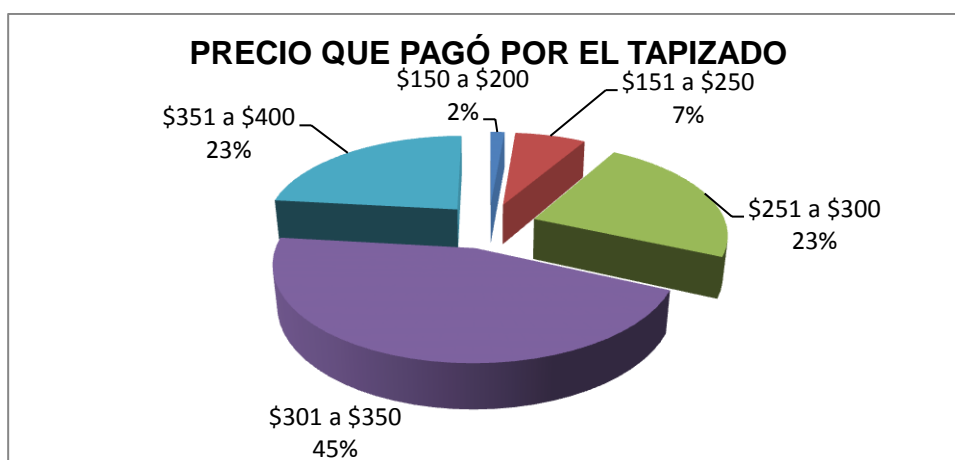
CUADRO N° 5
PRECIO QUE PAGÓ POR EL TAPIZADO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$150 a \$200	2	1
\$151 a \$250	10	7
\$251 a \$300	33	23
\$301 a \$350	64	45
\$351 a \$400	33	23
TOTAL	142	100

FUENTE: Encuesta Demanda

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 5



INTERPRETACIÓN:

El 45% de los encuestados indican que el costo del tapizado de vehículos está entre 301 y 350, el 23% entre 251 a 300, el 23% de 351 a 400 y el 7% restante manifiestan haber cancelado por el servicio de tapicería de 151 a 250, evidenciándose claramente que el valor de éste servicio está entre 300 y 400 dólares.

Pregunta N° 6

¿Cuál es el grado de satisfacción que usted tiene por el establecimiento que acude actualmente?

**CUADRO N° 6
GRADO DE SATISFACCIÓN**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INSATISFECHO	11	8
POCO SATISFECHO	62	44
NADA SATISFECHO	11	8
SATISFECHO	58	41
TOTAL	142	100

FUENTE: Encuesta Demanda

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 6



INTERPRETACIÓN:

En lo referente al grado de satisfacción de las empresas que ofertan el servicio de tapizado, el 43% están poco satisfechos, el 41% están satisfechos, el 8% entre insatisfechos y nada satisfechos.

Pregunta N° 7

¿Está conforme con los servicios de cambio de tapizado que le ofertan las empresas de la localidad?

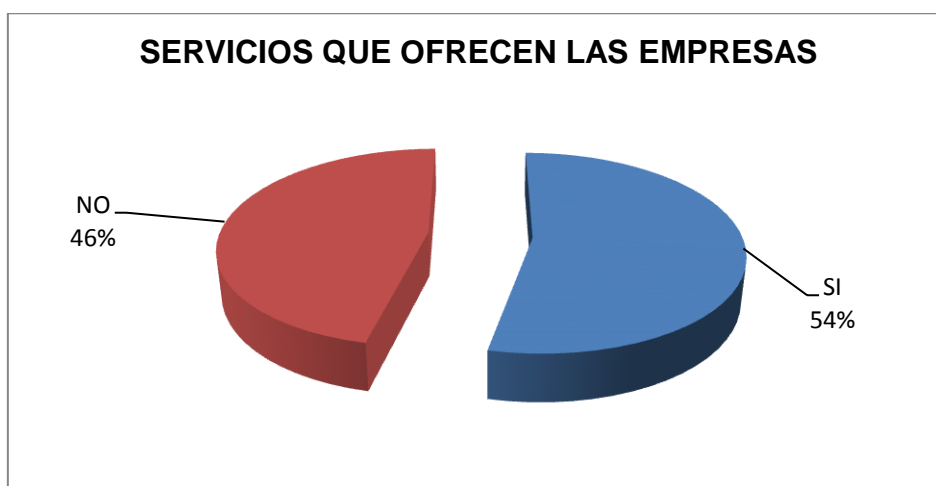
CUADRO N° 7
SERVICIOS QUE OFRECEN LAS EMPRESAS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	76	54
NO	66	46
TOTAL	142	100

FUENTE: Encuesta Demanda

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cambio en esta pregunta el 54% de los encuestados está satisfechos con el tapizado que les han ofertados; mientras, que el 46% no están satisfechos con este servicio que les ofrecieron.

Pregunta N° 8

¿Que toma en cuenta Ud. Antes de ir a un taller de tapizado vehicular?

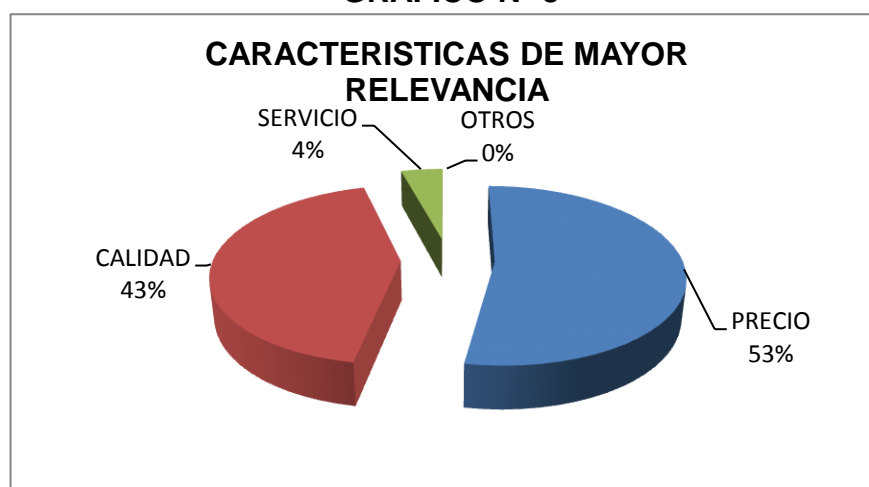
Marque las alternativas que usted crea conveniente

CUADRO N° 8
CARACTERISTICAS DE MAYOR RELEVANCIA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIO	75	53
CALIDAD	61	43
SERVICIO	6	4
OTROS	0	0
TOTAL	142	100

FUENTE: Encuesta Demanda
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Dentro de las características que toman en cuenta los encuestados al momento de adquirir el producto son: el 53% toman en cuenta el precio; el 43% considera la calidad y el 4% considera muy importante el servicio.

Pregunta N° 9

¿Si en la ciudad de Loja se implementaría una empresa productora de tapizados de vehículos livianos, estaría dispuesto a hacer uso de este servicio?

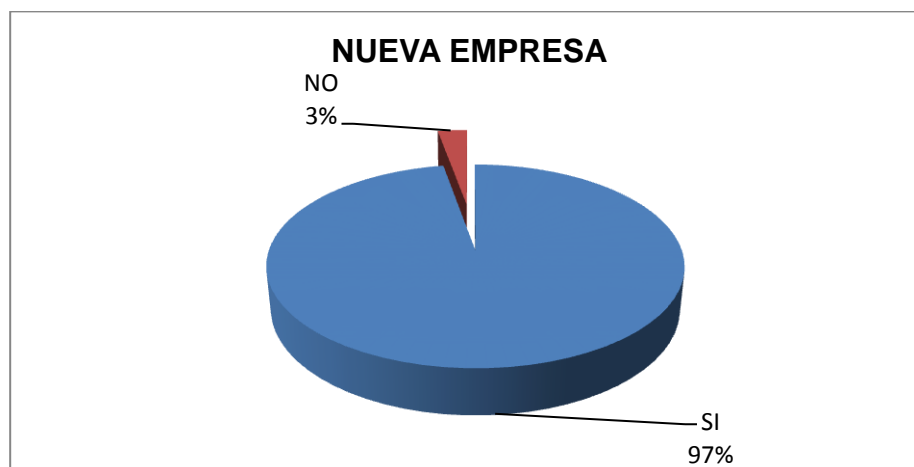
**CUADRO N° 9
NUEVA EMPRESA**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	138	97
NO	4	3
TOTAL	142	100

FUENTE: Encuesta Demanda

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los resultados de la encuesta aplicada indica que el 97% de los encuestados manifiestan apoyar a la nueva empresa, mientras que el 3% de los encuestados manifiesta que no apoyarán la creación de una nueva empresa de servicio de tapizados.

Pregunta N° 10

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el tapizado de su vehículo?

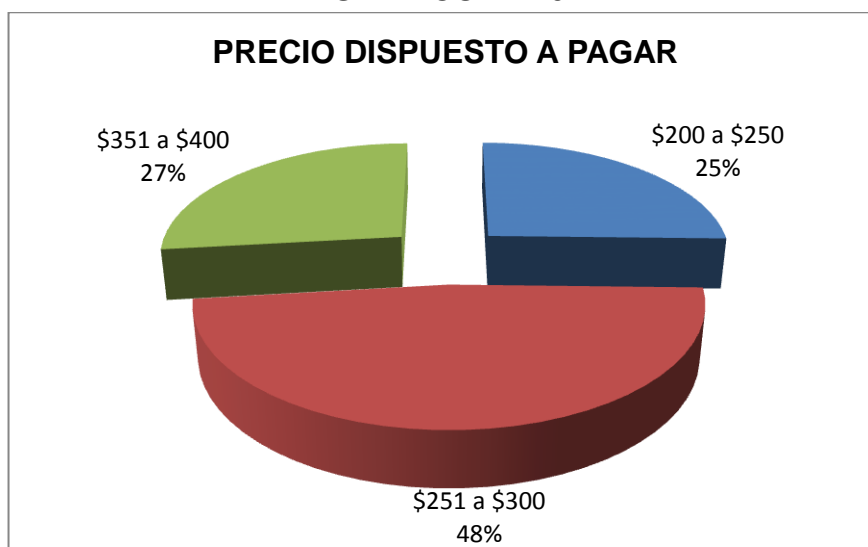
CUADRO N° 10
PRECIO DISPUESTO A PAGAR

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$200 a \$250	35	25
\$251 a \$300	66	48
\$351 a \$400	37	27
TOTAL	138	100

FUENTE: Encuesta Demanda

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 48% del total de encuestados dispuestos a pagar entre \$251 a \$300, el 27% entre \$351 a \$400; mientras que el 25% entre \$200 a \$250 dólares por tapizado de su vehículo, claro está que esto varía de la calidad de los materiales utilizados.

Pregunta N° 11

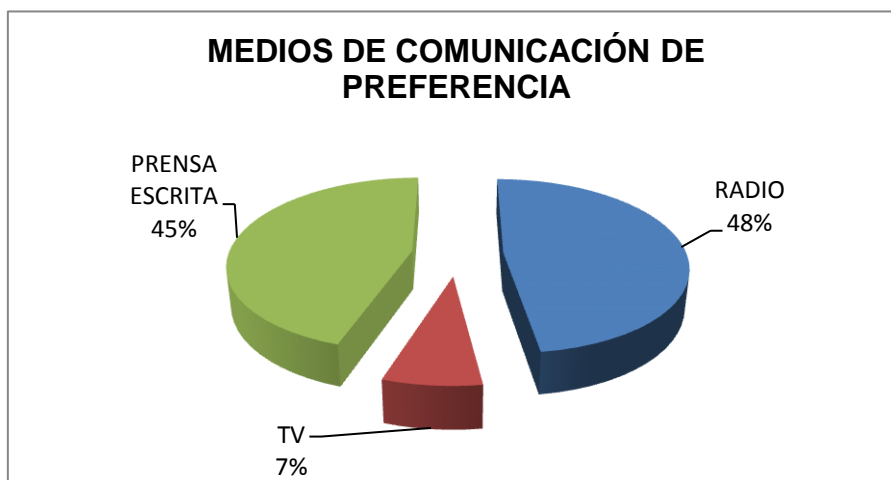
¿A través de qué medio de comunicación le gustaría que le informaran de la empresa productora de tapices de vehículos livianos?

CUADRO N° 11
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE PREFERENCIA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	66	48
TV	10	7
PRENSA ESCRITA	62	45
TOTAL	138	100

FUENTE: Encuesta Demanda
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 48% de los encuestados manifiestan que el medio de mayor sintonía es la radio, el 45% de los, de los encuestados manifiestan que es la prensa escrita y el 7% restante prefiere la televisión.

Pregunta N° 12

¿Cuáles de las siguientes promociones le gustaría recibir cuando utilice la empresa productora de tapices de vehículos livianos?

CUADRO N° 12
PROMOCIONES DE PREFERENCIA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SORTEOS	14	10
DESCUENTOS	101	73
RIFAS	23	17
TOTAL	138	100

FUENTE: Encuesta Demanda
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 73% de los encuestados manifiestan que les gustaría recibir promociones de descuentos, el 17% rifas; y, el 10% sorteos de productos adicionales de accesorios de vehículos.

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA

Pregunta N° 1

¿En su establecimiento realiza tapizados para vehículos livianos?

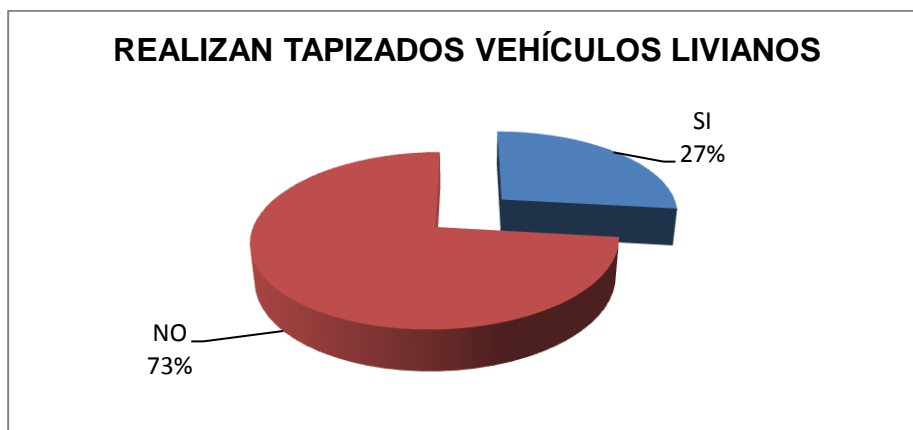
CUADRO N° 13
REALIZAN TAPIZADOS VEHÍCULOS LIVIANOS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	37	27
NO	101	73
TOTAL	138	100

FUENTE: Encuesta Oferta

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En los resultados se pueden evidenciar que el 73 % de los ofertantes encuestados manifiestan no realizar tapizados de vehículos livianos, a sí mismo el 27% manifiestan ofrecer éste servicio. Lo que indica que la mayor parte de tapicerías no ofrecen este servicio.

Pregunta N° 2

¿Cuál es el precio al que usted cobra por el servicio de tapizado?

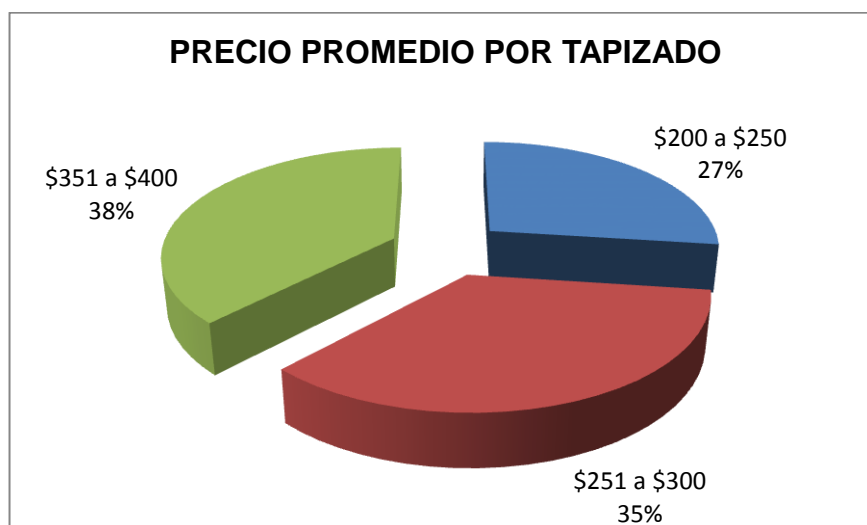
CUADRO N° 14
PRECIO PROMEDIO POR TAPIZADO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$200 a \$250	10	27
\$251 a \$300	13	35
\$351 a \$400	14	38
TOTAL	37	100

FUENTE: Encuesta Oferta

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 14



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 38% de los encuestados manifiestan cobrar de 351 a 400 dólares por el servicio, el 35% de 251 a 300 y el 27% restante manifiestan cobrar entre 200 a 250 dólares por el servicio de tapizado, en donde también es un factor determinante el tamaño del vehículo y la calidad del tapizado que se ofrece.

Pregunta N° 3

¿A su criterio cuáles son las razones por las cuales sus clientes hacen uso de los productos que Ud. vende?

CUADRO N° 15
RAZONES POR LAS QUE PREFIEREN SU
EMPRESA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIO	17	46
MARCA	12	32
CALIDAD	8	22
TOTAL	37	100

FUENTE: Encuesta Oferta

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 15



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 46% de los ofertantes encuestados manifiestan que el precio es una determinante principal para que se efectúe la venta del servicio, la marca un 32%, lo que indica que ésta no tiene mayor incidencia, la calidad del servicio con un 22%.

Pregunta N° 4

¿Qué cantidad de servicios de tapicería Ud. realiza semanalmente?

