



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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE BOLSOS DE NAYLON EN
EL CANTÓN PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA
CHINCHIPE”**

Tesis previa a la obtención
del Título de Ingeniera
Comercial.

AUTORA:

NORMA PIEDAD ABAD AVILA

DIRECTOR:

ING. EDISON VINICIO ESPINOSA BAILÓN

Loja – Ecuador

2014

CERTIFICACIÓN

Ing. Edison Vinicio Espinosa Bailón

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación titulado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOLSOS DE NAYLON EN EL CANTÓN PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE**”, realizado por la señora Norma Piedad Abad Avila, ha sido dirigido y supervisado por mi persona en calidad de Director de Tesis; certificando que cumple con la reglamentación sobre el sistema de graduación vigente en la Universidad Nacional de Loja.

Loja, septiembre del 2014



Ing. Edison Vinicio Espinosa Bailón

DIRECTOR DE TESIS

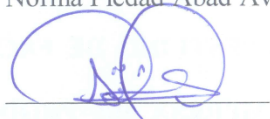
AUTORÍA

Yo, Norma Piedad Abad Ávila, 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: Norma Piedad Abad Avila

Firma:



Cédula: 1900386853

Fecha: Loja, septiembre del 2014

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

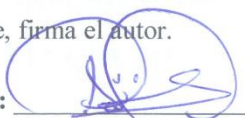
Yo, Norma Piedad Abad Ávila, declaro ser autor de la Tesis Titulada “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOLSOS DE NAYLON EN EL CANTÓN PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”. Como requisito para optar al título de **Ingeniera Comercial**; 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 su 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.

L Universidad Nacional de Lojano se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja a los 01 de Septiembre del dos mil catorce, firma el autor.

Firma:



Autor: Norma Piedad Abad Avila

Cédula: 1900386853

Dirección: Zamora Chinchipe, Paquisha, barrio Nuevo Quito, Av. Chinapintza

Correo Electrónico: abadavilanorma@hotmail.com

Teléfono: 0991047871

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Edison Vinicio Espinosa Bailón

Tribunal de Grado:

Ing. Lolyta Hualpa Lima, Mgs.	PRESIDENTA
Ing. Galo Salcedo López, Mgs.	INTEGRANTE
Dr. Luis Quizhpe Salinas, MAE.	INTEGRANTE

DEDICATORIA

Llena de fe, humildad y sencillez quiero dedicar el presente Trabajo de Investigación, fruto de largos días de dedicación y perseverancia:

A Dios por haberme dado salud, fortaleza y valor para lograr mi tan anhelado sueño, ser una profesional; a mi familia, a mis padres y hermanos(as) por haberme apoyado moral y materialmente para culminar mis estudios; y de manera especial a mis hijos que son mi motivo de superación ya que llenan de alegría y regocijo cada momento de mi vida.

Norma Abad

AGRADECIMIENTO

El esfuerzo de un ser humano y el sacrificio que involucra ir alcanzando uno a uno los peldaños de la escalera de la vida, es solamente posible con la ayuda y el apoyo incondicional de un grupo humano selecto, y el amparo constante de un ser divino.

Es por ello que quiero dejar constancia de mi profundo agradecimiento a Dios, por haberme dado la vida y por bendecirme haciendo posible que alcance mi tan anhelado sueño de convertirme en una Profesional.

A mis padres, por haberme guiado y enseñado el camino de la vida ya que a ellos les debo todo lo que soy, y a mis hermanos por el apoyo incondicional que me brindaron en cada una de mis metas trazadas.

A mis amigos y más familiares que siempre me apoyaron de una u otra manera en toda mi vida universitaria.

A la Universidad Nacional de Loja, por abrirme las puertas hacia el camino de saber, a sus autoridades y cuerpo docente quienes con sus conocimientos y enseñanzas me inculcaron valores morales, éticos y profesionales que serán el pilar fundamental durante toda mi vida.

De manera especial mi profundo agradecimiento al Ing. Edison Vinicio Espinosa Bailón, mi director de Tesis; quien con sus sabios conocimientos supo guiarme y asesorarme durante el desarrollo del presente trabajo, para convertirme así en una profesional exitosa.

Norma Abad

a. TÍTULO

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOLSOS DE NAYLON EN EL CANTÓN PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE"

b. RESUMEN

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Paquisha, provincia de Zamora Chinchipe, teniendo como objetivo la presentación de una propuesta de factibilidad para la producción y comercialización de bolsos de Nylon para mujeres; por ser un accesorio adicional en la vestimenta y elegancia de todas las mujeres y su desarrollo ha requerido de mucho esfuerzo, dedicación, apoyo y asesoramiento de personas artesanas dedicadas al oficio de tejidos a crochet, así como de un estudio adecuado de cada una de sus fases, mediante el cual se pudo determinar que el proyecto es factible para su ejecución.

Para la ejecución del proyecto se tomó como base algunos métodos y técnicas de investigación que permitieron identificar la población de estudio, que en este caso son 1192 mujeres del cantón Paquisha.

Con el estudio de mercado se pudo determinar el mercado objetivo o demanda efectiva que es de 1755 bolsos al año, con una oferta de 180 bolsos anuales.

Mediante el estudio técnico se pudo establecer la capacidad instalada que es de 1440 bolsos anuales, en tanto que la capacidad utilizada es de 1368 bolsos al año, que representa el 95% del total.

Con el desarrollo del estudio técnico se pudo definir el lugar y tamaño más idóneo para la empresa a fin de garantizar su óptimo rendimiento, proporcionando un ambiente de trabajo favorecedor para todos quienes laboren en la planta productiva, obteniendo buenos resultados productivos. La nueva empresa en el primer año trabajará con el 95% de su capacidad instalada y producirá 1368 unidades.