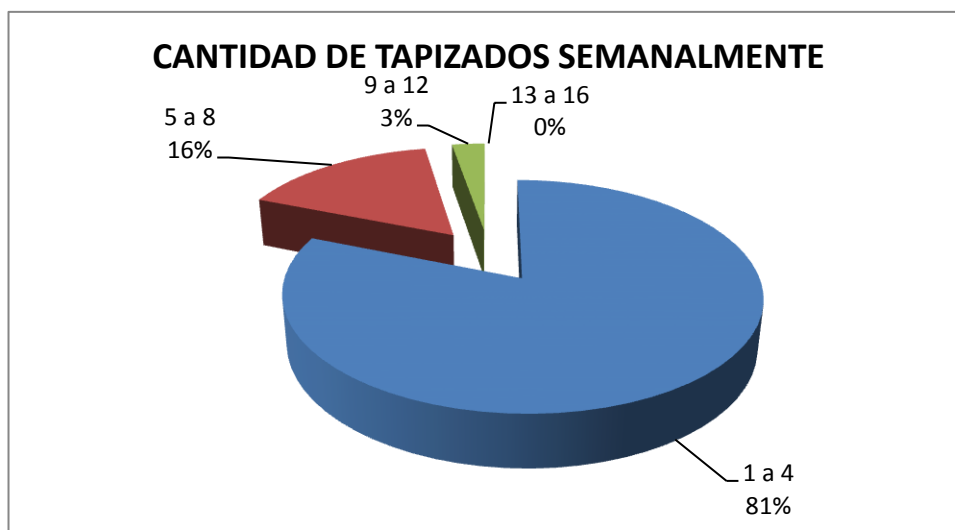
CUADRO N° 16
CANTIDAD DE TAPIZADOS SEMANALMENTE

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 4	30	81
5 a 8	6	16
9 a 12	1	3
13 a 16	0	0
TOTAL	37	100

FUENTE: Encuesta Oferta

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 16



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 81% de los ofertantes manifiestan que el los servicios semanales de tapizado van de 1 a 4, el 16% manifiestan que los servicios solicitados van de 5 a 8, el 3% de 9 a 12, siendo el de mayor aceptación de 1 a 4 servicios por semana

Pregunta N° 5

¿Utiliza medios de publicidad para dar a conocer los servicios de su empresa?

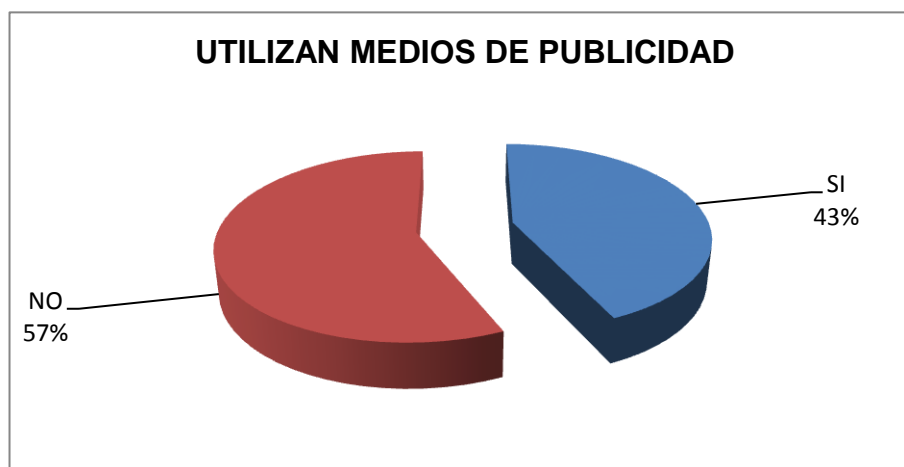
CUADRO N° 17
UTILIZAN MEDIOS DE PUBLICIDAD

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	43
NO	21	57
TOTAL	37	100

FUENTE: Encuesta Oferta

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 17



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 43% de los encuestados manifiestan hacer uso de la publicidad para dar a conocer los productos de la empresa, y el 57% indican no hacer uso de la publicidad, esto indica en realidad un número reducido de ofertantes que no hacen uso de éste medio para dar a conocer el servicio.

Pregunta N° 6

¿Qué medios de publicidad son de su preferencia?

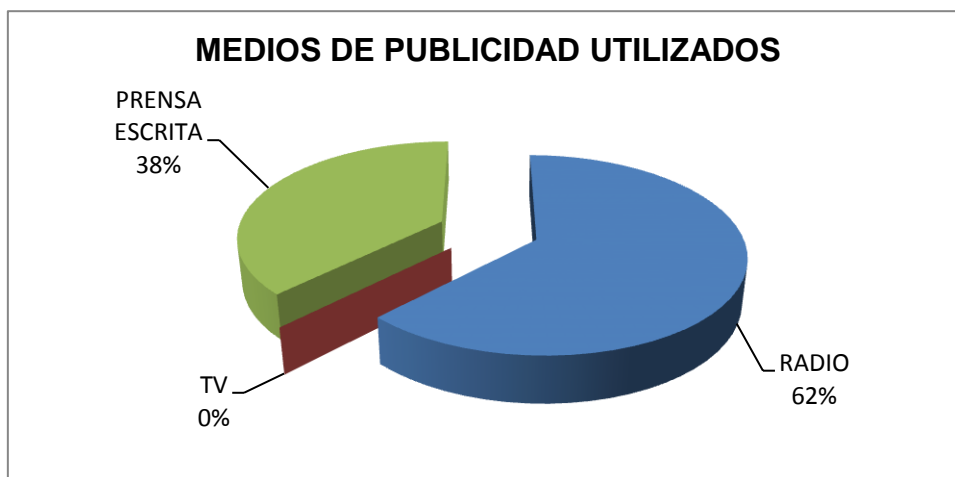
CUADRO N° 17
MEDIOS DE PUBLICIDAD UTILIZADOS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	10	63
TV	0	0
PRENSA ESCRITA	6	38
TOTAL	16	100

FUENTE: Encuesta Oferta

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 18



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 62% de los encuestados manifiestan utilizar la radio, y la prensa escrita con el 38%, ya que supieron manifestar que éste medio les resulta más útil para poner la publicidad de su empresa.

Pregunta N° 7

¿Qué tipo de promociones realiza usted en su negocio?

CUADRO N° 18
TIPO DE PROMOCIONES

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SORTEOS	2	5
DESCUENTOS	10	27
NINGUNO	25	68
TOTAL	37	100

FUENTE: Encuesta Oferta

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 19



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 68% de los ofertantes encuestados manifiestan que no realizan ningún tipo de promociones por el servicio de tapizado, el 27% realizan descuentos y el 5% restante que ha ofrecido sorteos anuales a sus clientes.

g) DISCUSIÓN

ESTUDIO DE LA DEMANDA

Permite conocer cuál es la situación de la demanda del servicio, es decir, permite conocer los clientes y futuro del servicio de tapizado para vehículos livianos, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función del servicio a prestar.

DEMANDA POTENCIAL

Está constituida por la cantidad de servicios que podrían utilizar de un determinado servicio en el mercado.

Para la determinación de los posibles demandantes se ha considerado la población de personas que poseen vehículos en la ciudad de Loja esto es el 51% según el cuadro N° 1 y en tal sentido se ha procedido a realizar la proyección de los mismos para los 10 años de vida útil del proyecto, utilizando la siguiente formula:

Formula de Proyección:

$$Pd = Dt (1+r)^t$$

En donde:

Pd= Proyección de la Demanda
Dt= Demanda Total
r= índice de crecimiento
t= Tiempo en Años

**CUADRO N° 19
DEMANDA POTENCIAL**

POBLACIÓN	POSEE VEHÍCULO	DEMANDA POTENCIAL
35.865	51,00%	18.291

Fuente: Cuadro N° 1
Elaborado por: La Autora

Calculo de la Proyección

$$Pf = (18.291)(1 + 0,0212)$$

$$Pf = 18.678$$

En la proyección para los siguientes años se toma la misma base y se cambia el exponente (Ejm: Población año 2= (18.678) (1+0.0212)), determinando los posibles usuarios. El índice de crecimiento que se utiliza es dado por el Consejo Nacional de Tránsito, para los vehículos matriculados año a año que es del 2,12% datos del año 2014 al año 2015. Efectuadas las proyecciones se tiene los siguientes resultados:

**CUADRO N° 20
DEMANDA POTENCIAL**

AÑO	PROYECCIÓN DEMANDA
0	18.291
1	18.678
2	19.073
3	19.477
4	19.889
5	20.310
6	20.740
7	21.179
8	21.627
9	22.085
10	22.553

Fuente: Proyecciones (TC 2,12%)

Elaborado por: La Autora

DEMANDA REAL

Para calcular la demanda real se toma en consideración la demanda potencial para el año base que es 18.291 al mismo se lo multiplica por el 81% (Cuadro N° 2) que constituye la población que posee vehículos livianos, a esta demanda real se la proyecta para los diez años de vida útil del proyecto con la tasa de crecimiento vehicular del 2,12%.

**CUADRO N° 21
DEMANDA REAL**

Año	Demanda Potencial	Población que poseen vehículos livianos 81%	Demanda Real
0	18.291	81%	14.815
1	18.678	81%	15.129
2	19.073	81%	15.449
3	19.477	81%	15.776
4	19.889	81%	16.110
5	20.310	81%	16.451
6	20.740	81%	16.799
7	21.179	81%	17.154
8	21.627	81%	17.517
9	22.085	81%	17.888
10	22.553	81%	18.267

Fuente: Cuadros N° 1 y 20

Elaborado por: La Autora

CONSUMO PROMEDIO

Para determinar el consumo promedio se ha tomado en consideración el cuadro N° 4, en la cual se preguntó sobre cada que tiempo utilizan los servicios de tapizados.

**CUADRO N° 22
CONSUMO PROMEDIO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	ANUAL	TOTAL
1 VES ALA ÑO	32	1	32
1 VES CADA DOS AÑOS	84	0,5	42
1 VES CADA TRES AÑOS	26	0,333	8.65
TOTAL	142		82.65

Fuente: Cuadro N° 4

Elaboración: La Autora

$$Fu = \frac{\sum \text{Total}}{\text{Frecuencia}}$$

$$Fu = \frac{82.65}{142}$$

$Fu = 0,58$ Veces al año

Para determinar el consumo promedio se ha multiplicado la frecuencia por el promedio anual es decir anualmente para 1, cada dos años para 0.5 que es el promedio de medio año, cada tres años para 0,333 que es el promedio de cada cuatro meses, con ello se determina un promedio 82.65 de que dividido para la frecuencia de 142 demandantes determina que utilizan el servicio de tapizado 0.58 veces al año.

DEMANDA EFECTIVA

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan adquirir el producto.

Para calcular la demanda efectiva se toma en consideración la demanda real para el año base que es de 14.815 al mismo lo multiplicamos por el 97% (cuadro N° 9) de los usuarios que si desearían que se creara una empresa de Tapizados para vehículos livianos en la ciudad de Loja, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula.

$$De = (Qp)(M\%)$$

Para el año base

$$De = (14.815)(97\%)$$

$$De = 14.370$$

En donde:

De = Demanda Efectiva

Qp = Población Proyectada

M%= Porcentaje de la demanda Muestral

**CUADRO Nº 23
DEMANDA EFECTIVA**

Año	Demanda Real	Creación 97%	Demanda Efectiva	CONSUMO PROMEDIO	D. E. EN UNIDADES
0	14.815	97	14.370	1,00	14.370
1	15.129	97	14.675	1,00	14.675
2	15.449	97	14.985	1,00	14.985
3	15.776	97	15.302	1,00	15.302
4	16.110	97	15.626	1,00	15.626
5	16.451	97	15.957	1,00	15.957
6	16.799	97	16.295	1,00	16.295
7	17.154	97	16.639	1,00	16.639
8	17.517	97	16.991	1,00	16.991
9	17.888	97	17.351	1,00	17.351
10	18.267	97	17.718	1,00	17.718

Fuente: Cuadro Nº 9, 21 y 22

Elaborado por: La Autora

Se determina una demanda efectiva para el año base de 14.370 tapizados.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Cuando se habla de la oferta esta debe ser considerada como la cantidad de productos que se ofrece al mercado consumidor.

Para determinar la oferta de servicios de tapizados para vehículos livianos se recolectó la información mediante la aplicación de encuestas a las empresas que ofertan tapizados para vehículos en la ciudad de Loja, en un total de 138 empresas que están legalmente ingresadas en el SRI

OFERTA ACTUAL

Para poder determinar la oferta actual se recolecta la información sobre la cantidad de clientes que atienden anualmente cada establecimiento, datos

que al formularlo con una tabla de distribución de frecuencias por intervalos de clase, permitirá conocer la media promedio de clientes de cada empresa. Para lo cual se utiliza los datos de cuadro N° 16. Para obtener la oferta total se multiplica la oferta anual promedio, por el número de establecimientos que tienen en la ciudad de Loja en el sector urbano, distinguiéndolo por el tipo de comercio.

**CUADRO N° 24
VENTA PROMEDIO ANUAL**

ALTERNATIVA	F	XM	$\sum XM$	TIEMPO	TOTAL ANUAL
1 a 4	30	2,5	75	52	3.900,00
5 a 8	6	6,5	39	52	2.028,00
9 a 12	1	10,5	10,5	52	546,00
13 a 16	0	14,5	0	52	0,00
TOTAL	37		124,5		6.474,00

Fuente: Cuadro N° 15

Elaboración: El Autor

Lo que determina una oferta de 6.474 tapizados al año.

**CUADRO N° 25
PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

AÑOS	OFERTA TOTAL
0	6.474
1	6.552
2	6.632
3	6.712
4	6.793
5	6.875
6	6.958
7	7.043
8	7.128
9	7.214
10	7.301

Fuente: SRI (TC 1,21%) y Cuadro 21

Elaboración: La Autora

TC= Tasa de crecimiento para los negocios según el Servicio de Rentas Internas

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

El análisis de la oferta y la demanda permite determinar la demanda insatisfecha para el servicio.

CUADRO N° 26
DEMANDA INSATISFECHA.

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSTISFECHA
0	14.370	6.474	7.896
1	14.675	6.552	8.123
2	14.985	6.632	8.353
3	15.302	6.712	8.590
4	15.626	6.793	8.833
5	15.957	6.875	9.082
6	16.295	6.958	9.737
7	16.639	7.043	9.596
8	16.991	7.128	9.563
9	17.351	7.214	10.137
10	17.718	7.301	10.417

Fuente: Cuadros N° 23 y 24

Elaboración: La Autora

Se denomina demanda insatisfecha al análisis entre la demanda efectiva y la oferta, siendo esta la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

Como se pudo determinar en el estudio de la oferta, ésta se realizó en las diferentes locales de la ciudad de Loja, de las cuales se tomaron las cantidades de clientes ofrecidos.

La demanda insatisfecha actual del proyecto es de 7.896 tapices para vehículos livianos al año para el año base; para el quinto año de 9.082 y para el año 10 de 10.417, para su posible implementación se tomará estrategias o alternativas convenientes como se lo demuestra más adelante, considerando estos datos para su comercialización en las zonas de influencia del mismo.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Con el propósito de garantizar que el servicio esté al alcance absoluto de todos los potenciales usuarios es necesario implementar un Plan de Comercialización que para el presente proyecto es particular frente a otros proyectos por tratarse de un servicio, considerando PRODUCTO, PRECIO, PLAZA y PROMOCIÓN. Para dicho efecto se considera también información proveniente de algunas preguntas incluidas de las encuestas en las cuales se determina: los gustos y preferencias, el precio justo por el servicio recibido, la percepción de la calidad del servicio que actualmente utilizan, etc.

PRODUCTO

Cabe recalcar que la empresa no está diseñada para producir un bien tangible sino un servicio. El servicio de tapicería de vehículos está destinado directamente a:

- Todos quienes tienen en su poder directa o indirectamente un vehículo,
- Quienes deseen tener vehículos con buena presentación.

- Quienes trabajan con sus vehículos, más todavía aquellos que llevan pasajeros

PRESENTACIÓN

Para la presentación la empresa tendrá varios diseños, esto dependiendo del modelo del vehículo y de la marca del mismo, colores de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes, para lo cual se les dará un modelo o catálogo de diseños y modelos, colores y calidad de materiales.

GRÁFICO Nº 27



ETIQUETADO

Teniendo en cuentas esas características, el servicio de tapicería de vehículos livianos que brindará la empresa se puede definir bajo las siguientes características:

GRÁFICO N° 28



SLOGAN DE LA EMPRESA

Se ha decidido producir un slogan, fácil de enfocar en función del servicio que se brinda y que su nombre identifique con facilidad lo que se desea lograr con el cliente por lo que la razón social de la empresa será:

“CARRO LINDO POR DENTRO Y ESTILO SOLO PARA TI”

PRECIO:

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

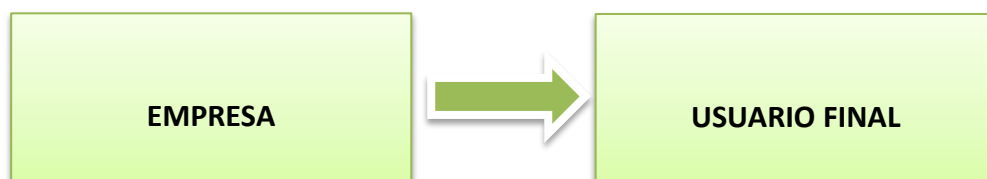
El precio de un producto es un determinante importante de la demanda del mercado de ese artículo afecta la posición competitiva de una empresa y su participación en el mercado como resultado de ello tiene una influencia considerable sobre los ingresos y la utilidad neta de una empresa.

La fijación del precio se fija mediante el costo de fabricación mas todos los costos más margen de utilidad igual precio.

En lo posterior se determinará el precio en base a los costos totales, más un margen de utilidad, el mismo que se lo determinará en base a la encuesta tanto a oferentes como a demandantes, esto es que no puede ser mayor a los de la competencia, los mismos que se encuentran en el mercado a un precio de acuerdo a cada tapizado de vehículo liviano, determinándose el margen de utilidad en base a la competencia.

PLAZA:

La plaza será la ciudad de Loja, para lo cual se utilizará el canal de distribución en la prestación del servicio de vehículos livianos es directo; esto es:



PUBLICIDAD:

En lo relativo a publicidad se aplicará cuñas radiales en Radio Loja y anuncios publicitarios en diario La Hora.

**CUADRO Nº 29
PUBLICIDAD**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL
24	Cuñas Radiales (2 diarias lunes, miércoles y viernes)	7,50	180,00
1	Anuncio Publicitario La Hora	70,00	70,00
TOTAL			250,00

FUENTE: Radio Loja y Diario La Hora

ELABORACIÓN: La Autora

PROMOCIÓN:

Para la promoción a se dará obsequios o accesorios para las personas propietarias de los vehículos que prefieren nuestro servicio

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico, sirve para poder evaluar y determinar la tecnología a utilizar, la disponibilidad de la materia prima, recursos humanos necesarios tanto administrativamente como para el proceso de producción, en otras palabras permite definir el tamaño, la localización y la ingeniería del proyecto.

El presente estudio tiene como finalidad analizar la parte técnica del proyecto cuya importancia es determinar los requerimientos y necesidades que se incluye al momento de consolidar una decisión; dentro de los aspectos que involucra el estudio técnico tenemos: recursos básicos para el proceso de producción, considerar los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos, además se describe el tamaño y localización de

la empresa a implementarse.

TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto, consiste en determinar la capacidad de producción que tendrá la empresa en un tiempo determinado, incluye determinar la capacidad instalada y utilizada, la cual se mide en unidades producidas por año. Para determinar el tamaño del proyecto y hacerlo adecuadamente se toma en cuenta la relación existente entre éste y el estudio de mercado, por lo que para determinarlo se considera los resultados obtenidos en la demanda insatisfecha.

CAPACIDAD INSTALADA

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Se mide en un número de unidades producidas de una determinada unidad de tiempo.

Para el tapizado de cada vehículo liviano se necesitan de 160 minutos, por lo que diariamente se tapizan 2 vehículos por persona trabajando 8 horas diarias, se pretende contratar dos personas para dar el servicio, es decir se realizarían 4 tapizados diariamente, esta cantidad se la multiplica por 5 días laborables serán 20 tapizados semanales, lo que se multiplica por 52 semanas que tiene el año serán 1040 tapizados al año, lo que constituye la capacidad instalada de producción que tendrá la empresa.

CUADRO N° 30
CAPACIDAD INSTALADA TOTAL

ATENCIÓN AL MERCADO			
AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	% DE ATENCIÓN	CAPACIDAD INSTALADA
1	7.896	13.02%	1.040

Fuente: Cuadros N°29

Elaboración: La Autora

CAPACIDAD UTILIZADA

Para determinar la capacidad utilizada se toma como información base la demanda insatisfecha y la información de la capacidad instalada por lo que se trabajará el primer año con el 80% de la capacidad máxima instalada, considerando que la nueva empresa debe hacerse conocer en el mercado y los retrasos normales de personal, materia prima etc. es decir se va a producir 1.040 unidades anuales; en el segundo año se producirá el 85%, en el tercer año el 90%, en el cuarto año de actividades de la capacidad instalada será del 95% y en el quinto año al décimo año la empresa producirá el 99% de su capacidad instalada, es decir, 1.040 unidades anuales, cubriendo de esta manera el porcentaje de la demanda insatisfecha indicado.

**CUADRO N° 31
CAPACIDAD UTILIZADA**

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA
1	1.040	80%	832
2	1.040	85%	884
3	1.040	90%	936
4	1.040	95%	988
5	1.040	99%	1029
6	1.040	99%	1029
7	1.040	99%	1029
8	1.040	99%	1029
9	1.040	99%	1029
10	1.040	99%	1029

FUENTE: Cuadro N° 30

ELABORACIÓN: La Autora

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementará la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

Para la localización se debe tomar en cuenta algunos factores que influyen en la decisión como son:

MATERIA PRIMA: Es importante que en el lugar en el cual va a funcionar la empresa exista la materia prima necesaria para el funcionamiento de la planta para evitar costos elevados.

MANO DE OBRA: Es un factor muy importante ya que la empresa debe contar con mano de obra idónea para el desarrollo de sus actividades productivas como administrativas porque este recurso es el eje principal de

una organización, la empresa permite ofrecer fuentes de trabajo y coadyuvar al desarrollo social.

RECURSOS: Toda empresa requiere de la presencia de los diferentes recursos como el humano, material, económico y técnico puesto que constituyen el punto clave para el normal desarrollo de la misma.

VÍAS DE TRANSPORTE: Es indispensable que donde se va a ubicar la planta existan los medios de transporte necesarios para que se pueda tener acceso al mercado a ofrecer y vender el producto, como también para la adquisición de la materia prima y para que los empleados y clientes puedan trasladarse a la planta por lo tanto los servicios deben ser óptimos para el buen desarrollo y funcionamiento de la empresa.

- **El agua**, que se convierte en un elemento necesario en la elaboración de productos terminados, en la ciudad de Loja, existe agua tratada, siendo ideal para los requerimientos industriales y en cantidad suficiente.
- **Energía eléctrica**, se cuenta con la empresa eléctrica EERSSA que presta su contingente en esta ciudad y provincia de Loja, con el servicio constante de fluido eléctrico.
- **Telefonía**, este servicio está a cargo de la CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones), que extiende sus redes para cubrir el servicios a nivel local, además como servicios tecnológicos en comunicación la ciudad de Loja ya cuenta con telefonía celular como Porta, Movistar y Alegro.

MACROLOCALIZACIÓN

Los factores del entorno a la macro localización tienen relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a escala local, frente a un mercado en este caso con incidencia local, se ha determinado que la planta estará ubicada en la ciudad de Loja por ser un lugar comercial, accesible al transporte y materias primas.

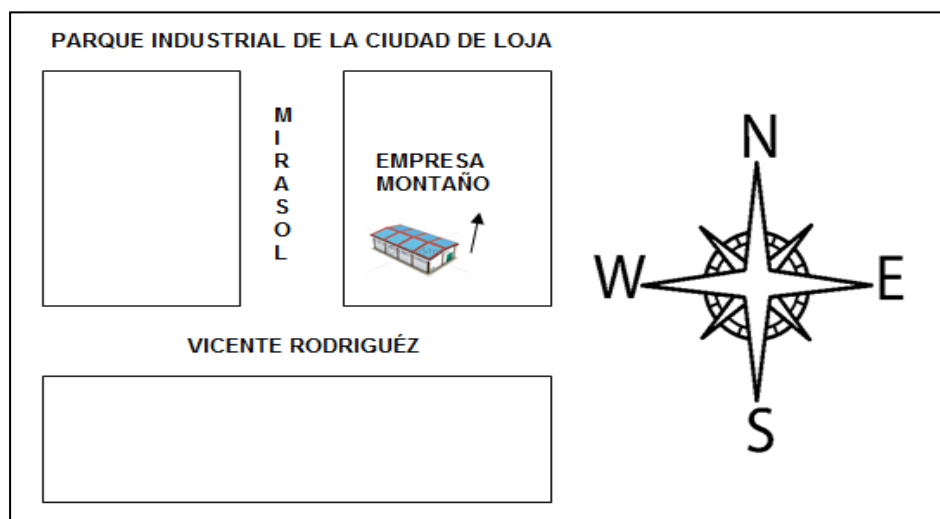
GRÁFICO Nº 32
MACROLOCALIZACIÓN MAPA DE LA CIUDAD DE LOJA



MICROLOCALIZACIÓN

Indica el lugar exacto donde se ubicará la empresa dentro del mercado local. La empresa Auto Tapicería Montano funcionará en la ciudad de Loja en el Parque Industrial esto por Ordenanza Municipal, además se ha elegido este lugar por ser el más apropiado para la adquisición de materia prima y cuenta con los servicios básicos necesarios como agua, energía eléctrica, alcantarillado, teléfono, etc. A continuación el croquis donde se ubicará La empresa Auto Tapicería Montano.

GRÁFICO Nº 33



INGENIERÍA DEL PROYECTO.- El presente estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.

ESTUDIO DEL PROCESO

Se define los diferentes pasos a seguir para transformar la materia prima en producto terminado, los pasos a seguir son los siguientes:

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

Para un correcto proceso productivo se requieren de los siguientes pasos:

- 1. Moldear:** Se sacan los moldes en cartulina, dependiendo del modelo del Vehículo. Tiempo estimado 20 minutos.
- 2. Trazar:** Con los moldes en cartulina se procede a trazar en el cuero u otro material utilizando una tiza de pizarra. Tiempo estimado 15 minutos.
- 3. Cortar:** Con una tijera especial de corte se procede a cortar el cuero u otro material en las partes trazadas. Tiempo estimado 15 minutos.
- 4. Pegar:** Utilizando pega de cuero u otro material se procede a pegar algunas partes. Tiempo estimado 30 minutos.





5. Coser: Usando una maquina industrial puntada recta se realiza el cosido de las partes, dándole una excelente presentación. Tiempo estimado 45 minutos.

6. Bordear: Utilizando una máquina recubridora se realiza el bordeado para dar mejor presentación. Tiempo estimado 15 minutos.

7. Fijar: Finalmente, una vez terminado el modelo se procede a colocar el tapizado en el vehículo. Tiempo estimado 20 minutos

GRÁFICO Nº 34




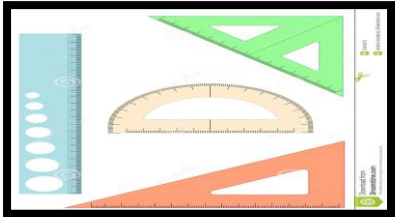

DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL TAPIZADO GRAFICO

DESCRIPCIÓN	TIEMPO	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO
					
MOLDEAR	STANDAR		X		
TRAZADO	20 Mn.	X			
CORTAR	15 Mn.		X		
PEGAR	15 Mn.	X			
COSER	30 Mn.		X		
BORDEAR	45 Mn.	X			
CONTROL DE CALIDAD	5 Min.		X		
FIJAR	15 Mn.	X			
ALMACENAR					X
TIEMPO TOTAL DEL SERVICIO	160 Min.				

DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Para el proceso de producción del cubretablero será indispensable utilizar lo siguiente:

MAQUINARIA GRÁFICO N°35

<p>Maquina Industrial Punta Recta</p> 	<p>Maquina Recubridora</p> 
<p>Tijeras</p> 	<p>Reglas</p> 
<p>Estilete</p> 	

EQUIPO DE COMPUTACIÓN:

- 3 computadoras
- 3 impresoras

EQUIPO DE OFICINA:

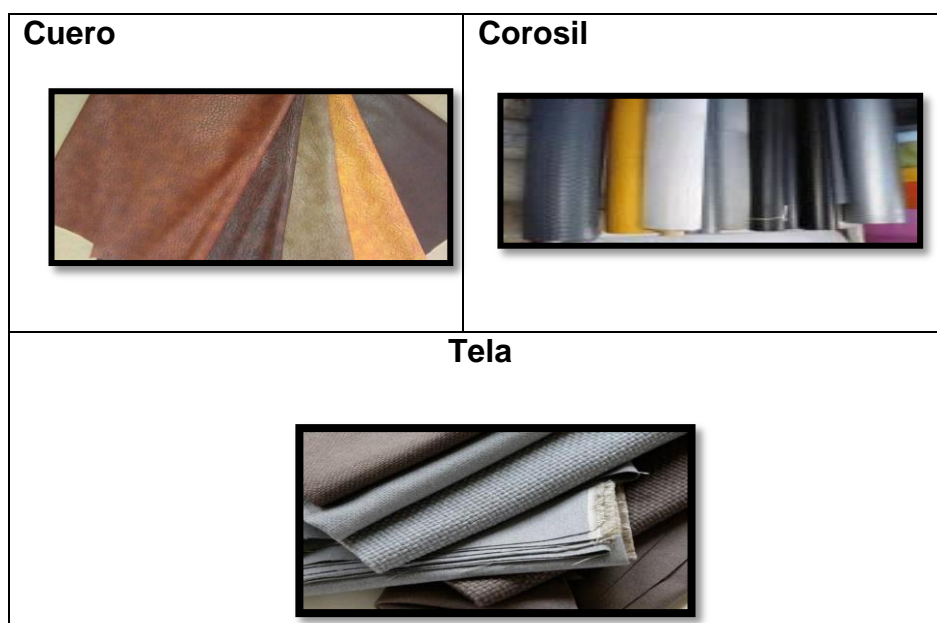
- 1 teléfono
- 1 sumadora
- Perforadoras
- Grapadoras
- Sellos profesionales
- Papeleras

MUEBLES Y ENSERES:

- 3 escritorios
- 5 sillas
- 2 archivador de 3 gavetas cada uno



MATERIA PRIMA DIRECTA

GRÁFICO N° 36



MATERIA INDIRECTA

GRÁFICO N° 37

Hilos 	Esponja 
Pega 	Soguilla 

DESCRIPCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

MANO DE OBRA DIRECTA: Constituida por 2 obreros

MANO DE OBRA INDIRECTA: Constituida por un gerente, una secretaria-cajera, contadora, un jefe de producción.

ESTUDIO DE LAS INSTALACIONES

Es el estudio y selección del proceso en conjunto con la capacidad o tamaño proyectado determinan las instalaciones requeridas y el diseño.

Infraestructura física

Se relaciona con la parte física de la empresa, donde se determina las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa, es decir tiene como objetivo principal localizar la empresa de manera que se haga posible cumplir con lo establecido en el diagrama del proceso de producción.

La empresa distribuirá adecuadamente su planta industrial para facilitar mejores condiciones de trabajo que permitan optimizar sus operaciones, manteniendo un adecuado sistema de seguridad y bienestar de sus trabajadores y el ordenamiento de la maquinaria en la planta que facilite la ejecución sin contratiempos.

El área del local tendrá un espacio de 204 m², los mismos que serán distribuidos de la siguiente forma:

ÁREA ADMINISTRATIVA

Oficinas Administrativas

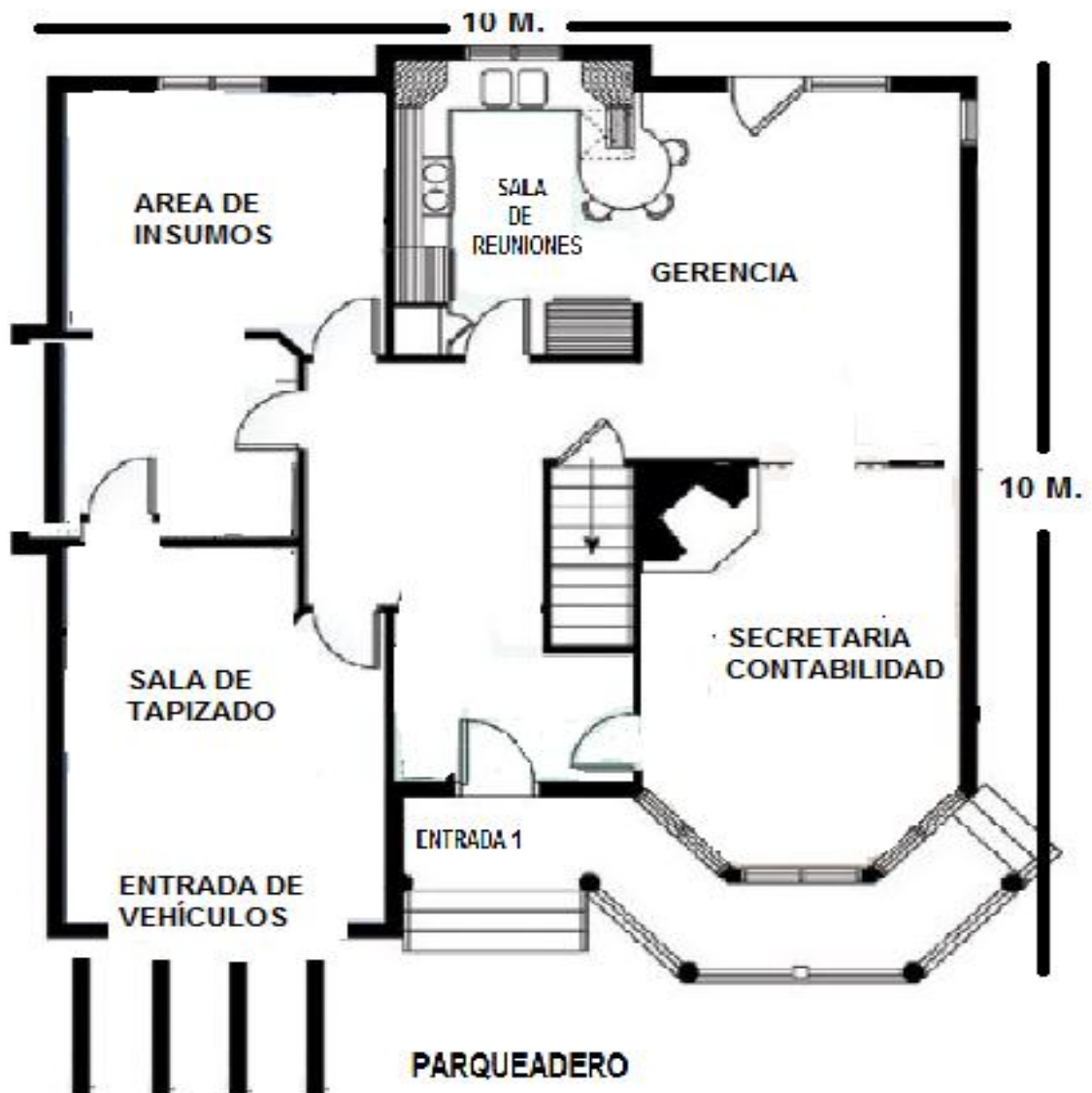
- Gerencia
- Secretaria – Contador
- Jefe de producción
- Ventas
- Sala de espera
- Sanitarios

Área de Producción

- Recepción de materia prima
- Planta procesadora
- Bodega de almacenamiento
- Sanitarios

GRÁFICO Nº 38

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA GRAFICO



ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Organización Legal

Para la organización jurídica se ha previsto implementar una compañía de responsabilidad limitada de acuerdo al artículo 92 de la Ley de Compañías, en su parte pertinente dice: La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales, hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “COMPAÑÍA LIMITADA” o su correspondiente abreviatura.

Los requisitos exigidos por la ley son los siguientes:

- ✦ Acta constitutiva.
- ✦ Razón Social de la empresa Montaña CIA. LTDA.
- ✦ Domicilio: Cantón Loja, Provincia de Loja.
- ✦ Capital social. Por determinarse
- ✦ Tiempo de Duración: Diez años

Objeto Social. La empresa Montaña Cia. Ltda. Se dedicará a la producción y comercialización de tapices para vehículos livianos.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. -

Intervienen en la celebración de este contrato, La señora Torres, la compareciente manifiesta ser ecuatoriana, mayor de edad, Viviana Alejandra Montaña Matute con numero de cedula 1900569441 domiciliada en la ciudad de Loja, por otro lado el Señor Juan Montaña, manifiesta ser ecuatoriano, mayor de edad, casado, domiciliado en la ciudad de Loja y la Señora Manuela Montaña Torres, manifiesta ser ecuatoriana, mayor de edad, casada, domiciliada en la ciudad de Loja; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada "MONTAÑO CÍA. LTDA." la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE MONTAÑO CÍA. LTDA.

CAPITULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN.

ARTICULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Loja, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Loja. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada MONTAÑO CÍA. LTDA.

ARTICULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, producción y comercialización de tapizados para vehículos livianos, y cualquier otra actividad afín con la expresada.

ARTICULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de diez años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta General de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

ARTICULO CINCO.- El capital social de la compañía es de trescientos dólares, dividido en trescientas participaciones de un dólares cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

ARTICULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará

constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTICULO NUEVE.- Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades liquidadas y realizadas.

ARTICULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPITULO TERCERO

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

ARTICULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente; Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y, las demás que señalen estos estatutos.

ARTICULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones: Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración; A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTICULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPITULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTICULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTICULO DIECISÉIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTICULO DIECISIETE.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTICULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTICULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTICULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTICULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTICULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTICULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendría la copia del

acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTICULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

- Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:
- Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos; conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores; Resolver sobre la forma de reparto de utilidades.
- Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:
- Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:
- Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía.
- Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:
- Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía, aprobar los reglamentos de la compañía, aprobar el presupuesto de la compañía;
- Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:
- Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTICULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTICULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTICULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

- Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios:
- Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas; velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas; reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito.
- Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo. Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

ARTICULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTICULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

- Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial; conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía; Dirigir la gestión económica financiera de la compañía.
- Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;
- Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos.

- Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías.
- Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil.
- Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;
- Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones:
- Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:
- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;
- Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regula por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la compañía Montaña Cia. Ltda., ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: la señora Viviana Alejandra Montaña Matutedoscientas participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de doscientos dólares; el señor Juan Torres doscientas participaciones, un dólar cada una,

con un valor, con un valor total de doscientos dólares; la señora Manuela Montaña trescientas participaciones de un dólar cada una, con un valor total de trescientos dólares; TOTAL: setecientas participaciones de un dólar cada una, que dan un total de SETECIENTAS PARTICIPACIONES DE UN DÓLAR; valor que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta «Integración de Capital», en el Banco del Pichincha, cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía por unanimidad nombran al Señor Juan Montaña para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía. Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,
(f) El Abogado

OBJETO SOCIAL:

La Empresa Montaña Cia. Ltda., tiene como objeto social la producción y comercialización de tapizados para vehículos livianos en la ciudad de Loja provincia de Loja.

Estructura Administrativa

Para la etapa de operación de la empresa, es necesario contar con una adecuada organización que facilite la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que conformará la misma, de tal forma que se logre la eficiencia, calidez y calidad en el desempeño de las actividades

Niveles Jerárquicos

Es indispensable determinar un modelo de estructura administrativa, que identifique los niveles que tienen a su cargo la administración legislativa, ejecutiva, asesor, operativa y de apoyo.

a) Nivel Legislativo

Representa el primer nivel jerárquico y está integrado por los dueños de la empresa, que tomarán el nombre de Junta General de Socios y está representado por el Presidente, su función es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

b) Nivel Directivo

Constituye el segundo grado de autoridad, está conformado por el Gerente – Administrador que es nombrado por la JGS, se encarga de ejecutar las políticas dictaminadas por el nivel legislativo. Su función es Planear, orientar y dirigir la marcha administrativa e interpretar planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

c) Nivel Asesor

La empresa contará con servicios temporales de un Abogado, para orientar las situaciones de carácter laboral y judicial. Este nivel no tiene autoridad de mando.

d) Nivel Auxiliar o de Apoyo

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

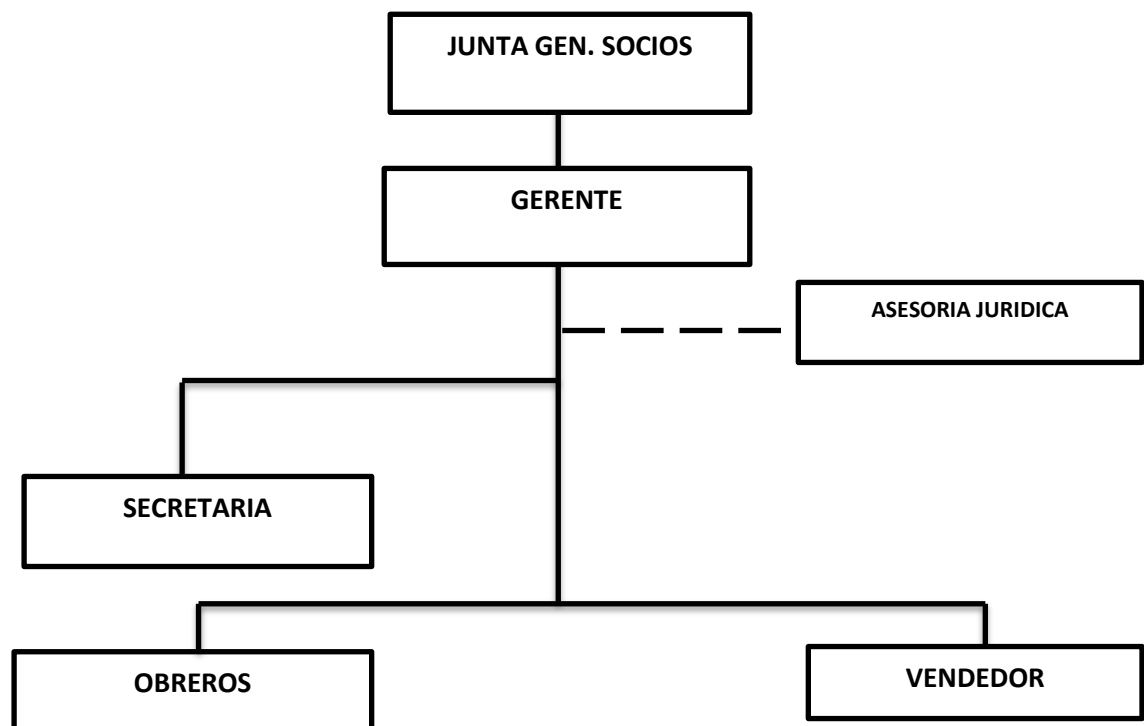
e) Nivel Operativo

Corresponde a todos los obreros que apoyarán en el proceso de producción de la empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

Organigramas

Las relaciones de autoridad y responsabilidad, que tendrá la empresa se representan a través del organigrama estructural y funcional, así:

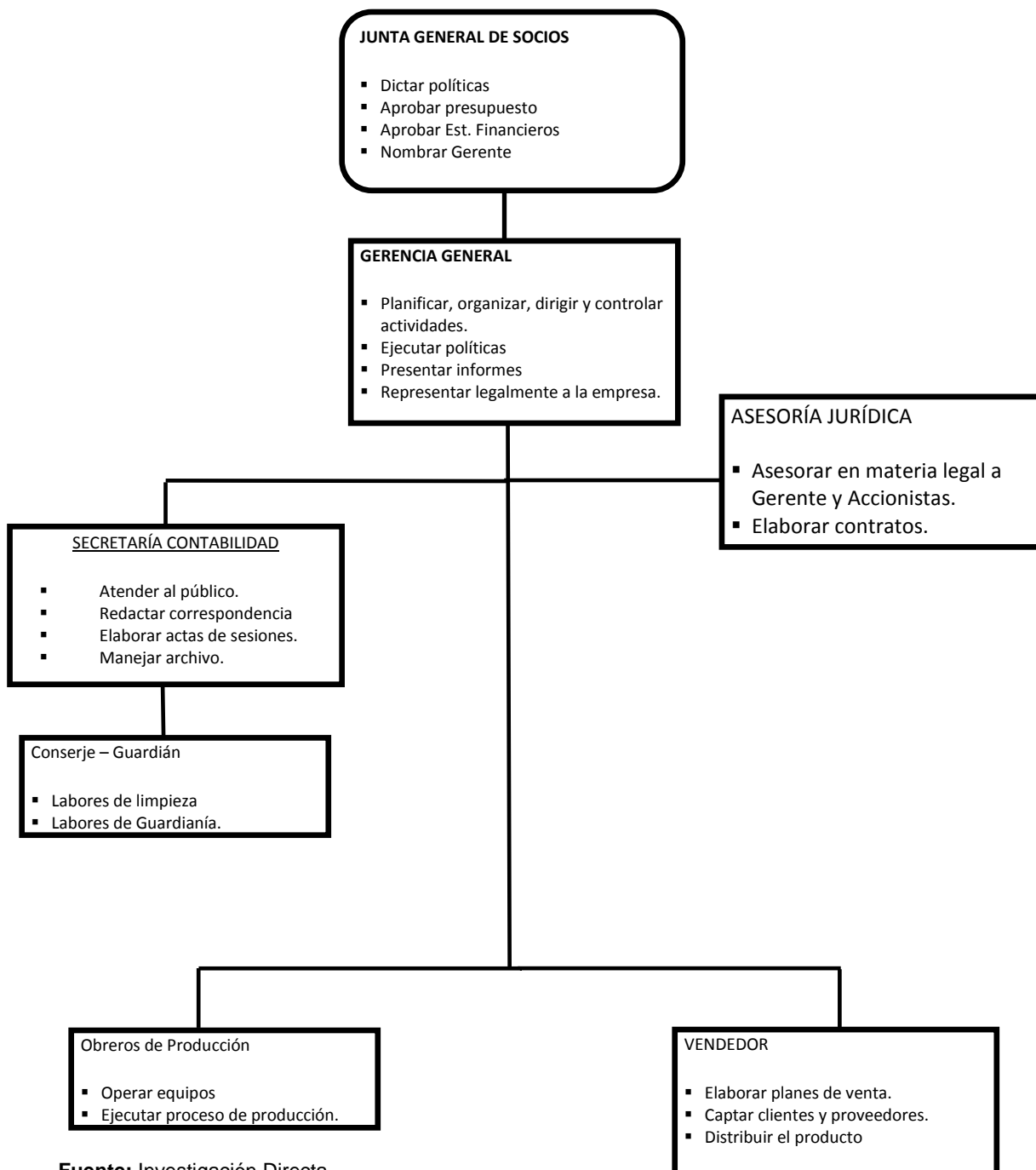
**GRÁFICO Nº 39
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
MONTAÑO Cia. Ltda.**



- * Nivel Legislativo
- ** Nivel Ejecutivo
- *** Nivel Asesor
- **** Nivel Auxiliar
- ***** Nivel Operativo

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº 40
ORGANIGRAMA FUNCIONAL
MONTAÑO CIA. LTDA.

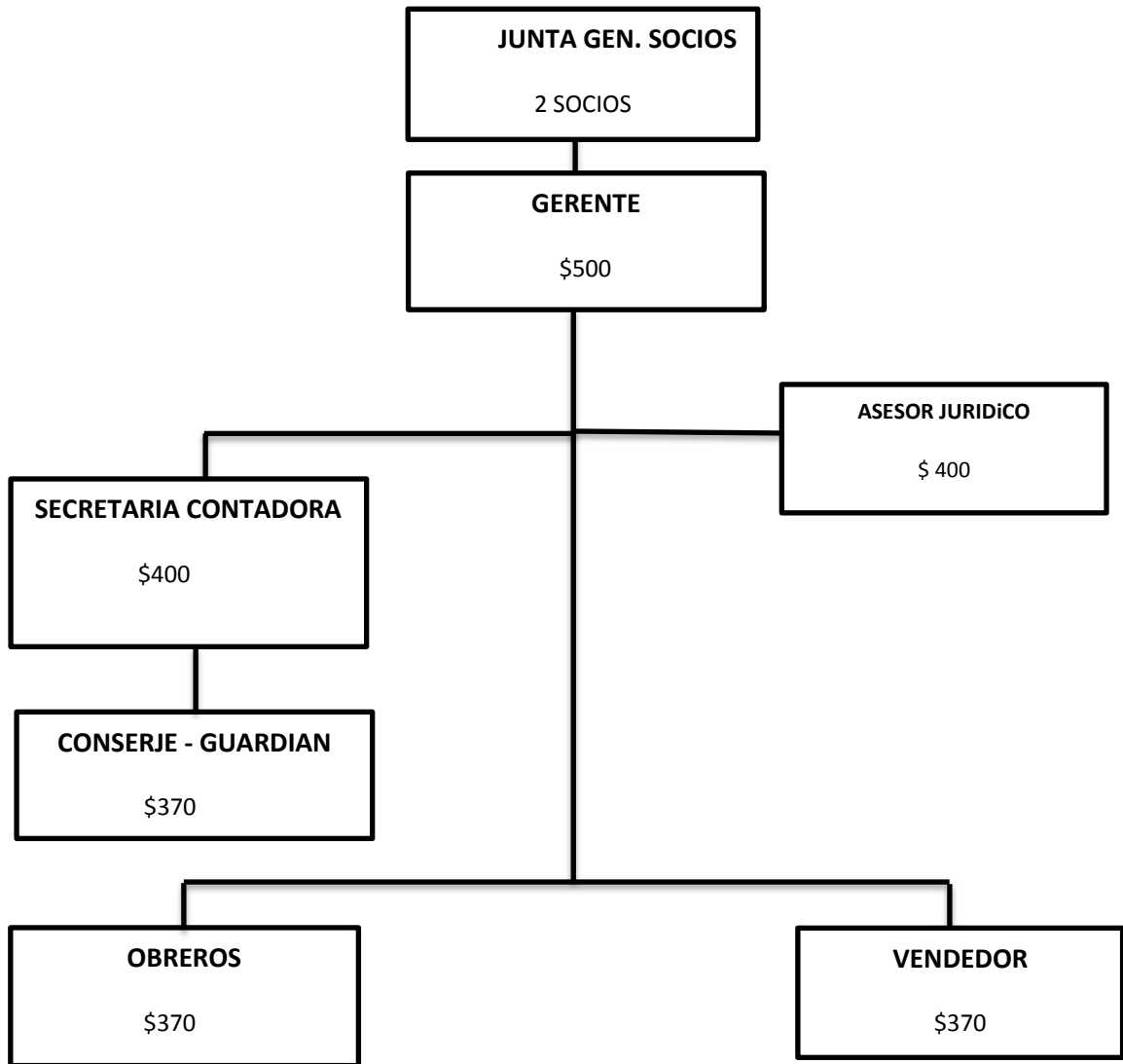


Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº 41

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA MONTAÑO CIA. LTDA.



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES.

CUADRO N° 42

CÓDIGO: 01
TÍTULO DEL PUESTO: Gerente
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.
TAREAS TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">▪ Ejercer la representación legal de la empresa (judicial y extrajudicial).▪ Administrar y gestionar los recursos materiales, económicos, humanos y tecnológicos de la organización.▪ Presentar informes económicos, financiero y administrativos al nivel superior (JGS).▪ Ejecutar los planes de acción trazados y disposiciones de la JGS.▪ Controlar la ejecución de los planes, evaluar sus resultados para tomar acciones correctivas.▪ Reclutar al recurso humano con idoneidad para la nómina de la empresa.▪ Diseñar estrategias para la promoción y publicidad, así como de comercialización del producto.▪ Suscribir documentos en representación de la empresa
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: El puesto requiere don de mando, liderazgo, responsabilidad económica y financiera, trabajo bajo presión, cumplimiento de metas, nivel de gestión óptimo.
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Instrucción Formal: Superior• Título: Ingeniero Comercial• Experiencia: Un año en actividades afines• Capacitación: Cursos en liderazgo, alta gerencia ,paquetes informáticos

CUADRO Nº 43

CÓDIGO: 02 TÍTULO DEL PUESTO: Asesor jurídico
NATURALEZA DEL TRABAJO: Asesorar sobre aspectos legales que incumben a la empresa.
TAREAS TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">▪ Asesorar a los accionistas y funcionarios de la empresa en los aspectos jurídicos y de carácter laboral.▪ Elaborar contratos de trabajo.▪ Actuar como secretario en las reuniones convocadas por la JGS.▪ Elaborar documentos de acuerdo y compromiso con el recurso humano que comercializa el producto a través de catálogos.▪ Contratos con proveedores▪ Realizar convenios▪ Elaborar informes jurídicos▪ Las demás que por disposición superior le sean requeridas.
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Ética profesional, su participación es eventual, recomienda toma de acciones, no tiene poder de decisión.
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Instrucción Formal: Superior• Título: Abogado de los Tribunales de Justicia• Experiencia: Dos años en funciones similares• Capacitación: Manejo de informática básica.

CUADRO N° 44

<p>CÓDIGO: 03</p> <p>TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria Contadora</p>
<p>NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar labores de redacción de documentos, archivos de correspondencia y atención al público.</p>
<p>TAREAS TÍPICAS:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Atender al público.▪ Brindar información a los clientes.▪ Redactar oficios, memorando y circulares internas.▪ Elaborar actas de reuniones de trabajo del personal de la empresa.▪ Manejar archivo.▪ Administración de Caja Chica.▪ Elabora conciliaciones bancarias.▪ Elabora roles de pago.▪ Elabora órdenes de compra y pago a proveedores.▪ Archivo, mantenimiento y custodia de los contables diarios.▪ Elaborar planillas IESS, SRI▪ Las demás que por disposición superior le sean requeridas.
<p>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Eficiencia, responsabilidad, lealtad y reserva sobre los asuntos internos de la organización, cumplir disposiciones del nivel superior.</p>
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none">• Instrucción Formal: Media• Título: Bachiller en Secretariado.• Experiencia: Un año en funciones similares• Capacitación: Manejo programas informáticos básicos, Técnicas de Redacción Comercial, Curso de relaciones humanas.

CUADRO Nº 45

CÓDIGO: 04 TÍTULO DEL PUESTO: Vendedor
NATURALEZA DEL TRABAJO: Distribución y comercialización de productos.
TAREAS TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">▪ Planificar actividades de comercialización del producto.▪ Establecer contactos con clientes y proveedores.▪ Elaborar planes de venta.▪ Distribuir el producto.▪ Convenios con instituciones▪ Elaborar planillas de compra y venta▪ Las demás que por disposición superior le sean requeridas.
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Iniciativa, creatividad y don de gentes para ejecución de su trabajo.
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Instrucción Formal: Superior• Título: Ingeniero en Marketing y Ventas• Experiencia: Un año en labores similares• Capacitación: Manejo programas informáticos de diseño gráfico, Curso de relaciones humanas.

CUADRO Nº 46

CÓDIGO: 05
TÍTULO DEL PUESTO: Obrero
NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecutar las actividades del proceso de producción asignadas por el nivel superior.
TAREAS TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">▪ Ordenar y almacenar la materia prima que ingresa a producción.▪ Efectuar las labores de envasado y embalaje del producto.▪ Realizar la limpieza del equipo e instalaciones al finalizar tareas.▪ Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales asignados a su cargo.▪ Manejo de las herramientas de trabajo▪ Informes periódicos del proceso productivo▪ Realizar el proceso productivo▪ Las demás que por disposición superior le sean requeridas.
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: No aplica
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Instrucción Formal: Media• Título: Bachiller en cualquier rama• Experiencia: No indispensable• Capacitación: No indispensable.

CUADRO Nº 47

CÓDIGO: 06

TÍTULO DEL PUESTO: Conserje Guardián

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Mantener limpias todas las áreas que posee la empresa, velar la por la seguridad de la institución.

TAREAS TÍPICAS:

- Mantener limpias todas las áreas que posee la empresa.
- Vigilar y resguardar las instalaciones de la empresa
- Vigilar entrada y salida de personal
- Manejo de instrumentos de aseo y limpieza
- Coordinar las labores de mensajería
- Asistencia directa con secretaria para labores de correo
- Cumplir y hacer cumplir las políticas que establece gerencia

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Actitud e iniciativa para desarrollar las actividades encomendadas por gerencia. El nivel de autoridad es operativo funcional.

REQUISITOS PARA EL PUESTO:

- Bachiller.
- Record policial.
- Referencias personales.

ESTUDIO FINANCIERO

En este estudio se determinaran las necesidades de recursos financieros, las fuentes, las condiciones de estas y las posibilidades reales de acceso a las mismas.

INVERSIONES

En todo proyecto las inversiones constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para su instalación y la puesta en marcha. Las inversiones del presente proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y casas comerciales del medio donde se desarrolla el mismo.

Activos

Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa. Para la inversión de la empresa Montaña, para lo cual es necesario la compra de algunos activos, entre ellos:

a. Activos Fijos.- Se considera activos fijos a toda clase de bienes u objetos materiales que tienen existencia física como: muebles de oficina,

Equipo de computación necesaria para poner en marcha el producto financiero.

Muebles de Oficina.- Constituyen los bienes para la gestión operativa de la Auto tapicería Montaña entre los cuales se requerirá:

**CUADRO Nº 48
MUEBLES DE OFICINA**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorio tipo gerente	235	235
2	Escritorio modular para secretaría	190	380
1	Silla giratoria tipo gerente	95	95
2	Silla giratoria tipo secretaria	85	170
4	Estante para archivo institucional	190	760
4	Archivadores 4 gavetas	120	480
8	Perchas Metálicas	95	760
1	Señalética	160	160
TOTAL			3040

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Maquinaria y Equipo

En cuanto a maquinaria y equipo es el valor de lo que se necesita para realizar las operaciones para la fabricación de tapices para vehículos livianos.

CUADRO Nº 49

MAQUINARIA Y EQUIPO

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Máquina recubridora	2000	2.000,00
1	Máquina de coser industrial recta	2300	2.300,00
TOTAL			4.300,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Herramientas: Las inversiones correspondientes a este rubro han sido cotizadas en el mercado local. Se detalla a continuación:

**CUADRO Nº 50
HERRAMIENTAS**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	Tijeras	12	36
2	Reglas (Juego)	25	50
6	Estiletes	1,8	10,8
TOTAL			96,8

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Equipos de Oficina.- Son el conjunto de herramientas, bienes y accesorios que se utilizarán para el mejor aprovechamiento de las instalaciones para la realización de las labores de servicio. Bienes que a continuación se las describe:

**CUADRO Nº 51
EQUIPO DE OFICINA**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Teléfonos fax Panasonic	260,00	1300,00
3	Sumadora eléctrica Panasonic	160,00	480,00
8	Teléfonos extensiones	250,00	2000,00
TOTAL			3780,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Equipo de Computación.- Se consideran como equipo de cómputo todos aquellos componentes informáticos, accesorios que estén instalados en la Auto tapicería Montaña.

**CUADRO N° 52
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	Computadoras Pentium V(cont-comput)	800,00	2400,00
3	Impresoras multiservicio	85,00	255,00
TOTAL			2.655,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Se detalla a continuación el total de inversiones en activos fijos.

**CUADRO N° 53
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

DETALLE	VALOR TOTAL
Muebles de Oficina	3040,00
Maquinaria y Equipo	4300,00
Herramientas	96,80
Equipos de Oficina	3780,00
Equipos de Computación	2655,00
SUBTOTAL	13871.80
5% Imprevistos	693.59
TOTAL	14565.39

FUENTE: Cuadros del 48 al 53

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 54
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

VALOR DEL ACTIVO: 4.300,00				
10	AÑOS DE VIDA ÚTIL		10%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	4.300,00	430,00		3.870,00
1	3.870,00		387	3.483,00
2	3.483,00		387	3.096,00
3	3.096,00		387	2.709,00
4	2.709,00		387	2.322,00
5	2.322,00		387	1.935,00
6	1.935,00		387	1.548,00
7	1.548,00		387	1.161,00
8	1.161,00		387	774,00
9	774,00		387	387,00
10	387,00		387	0,00

FUENTE: SRI
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 55
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

VALOR DEL ACTIVO: 3.040,00				
10	AÑOS DE VIDA ÚTIL		10%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	3.040,00	304,00		2.736,00
1	2.736,00		273,6	2.462,40
2	2.462,40		273,6	2.188,80
3	2.188,80		273,6	1.915,20
4	1.915,20		273,6	1.641,60
5	1.641,60		273,6	1.368,00
6	1.368,00		273,6	1.094,40
7	1.094,40		273,6	820,80
8	820,80		273,6	547,20
9	547,20		273,6	273,60
10	273,60		273,6	0,00

FUENTE: SRI
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 56
DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS

VALOR DEL ACTIVO:		96,80		
10	AÑOS DE VIDA ÚTIL		10%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	96,80	9,68		87,12
1	87,12		8,712	78,41
2	78,41		8,712	69,70
3	69,70		8,712	60,98
4	60,98		8,712	52,27
5	52,27		8,712	43,56
6	43,56		8,712	34,85
7	34,85		8,712	26,14
8	26,14		8,712	17,42
9	17,42		8,712	8,71
10	8,71		8,712	0,00

FUENTE: SRI

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 57
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA

VALOR DEL ACTIVO:		3.780,00		
10	AÑOS DE VIDA ÚTIL		10%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	3.780,00	378,00		3.402,00
1	3.402,00		340,2	3.061,80
2	3.061,80		340,2	2.721,60
3	2.721,60		340,2	2.381,40
4	2.381,40		340,2	2.041,20
5	2.041,20		340,2	1.701,00
6	1.701,00		340,2	1.360,80
7	1.360,80		340,2	1.020,60
8	1.020,60		340,2	680,40
9	680,40		340,2	340,20
10	340,20		340,2	0,00

FUENTE: SRI

ELABORACIÓN: La Autora

**CUADRO N° 58
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

VALOR DEL ACTIVO:		2.655,00		
3	AÑOS DE VIDA ÚTIL		33,33%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	2.655,00	885,00		1.770,00
1	1.770,09		590,00	1.180,00
2	1.180,06		590,00	590,00
3	590,03		590,00	0,00

FUENTE: SRI

ELABORACIÓN: La Autora

Activo Diferido.- Está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo. Para la ejecución del proyecto técnicamente se encuentran: gastos preliminares, gastos de investigación y mejoras de locales arrendados.

Instalaciones y Adecuaciones: Aquí se hace constar el valor de las adecuaciones del local.

**CUADRO N° 59
INSTALACIONES Y ADECUACIÓN**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Adecuación Administrativa y operativa	2500,00	2500,00
1	Instalaciones eléctricas, internet y telefónicas	1000,00	1000,00
TOTAL			3500.00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 60
RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS Y AMORTIZACION

DETALLE	VALOR TOTAL	AÑO	VALOR AMORTIZACION
Estudios Preliminares	1.100,00	1	1.811,00
Constitución legal	750,00	2	1.811,00
Gastos de Constitución	500,00	3	1.811,00
Permisos de funcionamiento	260,00	4	1.811,00
Instalaciones y Adecuaciones	15.500,00	5	1.811,00
Subtotal	18.110,00	6	1.811,00
5% imprevistos	905.5	7	1.811,00
TOTAL	19.015.5	8	1.811,00
		9	1.811,00
		10	1.811,00
		TOTAL	18.110,00

FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: La Autora

Activo Circulante.- El activo circulante recoge los gastos de operabilidad necesarios para la ejecución de la empresa Montano, y para ello requerirá de insumos y existencias necesarios para la generación del servicio; es decir serán todos los gastos mensuales y anuales para su funcionamiento.

Entre los costos a incurrir están los servicios básicos, mantenimiento y reparación de activos fijos, honorarios al personal.

Materia Prima Directa.- Para dar el servicio de tapizado se deben estimar los costos de materia prima en razón que no todos los automotores son de la misma dimensión, ni se colocan los mismos modelos, por ellos se ha creído conveniente determinar los siguientes; por cada vehículo se requiere de 36

pies de cuero, 3 metros de cuerina y 3 metros de tricot esponja para relleno; productos se los adquiere fácilmente en la ciudad de Loja.

Es importante remarcar que la inversión de este activo corriente se realiza para un mes de operación de acuerdo a la capacidad utilizada la producción mensual es de 120 tapizados.

**CUADRO N° 61
MATERIA PRIMA DIRECTA**

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cuero	Pies	36	120	2,6	11232
Cuerina	Metros	3	120	7,5	2700
Tricot Esponja	Metros	3	120	4,6	1656
TOTAL					15588

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Materia Prima Indirecta.- Constituyen los elementos adicionales necesarios para la elaboración del tapizado, como son los hilos y el pegamento. Las proporciones se detallan a continuación:

**CUADRO N° 62
MATERIA PRIMA INDIRECTA**

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Hilos	Carretes	2	120	2,1	504
Pegamento	Litros	0,3	120	6,9	248,4
TOTAL					752,4

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Mano de obra Directa.

El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra directa total durante un mes.

**CUADRO N° 63
MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCIÓN	Obreros
REMUNERACIONES	
Salario Básico	366,00
13° Sueldo	30,50
14° Sueldo	30,50
Aporte Patronal (11.15%)	40,81
IECE (0.50%)	1,83
SECAP (0.50%)	1,83
Vacaciones	15,25
Total	486,72
Número de empleados	2
Total Mensual	973,44
Total Anual	11.681,26

FUENTE: SRI (2016)

ELABORACIÓN: La Autora

Servicios Básicos.- Servicios que conforman los elementos necesarios para la generación del servicio como es la luz eléctrica, agua potable y servicio de internet.

**CUADRO N° 64
SERVICIOS BÁSICOS**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL
3075	Luz Eléctrica (kilovatios)más \$ 6,00 por tasas	0,09	282.75
500	Agua Potable (m ³)más \$ 3,00 por tasas	0,17	88.00
1	Servicio Telefónico	64,18	64,18
TOTAL			434.93

Fuente: EERSSA, MUNICIPIO DE LOJA, CNT

Mantenimiento de Activos Fijos.- Servicio indispensable para supervisión, reparación y puesta en marcha de los activos fijos para el normal desarrollo de su funcionalidad.

**CUADRO Nº 65
MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Mantenimiento y Reparación	50,00	600,00
		TOTAL	600,00

FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: La Autora

**CUADRO Nº 66
ARRENDAMIENTO DEL INMUEBLE**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Arriendo del Edificio	650,00	7.800,00
		TOTAL	7.800,00

FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: La Autora

Suministros de Oficina.- Materiales necesarios que permiten el desenvolvimiento eficiente y eficaz de las labores del departamento.

**CUADRO Nº 67
SUMINISTROS DE OFICINA**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL
2	Resma de papel bond	4,00	8,00
2	Emisión de comprobantes de venta	25,00	50,00
2	Cartuchos para impresora	37,00	74,00
1	Caja de Esferos	4,50	4,50
1	Caja de lápiz mongol	3,00	3,00
4	Carpetas folder (para archivar)	0,30	1,20
3	Carpeta archivador	5,00	15,00
2	Cajas de (grapas, clips)	2,00	4,00
4	Resaltadores	1,50	6,00
		TOTAL	165,70

FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: La Autora

Gastos Administrativos

Son los desembolsos ocasionados para cubrir acciones administrativas y educativas, tendientes a ofrecer una mejor logística, atención al cliente y al personal administrativo. Entre los cuales están las remuneraciones, servicios básicos, suministros de oficina, aseo y limpieza.

Sueldos del Personal Administrativo

Representa los desembolsos a realizarse por la logística administrativa, integrada por el Gerente, Secretaria Contadora, Conserje Guardia. En lo relacionado al Fondo de Reserva se cancelará esta proyección a partir del segundo año.

CUADRO Nº 68
SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DENOMINACION	GERENTE	SECRETARIA	GUARDIA
Remuneracion Unificada	550,00	410,00	366,00
Decimo tercero (R.U.)	45,83	34,17	30,50
Decimo cuarto (366/12)	30,50	30,50	30,50
Vacaciones (R.U.)	22,92	17,08	15,25
Aporte patronal 11,15%R.U	61,33	45,72	40,81
Aporte al IECE 0,5%	2,75	2,05	1,83
Aporte al SECAP 0 , 5 %	2,75	2,05	1,83
TOTAL	716,08	541,57	486,72
Numero de operativo	1	1	1
TOTAL MENSUAL	716,08	541,57	486,72
TOTAL ANUAL	8592,90	6498,78	5840,63

FUENTE: SRI (2016)
ELABORACIÓN: La Autora

Suministros de Aseo y Limpieza

Son los elementos necesarios para cumplir las actividades de aseo y limpieza de la infraestructura física del Centro de formación Complementaria.

CUADRO N° 69
SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL
1	Escoba, trapeador, recogedor.(lote)	6,5	6,50
2	Galones de desinfectante	8	16,00
1	Pacas de papel higiénico	7	7,00
2	Franelas para limpiar	1,5	3,00
2	Cepillos para limpiar	2	4,00
2	Toallas de manos para baños	2,5	5,00
2	Funda de detergente (1 Kg.)	2,7	5,40
2	Recipientes de basura	3,5	7,00
1	Paquete de fundas de basura	1,5	1,50
1	Jabón líquido	5,5	5,50
2	Paquetes de guantes	1,5	3,00
TOTAL			63,90

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Auto

Gastos de Venta

La Auto tapicería Montañó incurrirá en gastos direccionados a la identificación del servicio en la ciudad de Loja; se considerará únicamente los gastos de publicidad estática, hablada, escrita y televisiva.

CUADRO N° 70
PUBLICIDAD

GASTOS DE VENTA				
PUBLICIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cuñas radiales	Unidad	24	7.50	180,00
Anuncio publicitario	Unidad	1	70,00	70,00
TOTAL				250,00

FUENTE: Radio Loja y Diario La Hora

ELABORACIÓN: La Autora

En el cuadro siguiente presentamos el resumen de los activos circulantes para Auto tapicería Montaña

**CUADRO Nº 71
RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTES**

ACTIVOS CIRCULANTES		
Materia Prima Directa	15.588,00	
Materia Prima Indirecta	752,40	
Mano de Obra Directa	973,44	
Servicios Básicos	434,93	
Mantenimiento	50,00	
Arriendo	650,00	
Sueldos Personal Administrativo	1.744,36	
Suministros de Oficina	165,70	
Suministros de Aseo y Limpieza	63,90	
Publicidad	250,00	
Subtotal de Activos Circulantes		36.262,53
5% de imprevistos		1.813,13
Total de Activos Circulantes		38.075,76

ELABORACIÓN: La Autora

INVERSIÓN

Para poner en marcha el plan de negocios, es necesario de una inversión inicial; la cual de detalla a continuación.

CUADRO Nº 72
RESUMEN DE INVERSIÓN

ESPECIFICACIÓN	PARCIAL	TOTAL	PORCENTAJE
ACTIVOS FIJOS			
Muebles de Oficina	3.040,00		
Maquinaria y Equipo	4.300,00		
Herramientas	96,80		
Equipos de Oficina	3.780,00		
Equipos de Computación	2.655,00		
Subtotal de Activos Fijos		13.871,80	
5% Imprevistos	693,59		
TOTAL ACTIVOS FIJOS		14.565,39	26,43%
ACTIVOS DIFERIDOS			
Estudios Preliminares	1.100,00		
Constitución legal	750,00		
Gastos de Constitución	500,00		
Permisos de funcionamiento	260,00		
Instalaciones y Adecuaciones	15.500,00		
Subtotal de Activos Diferidos		18.110,00	
5% de imprevistos	905,50		
Total Activos Diferidos		19.015,50	34,50%
ACTIVOS CIRCULANTES			
Materia Prima Directa	15.588,00		
Materia Prima Indirecta	752,40		
Mano de Obra Directa	973,44		
Servicios Básicos	434,93		
Mantenimiento	50,00		
Arriendo	650,00		
Sueldos Personal Administrativo	1.744,36		
Suministros de Oficina	165,70		
Suministros de Aseo y Limpieza	63,90		
Publicidad	250,00		
Subtotal de Activos Circulantes		20.507,03	
5% de imprevistos	1.025,35		
Total de Activos Circulantes		21.532,38	39,07%
TOTAL DE LA INVERSIÓN		55.113,27	100,00%

FUENTE: Cuadros del 48 al 70

ELABORACIÓN: La Autora

Financiamiento

Una vez determinados los montos correspondientes a las inversiones, es decir el costo total del proyecto se requiere analizar la manera de financiarlo. El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento de la siguiente manera: el 45,57% será aportado por los socios de la empresa; mientras que el 54,43% de la inversión será financiada mediante crédito al Banco de Loja, el cual ofrece créditos a corto y largo plazo como son 10 años para la ejecución del proyecto a un interés del 15,20% anual, dinero que servirá para financiar la adquisición de: maquinaria y parte de las adecuaciones.

CUADRO N° 73

FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Capital Propio	25.113,27	45,57%
Capital Ajeno	30.000,00	54,43%
TOTAL:	55.113,27	100,00%

Fuente: Cuadro 72

Elaboración: La Autora

**CUADRO Nº 74
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

CAPITAL:	30000		PAGO:	SEMESTRAL
INTERÉS:	15,20%			
TIEMPO:	10	AÑOS		
SEMESTRES	CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL RED.
0				30.000,00
1	1.500,00	2.280,00	3.780,00	28.500,00
2	1.500,00	2.166,00	3.666,00	27.000,00
3	1.500,00	2.052,00	3.552,00	25.500,00
4	1.500,00	1.938,00	3.438,00	24.000,00
5	1.500,00	1.824,00	3.324,00	22.500,00
6	1.500,00	1.710,00	3.210,00	21.000,00
7	1.500,00	1.596,00	3.096,00	19.500,00
8	1.500,00	1.482,00	2.982,00	18.000,00
9	1.500,00	1.368,00	2.868,00	16.500,00
10	1.500,00	1.254,00	2.754,00	15.000,00
11	1.500,00	1.140,00	2.640,00	13.500,00
12	1.500,00	1.026,00	2.526,00	12.000,00
13	1.500,00	912,00	2.412,00	10.500,00
14	1.500,00	798,00	2.298,00	9.000,00
15	1.500,00	684,00	2.184,00	7.500,00
16	1.500,00	570,00	2.070,00	6.000,00
17	1.500,00	456,00	1.956,00	4.500,00
18	1.500,00	342,00	1.842,00	3.000,00
19	1.500,00	228,00	1.728,00	1.500,00
20	1.500,00	114,00	1.614,00	0,00

FUENTE: Banco de Loja

ELABORACIÓN: La Autora

DEPRECIACIONES

Constan las depreciaciones que sufren los activos fijos.

DETERMINACIÓN DE COSTOS

El proceso de producción o prestación de servicios conlleva una serie de gastos, los cuales están sujetos a las variaciones de los precios en el mercado como consecuencia de la inflación, por tal motivo es necesario realizar el escalamiento de los precios para proyectar los costos durante la vida útil estimada del proyecto.

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN.

El presupuesto de costos o de operación, es estimación de los gastos en que debe incurrir la empresa para obtener un producto o servicio final.

El presupuesto está distribuido en costo primo, que es la materia prima y mano de obra directa, los gastos generales de producción, entre los que se encuentra la Mano de obra directa, las amortizaciones, depreciaciones, etc., los gastos de operación en el sector de administración y ventas, y los financieros en los que se incluyen los intereses del préstamo a solicitar.

**CUADRO Nº 75
PRESUPUESTO DE COSTOS**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DE PRODUCCIÓN	37709,28	39191,16	40737,59	42428,71	44112,85	45870,39	47791,51	49705,62	51703,20	53311,23
COSTO PRIMO	27269,26	28465,57	29714,55	31018,53	32379,94	33801,31	35285,30	36834,68	38452,33	39566,79
Materia prima directa	15588,00	16236,46	16911,90	17615,43	18348,23	19111,52	19906,56	20734,67	21597,24	21921,19
Mano de obra directa	11681,26	12229,11	12802,65	13403,10	14031,70	14689,79	15378,74	16100,00	16855,09	17645,60
COSTO DE FABRICACIÓN	752,40	783,93	816,77	850,99	886,65	923,80	962,51	1002,84	1044,86	1088,64
Materia prima indirecta	752,40	783,93	816,77	850,99	886,65	923,80	962,51	1002,84	1044,86	1088,64
CARGA FABRIL	9687,63	9941,66	10206,26	10559,19	10846,26	11145,28	11543,70	11868,11	12206,02	12655,80
Deprec. Maquinaria	387,00	387,00	387,00	387,00	387,00	387,00	387,00	387,00	387,00	387,00
Deprec. Herramientas	8,71	8,71	8,71	8,71	8,71	8,71	8,71	8,71	8,71	8,71
Deprec. Muebles de oficina	273,60	273,60	273,60	273,60	273,60	273,60	273,60	273,60	273,60	273,60
Deprec. Equipos de oficina	340,20	340,20	340,20	340,20	340,20	340,20	340,20	340,20	340,20	340,20
Deprec. Equipos de computación	590,00	590,00	590,00	663,63	663,63	663,63	746,45	746,45	746,45	839,61
Amortización Activo Diferido	1811,00	1811,00	1811,00	1811,00	1811,00	1811,00	1811,00	1811,00	1811,00	1811,00
Reparacion y Mantenimiento	600,00	624,96	650,96	678,04	706,24	735,62	766,23	798,10	831,30	865,88
Servicios Básicos	4449,00	4634,08	4826,86	5027,65	5236,80	5454,65	5681,57	5917,92	6164,11	6420,53
Suministros de limpieza	766,80	798,70	831,92	866,53	902,58	940,13	979,24	1019,97	1062,40	1106,60
Imprevistos (5%)	461,32	473,41	486,01	502,82	516,49	530,73	549,70	565,15	581,24	602,66
GASTOS DE OPERACIÓN	38105,41	39598,24	41163,37	42804,07	44523,76	46326,00	48214,51	50193,21	52266,14	54256,03
GASTOS DE ADMINISTRACION	32675,41	34151,20	35693,84	37306,37	38991,98	40753,97	42595,83	44521,17	46533,81	48637,70
Sueldos y Salarios	20932,31	21914,03	22941,80	24017,77	25144,21	26323,47	27558,04	28850,51	30203,60	31620,15
Suministros de Oficina	1988,40	2071,12	2157,28	2247,02	2340,49	2437,86	2539,27	2644,91	2754,94	2869,54
Teléfono	770,16	802,20	835,57	870,33	906,54	944,25	983,53	1024,44	1067,06	1111,45
Arriendos	7800,00	8124,48	8462,46	8814,50	9181,18	9563,12	9960,94	10375,32	10806,93	11256,50
Imprevistos (5%)	1184,54	1239,37	1296,73	1356,76	1419,56	1485,28	1554,04	1625,99	1701,28	1780,06
GASTOS DE VENTAS	3150,00	3281,04	3417,53	3559,70	3707,78	3862,03	4022,69	4190,03	4364,34	4364,34
Publicidad	3000,00	3124,80	3254,79	3390,19	3531,22	3678,12	3831,13	3990,51	4156,51	4156,51
Imprevistos (5%)	150,00	156,24	162,74	169,51	176,56	183,91	191,56	199,53	207,83	207,83
GASTOS FINANCIEROS	2280,00	2166,00	2052,00	1938,00	1824,00	1710,00	1596,00	1482,00	1368,00	1254,00
Interés sobre crédito	2280,00	2166,00	2052,00	1938,00	1824,00	1710,00	1596,00	1482,00	1368,00	1254,00
TOTAL	75814,70	78789,39	81900,95	85232,78	88636,61	92196,39	96006,02	99898,83	103969,35	107567,26

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por los servicios de tapizados para vehículos.

Los ingresos a establecerse en la vida útil de la empresa como se indica en el cuadro N° 76, se ha determinado principalmente el precio unitario de venta para lo cual se considera un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 30% en función a la competencia.

$$\text{C.U.} = \text{COSTO TOTAL} / \text{UNIDADES}$$

$$\text{C.U.} = 75.814,70 / 832$$

$$\text{C.U.} = 91,12$$

$$\text{P.V.P.} = \text{CU} + \text{MU}$$

$$\text{P.V.P.} = 91.12 + 30\%$$

$$\text{P.V.P.} = 118,46$$

CUADRO Nº 76
INGRESOS TOTALES

AÑOS	COSTOS TOTALES	Nº UNID	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD (30%)	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	TOTAL DE VENTAS ANUALES
1	75814,70	832	91,12	27,34	118,46	98.559,10
2	78789,39	884	89,13	26,74	115,87	102.426,21
3	81900,95	936	87,50	26,25	113,75	106.471,24
4	85232,78	988	86,27	25,88	112,15	110.802,62
5	88636,61	1029	86,14	25,84	111,98	115.227,59
6	92196,39	1029	89,60	26,88	116,48	119.855,31
7	96006,02	1029	93,30	27,99	121,29	124.807,83
8	99898,83	1029	97,08	29,13	126,21	129.868,48
9	103969,35	1029	101,04	30,31	131,35	135.160,15
10	107567,26	1029	104,54	31,36	135,90	139.837,44

FUENTE: Cuadro 75

ELABORACIÓN: La Autora

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 Nº 77
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS										
Ventas	98.559,10	102.426,21	106.471,24	110.802,62	115.227,59	119.855,31	124.807,83	129.868,48	135.160,15	139.837,44
(-) Costo Total	75.814,70	78.789,39	81.900,95	85.232,78	88.636,61	92.196,39	96.006,02	99.898,83	103.969,35	107.567,26
(=) Utilidad Bruta Ventas	22.744,41	23.636,82	24.570,29	25.569,84	26.590,98	27.658,92	28.801,81	29.969,65	31.190,80	32.270,18
(-) 15% Trabajadores	3.411,66	3.545,52	3.685,54	3.835,48	3.988,65	4.148,84	4.320,27	4.495,45	4.678,62	4.840,53
(=) Utilidad-antes- Imp.	19.332,75	20.091,29	20.884,74	21.734,36	22.602,34	23.510,08	24.481,54	25.474,20	26.512,18	27.429,65
(-)22% Impuesto a la renta	4.253,20	4.420,08	4.594,64	4.781,56	4.972,51	5.172,22	5.385,94	5.604,32	5.832,68	6.034,52
(=)Utilidad-antes-Reserva	15.079,54	15.671,21	16.290,10	16.952,80	17.629,82	18.337,86	19.095,60	19.869,88	20.679,50	21.395,13
(-) 10% Reserva Legal	1.507,95	1.567,12	1.629,01	1.695,28	1.762,98	1.833,79	1.909,56	1.986,99	2.067,95	2.139,51
(=)Utilidad Neta	13.571,59	14.104,09	14.661,09	15.257,52	15.866,84	16.504,08	17.186,04	17.882,89	18.611,55	19.255,62

FUENTE: Cuadro 75 y 76

ELABORACIÓN: La Autora

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Para determinar los costos fijos y variables se ha realizado una distribución teniendo en cuenta que los costos fijos son los que no intervienen directamente en la producción y los costos variables son los que se utilizan para producir, tal y como se muestran en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 78

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

COSTOS FIJOS Y VARIABLES									
RUBROS	AÑO 1			AÑO 5			AÑO 10		
	C.F	C. V	TOTAL	C.F	C. V	TOTAL	C.F	C. V	TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN	10440,03	27269,26	37709,28	11732,91	32379,94	44112,85	13744,44	39566,79	53311,23
COSTO PRIMO	0,00	27269,26		0,00	32379,94		0,00	39566,79	
Materia prima directa		15588,00			18348,23			21921,19	
Mano de obra directa		11681,26			14031,70			17645,60	
COSTO DE FABRICACIÓN	752,40			886,65			1088,64		
Materia prima indirecta	752,40			886,65			1088,64		
CARGA FABRIL	9687,63	0,00		10846,26	0,00		12655,80	0,00	
Deprec. Maquinaria	387,00			387,00			387,00		
Deprec. Herramientas	8,71			8,71			8,71		
Deprec. Muebles de oficina	273,60			273,60			273,60		
Deprec. Equipos de oficina	340,20			340,20			340,20		
Deprec. Equipos de computación	590,00			663,63			839,61		
Reparacion y Mantenimiento	600,00			706,24			865,88		
Amortizacion Activo Diferido	1811,00			1811,00			1811,00		
Servicios Básicos	4449,00			5236,80			6420,53		
Suministros de limpieza	766,80			902,58			1106,60		
Imprevistos (5%)	461,32			516,49			602,66		
GASTOS DE OPERACIÓN	38105,41	0,00	38105,41	44523,76	0,00	44523,76	54256,03	0,00	54256,03
GASTOS DE ADMINISTRACION	32675,41	0,00		38991,98	0,00		48637,70	0,00	
Sueldos y Salarios	20932,31			25144,21			31620,15		
Suministros de Oficina	1988,40			2340,49			2869,54		
Teléfono	770,16			906,54			1111,45		
Arriendos	7800,00			9181,18			11256,50		
Imprevistos (5%)	1184,54			1419,56			1780,06		
GASTOS DE VENTAS	3150,00			3707,78			4364,34		
Publicidad	3000,00			3531,22			4156,51		
Imprevistos (5%)	150,00			176,56			207,83		
GASTOS FINANCIEROS	2280,00	0,00		1824,00	0,00		1254,00	0,00	
Interés sobre crédito	2280,00			1824,00			1254,00		
TOTAL	48545,44	27269,26	75814,70	56256,67	32379,94	88636,61	68000,47	39566,79	107567,26

FUENTE: Cuadro 75

ELABORACIÓN: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite determinar en el presente proyecto el nivel necesario para cubrir los costos totales. Para ello se utilizó el cuadro anterior de costos fijos y variables.

El punto de equilibrio se ha calculado para los años 1, 5 y 10 y lo obtendremos matemáticamente a través de fórmulas y gráficamente, luego del cuadro de clasificación de costos.

AÑO 1

MATEMÁTICAMENTE:

* PE en función de la Capacidad Instalada

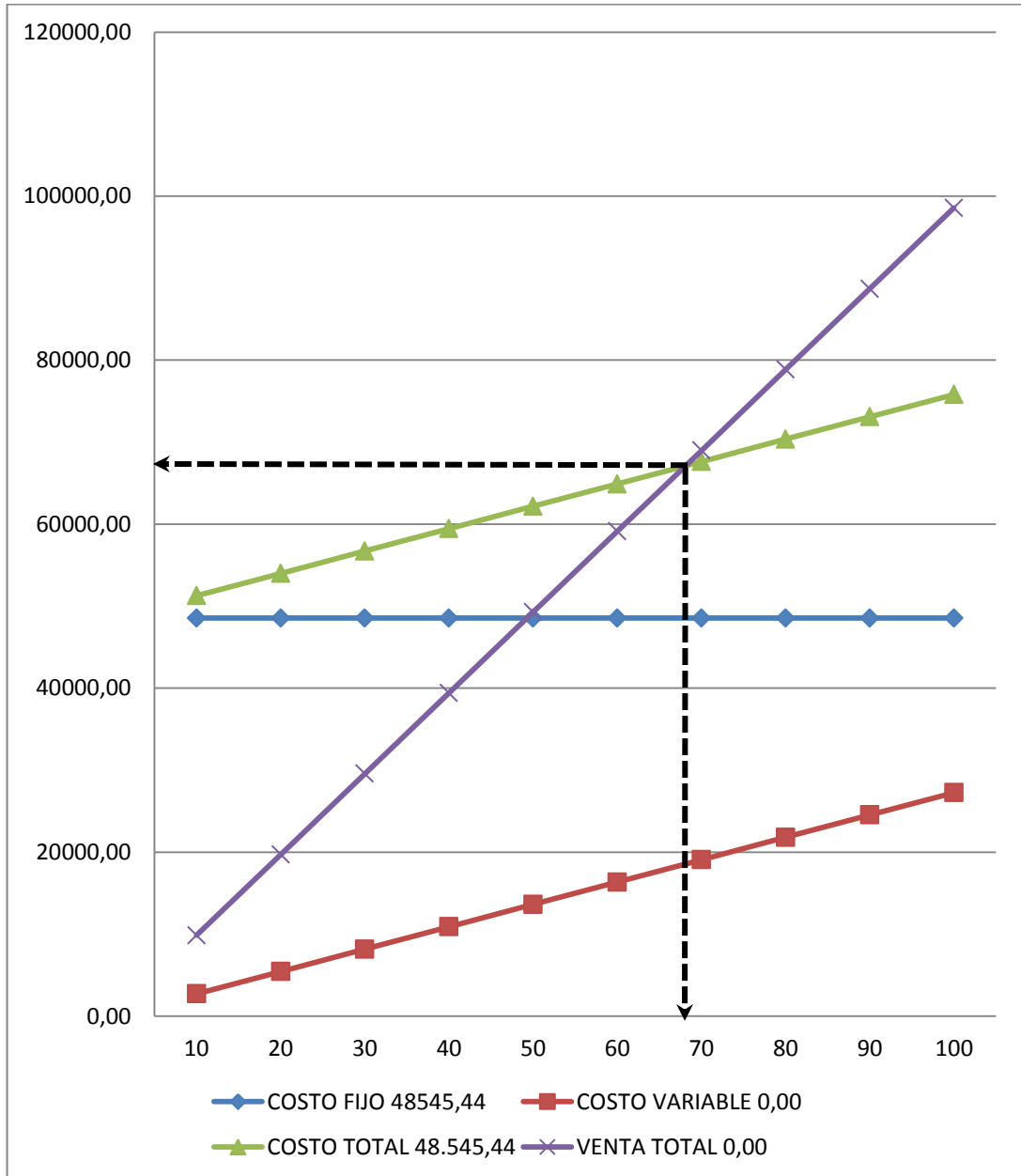
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{48.545,44}{98.559,10 - 27.269,26} * 100 = \mathbf{68,10\%}$$

* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{48.545,44}{1 - \frac{27.269,26}{98.559,10}} = \mathbf{67.114,68}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA

AÑO 1



Fuente: Cuadro 76, 77 y 78
Elaboración: La Autora

AÑO 5

* PE en función de la Capacidad Instalada

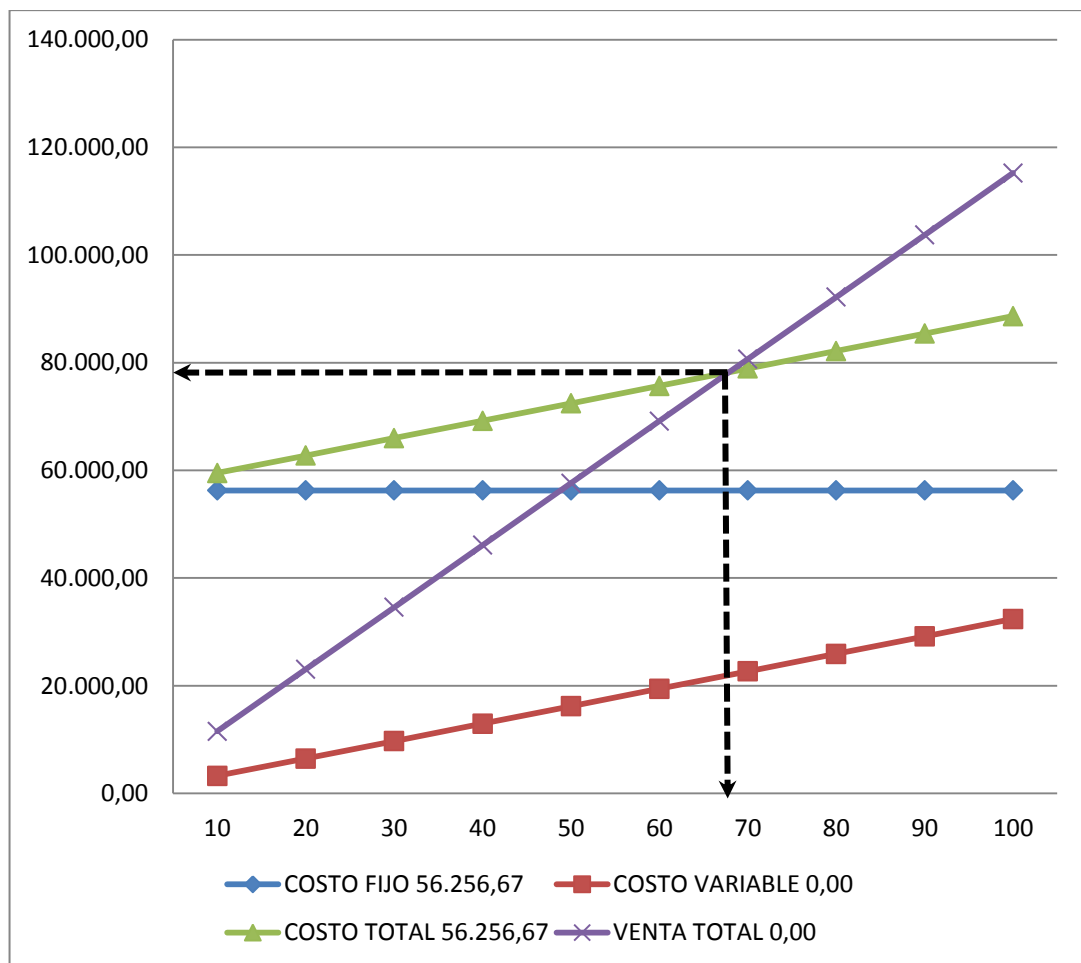
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{56.256,67}{115.227,59 - 32.379,94} * 100 = \mathbf{67,90\%}$$

* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{56.256,67}{1 - \frac{32.379,94}{115.227,59}} = \mathbf{78.243,87}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA

AÑO 5



Fuente: Cuadro 76, 77 y 78

Elaboración: La Autora

AÑO 10

* PE en función de la Capacidad Instalada

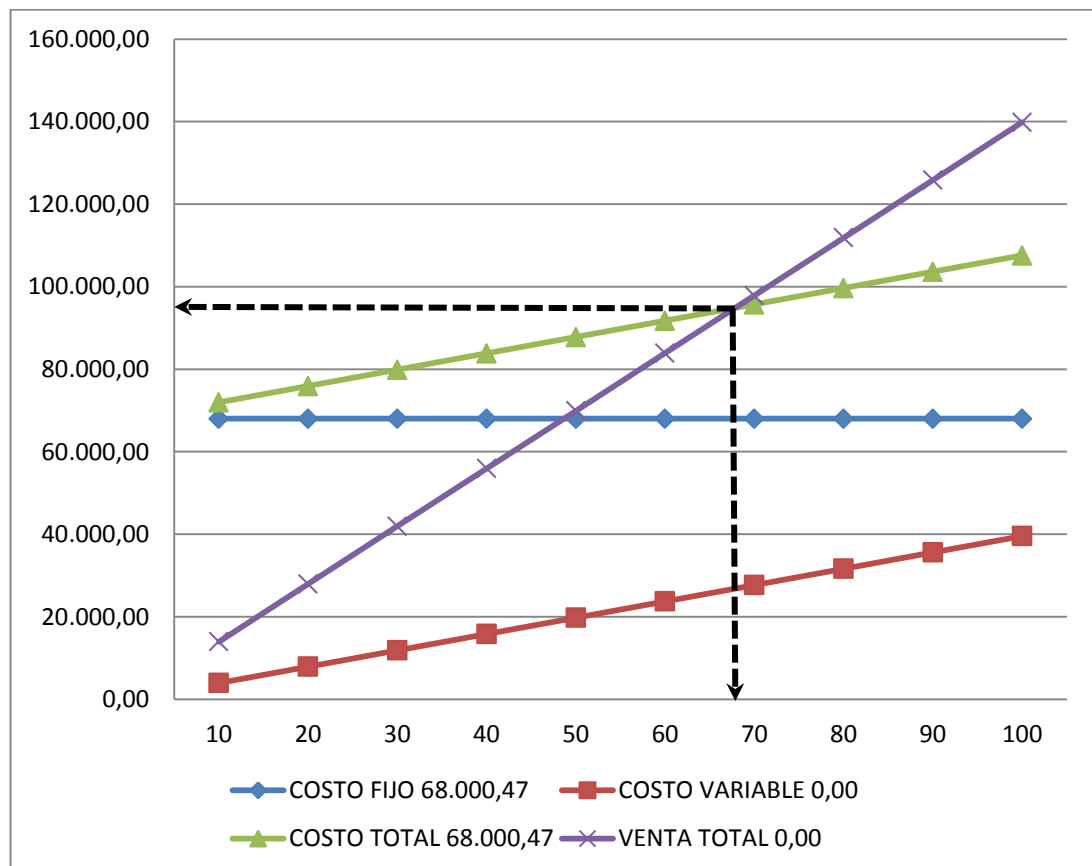
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{68.000,47}{139.837,44 - 39.566,79} * 100 = \mathbf{67,82\%}$$

* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{68.000,47}{1 - \frac{39.566,79}{139.837,44}} = \mathbf{94.833,45}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA

AÑO 10



Fuente: Cuadro 76, 77 y 78

Elaboración: La Autora

EVALUACIÓN FINANCIERA

FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja. Es por ello que a continuación se encuentra demostrado el cuadro de Flujo de Caja, el mismo que compara los ingresos con los egresos.

CUADRO N° 79
FLUJO DE CAJA

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Capital Propio	25.113,27										
Préstamo	30.000,00										
Ventas		98.559,10	102.426,21	106.471,24	110.802,62	115.227,59	119.855,31	124.807,83	129.868,48	135.160,15	139.837,44
Valor Residual		0,00	0,00	885,00	0,00	0,00	995,45	0,00	0,00	1.119,68	1.121,68
TOTAL DE INGRESOS	55.113,27	98.559,10	102.426,21	107.356,24	110.802,62	115.227,59	120.850,75	124.807,83	129.868,48	136.279,83	140.959,12
EGRESOS											
Costos de Producción		37.709,28	39.191,16	40.737,59	42.428,71	44.112,85	45.870,39	47.791,51	49.705,62	51.703,20	53.311,23
Costos Administrativos		32.675,41	34.151,20	35.693,84	37.306,37	38.991,98	40.753,97	42.595,83	44.521,17	46.533,81	48.637,70
Gastos de Ventas		3.150,00	3.281,04	3.417,53	3.559,70	3.707,78	3.862,03	4.022,69	4.190,03	4.364,34	4.364,34
Gastos Financieros		2.280,00	2.166,00	2.052,00	1.938,00	1.824,00	1.710,00	1.596,00	1.482,00	1.368,00	1.254,00
15% Utilidad a Trabajadores		3.411,66	3.545,52	3.685,54	3.835,48	3.988,65	4.148,84	4.320,27	4.495,45	4.678,62	4.840,53
22% Impuestos a la Renta		4.253,20	4.420,08	4.594,64	4.781,56	4.972,51	5.172,22	5.385,94	5.604,32	5.832,68	6.034,52
Reinversion en computadoras		0,00	0,00	0,00	2.986,34	0,00	0,00	3.359,04	0,00	0,00	3.778,25
Amortización Capital		1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
TOTAL DE EGRESOS		83.479,56	86.755,00	90.181,14	96.836,16	97.597,77	101.517,44	109.071,27	109.998,60	114.480,65	122.220,56
Flujo de Ingresos		15.079,54	15.671,21	17.175,10	13.966,46	17.629,82	19.333,31	15.736,56	19.869,88	21.799,18	18.738,56
Deprec Act Fijo		1.599,51	1.599,51	1.599,51	1.673,14	1.673,14	1.673,14	1.755,97	1.755,97	1.755,97	1.849,12
Amortizacion Act diferido		1.811,00	1.811,00	1.811,00	1.811,00	1.811,00	1.811,00	1.811,00	1.811,00	1.811,00	1.811,00
FLUJO NETO DE CAJA		18.490,05	19.081,72	20.585,61	17.450,60	21.113,97	22.817,45	19.303,52	23.436,84	25.366,15	22.398,68

Elaborado por: La Autora

VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto es un criterio de evaluación de proyectos de inversión que tiene por objetivo el volver el valor del dinero a tiempo futuro, consiste en la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

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.

Si el VAN es positivo la inversión es conveniente, si es negativo no es conveniente y si es igual a cero su ejecución es indiferente.

FÓRMULA:

$$FA = 1/(1+i)^n$$

$$VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL$$

Dónde: FA= factor de actualización

i= tasa de rendimiento

n= período de actualización

Cuadro Nº 80
VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	TASA ACTUALIZADA 15,20%	VALOR ACTUALIZADO
1	18490,05	0,8680555556	16050,39
2	19081,72	0,7535204475	14378,47
3	20585,61	0,6540976107	13465,00
4	17450,60	0,5677930648	9908,33
5	21113,97	0,4928759243	10406,57
6	22817,45	0,4278436843	9762,30
7	19303,52	0,3713920871	7169,18
8	23436,84	0,3223889645	7555,78
9	25366,15	0,2798515317	7098,76
10	22398,68	0,2429266768	5441,24
TOTAL			101236,01

Elaborado por: La Autora

SFNA	101236,01
INVERSION	55113,27
VAN = SFNA - INVERSION	
VAN =	46122,74

ANÁLISIS: Como podemos observar el valor de sumatoria de los flujos de todo el período suma \$ 101.236,01 dólares, esto menos la inversión inicial de \$ 55.113,27 dólares, nos da un resultado de VAN positivo de \$ 46.122,74 dólares, por lo que es conveniente aceptar este proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO

Este es otro 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 podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión. Los criterios de decisión son:

- ✓ Si la TIR es mayor que el costo de capital se acepta el proyecto
- ✓ Si la TIR es menor que el costo de capital se rechaza el proyecto
- ✓ Si la TIR es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

**CUADRO Nº 81
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR 33,00%	VAN MENOR	FACTOR 34,00%	VAN MAYOR
1	18.490,05	0,751880	13.902,30	0,746269	13.798,55
2	19.081,72	0,565323	10.787,34	0,556917	10.626,93
3	20.585,61	0,425055	8.750,02	0,415610	8.555,58
4	17.450,60	0,319590	5.577,04	0,310156	5.412,42
5	21.113,97	0,240293	5.073,55	0,231460	4.887,04
6	22.817,45	0,180672	4.122,47	0,172731	3.941,29
7	19.303,52	0,135843	2.622,26	0,128904	2.488,30
8	23.436,84	0,102138	2.393,79	0,096197	2.254,55
9	25.366,15	0,076795	1.948,00	0,071789	1.821,01
10	22.398,68	0,057741	1.293,32	0,053574	1.199,98
SUMAN	96.721,96	V. ACTUALIZADO	56.470,08	V. ACTUALIZADO	54.985,65
		INVERSION	55.113,27		55.113,27
Elaborado por: La Autora			1.356,80		-127,62

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

$$TIR = 24 + 1,00 \left(\frac{1.356,80}{1.356,80 - (-127,62)} \right)$$

$$TIR = 33,91\%$$

ANÁLISIS: Como la TIR (33,91%) es mayor que la tasa del costo de oportunidad (15,20%). El proyecto es conveniente.

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.

**CUADRO N° 82
RELACION BENEFICIO / COSTO**

AÑOS	COSTO	Factor 15%	Costo	INGRESOS	Factor15%	Ingreso
	Original		Actualizado	Original		Actualizado
1	75.814,70	0,869565	65.925,82	98.559,10	0,869565	85.703,57
2	78.789,39	0,756144	59.576,10	102.426,21	0,756144	77.448,93
3	81.900,95	0,657516	53.851,21	106.471,24	0,657516	70.006,57
4	85.232,78	0,571753	48.732,12	110.802,62	0,571753	63.351,76
5	88.636,61	0,497177	44.068,06	115.227,59	0,497177	57.288,48
6	92.196,39	0,432328	39.859,04	119.855,31	0,432328	51.816,76
7	96.006,02	0,375937	36.092,22	124.807,83	0,375937	46.919,89
8	99.898,83	0,326902	32.657,10	129.868,48	0,326902	42.454,24
9	103.969,35	0,284262	29.554,58	135.160,15	0,284262	38.420,95
10	107.567,26	0,247185	26.588,98	139.837,44	0,247185	34.565,68
TOTAL	910.012,28		436.905,24	1.183.015,97		567.976,81

$$RBC = \frac{567.976,81}{436.905,24}$$

$$RBC = 1,30$$

ANÁLISIS: En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1,30) esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 30 centavos de utilidad, indicador que apoya la realización del proyecto.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo de recuperación de capital. Usualmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que la empresa recupere la inversión inicial de capital.

CUADRO Nº 83
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL(PRC)

AÑOS	INVERSION INICIAL	FLUJO NETO	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
0	55.113,27		
1		18.490,05	18.490,05
2		19.081,72	37.571,78
3		20.585,61	58.157,39
4		17.450,60	75.607,99
5		21.113,97	96.721,96
6		22.817,45	119.539,41
7		19.303,52	138.842,93
8		23.436,84	162.279,77
9		25.366,15	187.645,92
10		22.398,68	210.044,61
TOTAL	55.113,27	210.044,61	

$$\text{PRC} = \text{AÑO ANTERIOR A CUBRIR LA INVERSION} + \frac{\text{INVERSION} - \text{SUMA PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO DEL AÑO QUE SUPERA LA INVERSION}}$$

$$\text{PRC} = 2 + \frac{55.113,27 - 37.571,78}{58.157,39}$$

$$\text{PRC} = 2 + 0,30$$

$$\text{PRC} = 2,30$$

Análisis : El capital se recupera en 2 años, 11 meses y 16 días

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 9,98% en los costos y una disminución del 7,68% 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.

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos incrementados y los ingresos disminuidos en un 11,60% y en un 8,94%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices, por lo que el proyecto es conveniente.

CUADRO Nº 84

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL 11,60% DE INCREMENTO DE LOS COSTOS

AÑOS	COSTOS TOTAL ORIGINAL	INGRESOS TOTALES ORIGINAL	COSTO ORIGINAL 11,60%	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 25,00%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 26,00%	VALOR ACTUAL
0								
1	75814,70	98559,10	84609,20	13949,90	0,8000000000	11159,92	0,7936507937	11071,35
2	78789,39	102426,21	87928,96	14497,25	0,6400000000	9278,24	0,6298815823	9131,55
3	81900,95	106471,24	91401,47	15069,78	0,5120000000	7715,73	0,4999060177	7533,47
4	85232,78	110802,62	95119,79	15682,83	0,4096000000	6423,69	0,3967508077	6222,18
5	88636,61	115227,59	98918,46	16309,14	0,3276800000	5344,18	0,3148815934	5135,45
6	92196,39	119855,31	102891,17	16964,14	0,2621440000	4447,05	0,2499060265	4239,44
7	96006,02	124807,83	107142,72	17665,11	0,2097152000	3704,64	0,1983381163	3503,66
8	99898,83	129868,48	111487,09	18381,38	0,1677721600	3083,88	0,1574112034	2893,44
9	103969,35	135160,15	116029,79	19130,36	0,1342177280	2567,63	0,1249295265	2389,95
10	107567,26	139837,44	120045,06	19792,38	0,1073741824	2125,19	0,0991504179	1962,42
TOTAL						55850,15		54082,91
						55113,27		55113,27
						736,88		-1030,37

$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 25,00 + 1,00 \left(\frac{736,88}{1767,24} \right) = \mathbf{25,42 \%}$
--

Diferencias TIR = TIR Proyecto - Nueva TIR = 33,91% - 25,42% = 8,50%

Porcentaje de variación = Diferencia TIR / TIR proyecto = 8,50% / 33,91% = 25,05%

Sensibilidad = Porcentaje de variación / Nueva TIR = 25,05% / 25,42% = 0,99

CUADRO N° 85
ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL 8,94% DE DISMINUCION EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTOS TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL 8,94%	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 25,00%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 26,00%	VALOR ACTUAL
0								
1	75814,70	98559,10	89747,92	13933,22	0,8000000000	11146,58	0,7936507937	11058,11
2	78789,39	102426,21	93269,31	14479,91	0,6400000000	9267,15	0,6298815823	9120,63
3	81900,95	106471,24	96952,71	15051,76	0,5120000000	7706,50	0,4999060177	7524,46
4	85232,78	110802,62	100896,86	15664,08	0,4096000000	6416,01	0,3967508077	6214,74
5	88636,61	115227,59	104926,25	16289,64	0,3276800000	5337,79	0,3148815934	5129,31
6	92196,39	119855,31	109140,24	16943,85	0,2621440000	4441,73	0,2499060265	4234,37
7	96006,02	124807,83	113650,01	17643,99	0,2097152000	3700,21	0,1983381163	3499,48
8	99898,83	129868,48	118258,24	18359,41	0,1677721600	3080,20	0,1574112034	2889,98
9	103969,35	135160,15	123076,83	19107,49	0,1342177280	2564,56	0,1249295265	2387,09
10	107567,26	139837,44	127335,97	19768,71	0,1073741824	2122,65	0,0991504179	1960,08
TOTAL						55783,37		54018,24
						55113,27		55113,27
						670,10		-1095,03

$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 25,00 + 1,00 \left(\frac{670,1}{1765,13} \right) = 25,38 \%$
--

Diferencias TIR = TIR Proyecto - Nueva TIR = 33,91% - 25,38% = 8,53%

Porcentaje de variación = Diferencia TIR / TIR proyecto = 8,53% / 33,91% = 25,16%

Sensibilidad = Porcentaje de variación / Nueva TIR = 25,16% / 25,38% = 0,99

h) CONCLUSIONES

Después de haber realizado el estudio de mercado, el estudio técnico y administrativo, el estudio financiero y evaluación financiera de este trabajo investigativo se pudo concluir lo siguiente:

- En la ciudad de Loja existe una gran demanda de tapizados para vehículos livianos, ya que al haber realizado el estudio de mercado se pudo determinar que la demanda supera a la oferta, demostrándonos que existe una demanda insatisfecha.
- En el estudio técnico se pudo observar que aunque la empresa trabaje al cien por ciento de su capacidad instalada no podrá cubrir, la demanda insatisfecha existente en el mercado.
- En cuanto al estudio administrativo la empresa será debidamente constituida; los empleados realizarán sus funciones de acuerdo a su manual el mismo que está establecido en este estudio.
- Mediante el estudio económico financiero se pudo concluir que si esta nueva empresa ofrece a los demandantes los productos elaborados bajo las normas de higiene y calidad, es rentable, cabe indicar además que el precio del producto va a ser muy competitivo ya que no existe otra empresa en la localidad que ofrezca el mismo producto.
- Al realizar la evaluación económica financiera, con los resultados obtenidos al aplicar el VAN (Valor Actual Neto) de 46.122,74 dólares, el TIR (Tasa Interna de Retorno) de 33,91%, la Relación Beneficio Costo

de 1,30 que determina que por cada dólar invertido se obtendrá 30 centavos de ganancia, el Período de Recuperación de Capital se lo realizará en 2 años 11 meses y 16 días y en el Análisis de Sensibilidad se determina que la empresa aguantará un incremento en los costos del 11,60% y una disminución de los ingresos del 8,94%, se pudo determinar que todos los resultados son positivos y favorables para realizar este proyecto, concluyendo que es cien por ciento factible.

i) RECOMENDACIONES

Luego de elaborar el presente proyecto se puede recomendar lo siguiente:

- El presente proyecto, está encaminado a la inversión privada dado que existe beneficios económicos y sociales para el adelanto del sector en el ámbito empresarial.
- Mediante la factibilidad: financiera, económica y técnica del presente proyecto, permite la ejecución del mismo brindando de esta manera la creación de fuentes de trabajo.
- Se debe realizar una buena campaña publicitaria con el fin de dar a conocer el producto que ofrece la empresa y obtener aceptación en el mercado local.
- Al poner en marcha este proyecto, es importante contratar mano de obra del lugar, con el fin de ayudar al progreso de la ciudad y reducir en parte el problema del desempleo.
- Para este tipo de proyecto es necesario ofrecer al cliente productos de calidad con la finalidad de poseer liderazgo en el mercado.
- Se hace necesario que para los proyectos de factibilidad que se realizan, sean tomados en cuenta para su ejecución, logrando así beneficios para los inversionistas y la sociedad.

j) BIBLIOGRAFÍA

1. Producción automotriz ecuatoriana: Informe económico 2000
2. BACA; Urbina Gabriel.2010. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill. 4ta Edición pág.7 a 15
3. PEUMANS, Herman. Valoración de Proyectos de Inversión. Ediciones Deusto Bilbao pág. 12 a 20
4. SANIN, Ángel Héctor. Guía Metodológica General para la Formulación y Evaluación de Proyectos pág. 30 a 36
5. Libro “Introducción a la Administración de Organizaciones”. de Rafael de Zuani Elio. Editorial Maktub. 2003 pág. 23 a 30.
6. Libro “Planeación Y Organización De Empresas”, de Guillermo Gómez Ceja, Mc Graw Hill, México. 1994 pág. 10 a 17
7. Contabilidad 1 Gonzalo Vizueta Maruri, Edición 1991 pág. 55 a 70
8. Libro “Contabilidad de Costos” Tomo 1, WB Lawrence, Editorial Hispano América, México 2011 pág. 1 a 7.
9. BACKER Jacobsen & Ramírez Padilla. CONTABILIDAD DE COSTOS UN ENFOQUE ADMINISTRATIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES. Edición 2º. Editorial Mc Graw-Hill pág. 51 a 70
10. KETELHHN, Werner; MARIN José Nicolás, MONTIEL Eduardo Luís,

2009, Inversiones (Análisis de Inversiones Estratégicas), Editorial Norma pág. 19 a 27.

11.SAPAG, Nassir y SAPAG, Reinaldo, 1988, Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos, Ediciones McGraw-Hill pág.6

12.VILLAREAL, Arturo, 2009, Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión, Editorial Norma pág. 10 a 34

k) ANEXOS



Anexo 1
MODELO DE ENCUESTA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA (MED)
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta a potenciales usuarios

Estimado amigo/a con el compromiso de cumplir con los requerimientos académicos para la elaboración de la tesis de grado de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja que tiene como tema: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TAPICES DE VEHICULOS LIVIANOS Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE LOJA”**, estoy interesado en el desarrollo de una investigación para lo cual, preciso de su información veraz y confiable. El proceso se llevara sin ocuparle demasiado de su tiempo.

DATOS GENERALES:

Edad del encuestado:.....

SEXO:

MASCULINO	<input type="checkbox"/>	FEMENINO	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	----------	--------------------------

Usted trabaja?, Marque con una X una sola opción

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

¿Cuáles son sus ingresos promedio en dólares?; Marque con una X una sola opción

\$0 – \$300	<input type="checkbox"/>	\$301 – \$600	<input type="checkbox"/>
\$601 - \$900	<input type="checkbox"/>	\$901 - \$1200	<input type="checkbox"/>
\$1201 - \$1500	<input type="checkbox"/>	Más de \$1500	<input type="checkbox"/>

DATOS ESPECÍFICOS

1. ¿Usted posee algún tipo de vehículo?

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

2. ¿Qué clase de vehículo posee usted?

- Liviano ()
Mediano ()
Pesado () Otros () Cual:.....

Si su repuesta fue livianos tipo: autos, camionetas y vehículo tipo Jeep, dígnese en seguir contestando las siguientes preguntas

3. ¿Si su respuesta anterior fue vehículos liviano. Ha realizado el cambio del tapiz de su vehículo?

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

4. Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿Cada que tiempo ha realizado el cambio de tapizado de su vehículo?

- Cada año () Cada dos años ()
 Cada tres años () Otros ()
 Que tiempo:.....

5. ¿Cuál es el precio que usted pagó por el cambio de tapizado de su vehículo?

\$100 – \$120		\$121 – \$140	
\$141 - \$150		\$151 - \$160	
\$161 - \$170		Más de \$170	

6. ¿Cuál es el grado de satisfacción que usted tiene por el establecimiento que acude actualmente?

- INSATISFECHO ()
 TOTALMENTE INSATISFECHO ()
 NO ME CONVENCE ()
 SATISFECHO ()
 TOTALMENTE SATISFECHO ()
 DEBE MEJORAR ()
 INDIFERENTE ()
 NO SABE QUE RESPONDER ()
 OTRO ()

7. ¿Está conforme con los servicios de cambio de tapizado que le ofertan las empresas de la localidad?

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

Por qué.....

8. ¿Que toma en cuenta Ud. Antes de ir a un taller de tapizado vehicular? Marque las alternativas que usted crea conveniente

- Precio () Servicio ()
 Calidad () Otros () Cuáles.....

9. ¿Si en la ciudad de Loja se implementaría una empresa productora de tapices de vehículos livianos, estaría dispuesto a hacer uso de este servicio?

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

10. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el tapizado de su vehículo?

\$100 – \$120		\$121 – \$140	
\$141 - \$150		\$151 - \$160	
\$161 - \$170		Más de \$170	

11. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría que le informaran de la empresa productora de tapices de vehículos livianos?

- Televisión ()
- Radio ()
- Prensa ()
- Otros () Cual:.....

12. ¿Cuáles de las siguientes promociones le gustaría recibir cuando utilice la empresa productora de tapices de vehículos livianos?

- Sorteos mensuales ()
- Descuentos personales ()
- Servicio gratis ()
- Otros () Cuales:
.....

13. ¿Tiene alguna sugerencia para la nueva empresa?

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 2

FICHA RESUMEN DEL PROYECTO

TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TAPICES DE VEHÍCULOS LIVIANOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”

PROBLEMÁTICA

En este país existe una serie de ciudades y provincias pequeñas, y entre ellas se encuentra la provincia de Loja que desde hace mucho tiempo ha sido víctima de la marginación de los gobiernos a sabiendas de que es una de las más lejanas y difíciles de acceder, lo que ha contribuido para que haya ausencia de fuentes de desarrollo productivo y su estándar de vida esté por debajo del nivel normal.

En Loja la falta de empleo, comercio, industria y por su situación geográfica dentro del país han hecho que nuestra ciudad se quede un poco relegada del desarrollo económico del Ecuador, sin embargo hemos visto a diario como grandes cadenas de supermercados o electrodomésticos o empresas de servicios se han ubicado y ganando adeptos en la urbe, y muchas veces han logrado que los consumidores prefieran empresas que no son lojanas.

Es por ello, que producto de este insipiente desarrollo empresarial y productivo ha convertido a nuestra sociedad en consumista de todo tipo de

productos elaborados en otras provincias y luego comercializados en nuestra localidad.

En calidad de estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, sentimos el deber de contribuir con el desarrollo empresarial y productivo de nuestra sociedad, de esta manera se ha podido evidenciar que el sector económico industrial en esta localidad ofrece muchas oportunidades de emprendimiento en nuevos negocios productivos

Con estos antecedentes, considero atractiva la idea de emprender en un proyecto de inversión para producción de tapices para vehículos livianos, ya que en nuestra localidad no existe una empresa que se dedique a esta producción, conociendo exclusivamente que las que fabrican este tipo de productos son tapicerías, pero esta tapizan todo el carro en cambio esta los ara como forros de tapiz para los vehículos, lo que motiva a aplicar los conocimientos adquiridos para llevar a efecto la constitución de una empresa que pueda cumplir a cabalidad con todas las especificaciones que este tipo de producto exige para su consumo, aprovechando que la propietaria tiene la buena disposición de colaborar con la información necesaria para llevar a cabo este objetivo.

Por ello creemos que se puede realizar un “Proyecto para determinar la factibilidad para la producción y comercialización de tapices de vehículos livianos para la ciudad de Loja”. Que ofrezca productos o costos accesibles a la ciudadanía. Y que estén diseñados acordes a la demanda y necesidad de los potenciales usuarios, respetando el entorno del sector. Ofertando un producto de calidad y con un precio accesible al mercado.

Por lo expuesto anteriormente el problema se define de la siguiente manera: La inadecuada producción de tapices para para vehículos livianos, no ha permitido la demanda insatisfecha existente en el mercado.

OBJETIVOS

General:

Determinar la factibilidad para la implementación de una empresa productora de tapices de vehículos livianos y su comercialización en la ciudad de Loja de la provincia de Loja.

Específicos:

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda insatisfecha del producto.
- Realizar un estudio técnico del tamaño, localización y distribución de la planta para el funcionamiento del proyecto en estudio.
- Realizar un Estudio Económico Financiero, que permita determinar la inversión del proyecto y los presupuestos.
- Realizar la evaluación económica, aplicando los indicadores de evaluación Valor Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (PBC), Período de Recuperación de Capital (PCR) y el Análisis de Sensibilidad
- Realizar la evaluación financiera de la empresa, para determinar la factibilidad o no del proyecto.

METODOLOGÍA

MÉTODOS.

Método Científico.- El método científico, es un método de investigación usado principalmente en la producción de conocimiento en las ciencias. Para ser llamado científico, un método de investigación debe basarse en lo empírico y en la medición, sujeto a los principios específicos de las pruebas de razonamiento, se refiere al conjunto de pasos necesarios para obtener conocimientos válidos (científicos) mediante instrumentos confiables. Este método intenta proteger al investigador de la subjetividad, en la presente se obtendrá los conocimientos necesarios para producir tapices para vehículos.

Método Deductivo.- El proceso que sigue este método es sintético-analítico, que se basa en la presentación de conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales, de las cuales se extrae conclusiones. Se utilizó este método en el muestreo estadístico, en el que para obtener datos se aplicaron encuestas a una muestra representativa del universo, determinándose hechos importantes en el fenómeno investigado.

En la investigación se investigará primeramente temas generales relacionados con la Elaboración de proyectos, llegándose a obtener resultados particulares de cada caso como del estudio de mercado, del estudio técnico, estudio financiero, evaluación de proyectos, etc. Para la empresa de producción de tapices para vehículos.

Método Inductivo.- El cual parte de lo particular para llegar a lo general, es así que mediante el estudio de las diversas partes que comprenden una evaluación del proyecto se llegará a obtener la conclusión general como es la factibilidad del proyecto.

Método Estadístico.- El método estadístico consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad de una o varias consecuencias verticales deducidas de los objetivos general y específicos de la investigación.

La utilización de todos estos métodos permitirá llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tendrá que seguir los pasos de aplicación comprensión y demostración del mismo.

Método Analítico-Sintético.- Proceso mediante el cual se descompone un todo en sus partes, diferenciando lo esencial de lo secundario dentro de un todo complejo y luego la composición o integración de todos los elementos surgiendo así algo nuevo y distinto. Método que será aplicado en la Evaluación del proyecto donde se estudiará separadamente cada parte que comprende un estudio de factibilidad para luego unirlas y obtener la determinación de la aceptación de la producción y comercialización de un producto en el mercado de la ciudad de Loja.

La utilización de todos estos métodos permitirá llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tendrá que seguir los pasos de aplicación comprensión y demostración del mismo.

TÉCNICAS

Para el proceso de recopilación, análisis y procesamiento de los datos se utilizarán técnicas como:

Observación Directa: Que permitirá determinar los aspectos técnicos relacionados con el producto, como es la ingeniería del proyecto, su localización, proceso productivo; también será utilizada para obtener aspectos relacionados con la competencia, la comercialización, distribución, publicidad, presentación, que tendrá este tipo de producto en el mercado.

Encuesta: Estas serán aplicadas a los posibles clientes que tendrá la empresa, permitiendo así determinar la demanda del producto.

Las encuestas serán aplicadas en las personas que poseen vehículos ya que ellas son las que compran tapices para sus vehículos.

Población y Muestra.- Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de los consumidores en el mercado local, se utilizará 35.120 vehículos matriculados en el año 2014 información suministrada por el Consejo Nacional de Tránsito, proyectado para 2015 con una tasa de crecimiento del 2.12% se obtiene:

Para determinar la tasa de crecimiento se obtiene mediante los datos históricos esto es del año 2013 28.112 vehículos matriculados, año 2014 35.120 vehículos.

$$i = 2013/2014$$

$$i = 31.205 / 35.120$$

$$i = 0,89\%$$

$$\text{Fórmula: } Df = Db (1 + i)^n$$

EN DONDE: Df = población futura

Db = población actual

i = Taza de crecimiento

$$= 35.120(1+0.0089)^1$$

$$= 35.433.$$

Tamaño de la Muestra.- Para el cálculo del tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

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

n = Muestra

N = Población de estudio

e = margen de error

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{35.433}{1+35.433 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{35.433}{89,5825}$$

$$n = 395,5$$

n = 396 total de encuestas aplicar

INDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORA.....	vi
a) TÍTULO.....	1
b) RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	4
c) INTRODUCCIÓN.....	6
d) REVISIÓN DE LITERATURA.....	9
e) MATERIALES Y MÉTODOS.....	31
f) RESULTADOS.....	35
g) DISCUSIÓN.....	54
h) CONCLUSIONES.....	138
i) RECOMENDACIONES.....	140
j) BIBLIOGRAFIA.....	141
k) ANEXOS.....	143
ÍNDICE.....	153