En lo referente a la localización la empresa se ubicará en la cabecera cantonal de Paquisha, provincia de Zamora Chinchipe, esto debido a que cuenta con el mayor número de servicios requeridos para su implantación.

El estudio organizacional garantizará que la empresa cuente con una adecuada estructura, y organización en cada una de las áreas, y con una oportuna definición de niveles jerárquicos, y que cuenten con un manual de funciones bien definido que sirva

de guía para que cada integrante conozca con exactitud el puesto a desempeñar y las responsabilidades que este conlleva.

Mediante el estudio financiero se pudo conocer la inversión total que requiere el proyecto para su ejecución, asciende a un monto de **29254.76**, del cual el 85.78% corresponde a activos fijos, el 6.42% a activos diferidos y el 7.80% al capital de trabajo u operación. Para determinar la evaluación del proyecto se utilizaron indicadores como: el Flujo de Caja es de **14861.67** dólares, el Valor Actual Neto (VAN) es de **2376.21** y la **TIR** del proyecto es de **15.19%** siendo conveniente ejecutar el proyecto. Mediante el análisis de sensibilidad se pudo determinar que el proyecto soporta un 7% del incremento en los costos y el 21% de disminución de sus ingresos.

También se pudo definir importantes conclusiones originadas de este estudio básico, y de esta manera se emitió las respectivas recomendaciones, las mismas que proporcionarían muchos beneficios al ponerlas en práctica, y por último se hace referencia de la bibliografía utilizada en el proceso de la investigación, se anexan los instrumentos utilizados en el proceso. Finalmente se esquematiza el índice que permite una rápida visión del contenido del presente Trabajo.

ABSTRACT

This research was conducted in the city of Paquisha province of Zamora Chinchipe, aiming at presenting a feasibility proposal for the production and marketing of women's handbags Nylon; being an additional accessory in dress and style for all women and their development has required a lot of effort, dedication, support and advice of people dedicated to handmade crocheted craft, as well as a proper study of each of its phases through which he could hear and determine positive factors.

For the implementation of the project was based on some methods and research techniques that helped identify the study population, which in this case are 1192 women Paquisha Canton .

With the market study was to determine the objective or effective demand is 1755 bags per year, with an offer of 180 bags annual market.

Through technical study could establish the installed capacity is 1440 bags per year, while capacity utilization is 1368 bags per year, which represents 95 % of the total.

With the development of the technical study was to define the most suitable place for the company to ensure its optimum performance size, providing a work environment flattering for all who will labor in the production plant, obtaining good productive results. The new company will work on 1 year with 95 % of its installed capacity and will produce 1368 units.

Regarding the location the company will be located in the regional town of Paquisha province of Zamora Chinchipe, because it has the largest number of services required for implementation.

The organizational study will ensure that the company has an appropriate structure and organization in each of the areas, and with a proper definition of hierarchical levels, and who have a well-defined function manual to guide each member to know accurately the position to play and responsibilities that this entails.

Through financial study could know the total investment required for the project implementation, amounts to a total of 29254.76, of which 85.78 % are fixed assets, deferred assets 6.42 % to 7.80 % and working capital or operation. Cash Flow is 14861.67, the Net Present Value (NPV) is 2376.21 and the project TIR is 15.19 % being convenient to run the project: To determine the project evaluation were used as indicators. By sensitivity analysis can determine that the project supports a 7 % increase in costs and 21 % decrease in their income.

Could also be caused define important basic conclusions of this study, and thus the respective recommendations , the same that would provide many benefits when put into practice, and finally issued referring to the literature used in the research process , instruments used in the process are appended . Finally the index that allows a quick overview of the contents of this work is outlined.

c. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de Tesis tiene la finalidad de analizar las posibilidades para implementar una microempresa de producción y comercialización de bolsos de Nylon en el cantón Paquisha, un accesorio complementario en la vestimenta de la mujer, ofreciendo un estudio real para la inversión.

En la actualidad el cantón Paquisha, no cuenta con empresas ni fábricas que elaboren este tipo de producto, lo cual la ha vuelto un cantón de consumo ya que los productos que en la actualidad se ofrecen al mercado son importados desde otros cantones y provincias.

En este sentido se la planteado un estudio de factibilidad relacionado con la elaboración de bolsos de nylon, que son bolsos tejidos manualmente con hilo de nylon y a crochet. Además el proyecto se destaca por entregar productos de calidad y una excelente presentación como son los bolsos de nylon aprovechando los recursos locales, y esperando crear una empresa que entregue un buen producto, beneficiando al sector artesanal con la creación de empleo, a los consumidores así como utilidad a los inversionistas.

La gran mayoría de los artesanos, como los del Ecuador, son “pequeños artesanos”, o sea que producen sus propios productos a mano casi exclusivamente para la ventas locales, asimismo, el aislamiento de las culturas, la fuerte inestabilidad del precio, así como la multiplicación de los problemas de registro, llevaron al artesano en una situación de gran vulnerabilidad; es decir, no se ha utilizado las modernas técnicas de producción, administración y comercialización, realizando primeramente un estudio de factibilidad antes de emprender su negocio, lo que ha ocasionado una situación de caos por la vertiginosa caída de sus ventas.

El presente estudio tiene por objetivos principales:

- ✓ Realizar un estudio de mercado que permita identificar los productos, la oferta, la demanda, la calidad, para determinar los precios actuales de los bolsos de Nylon.

- ✓ Elaborar un estudio técnico que permita conocer el tamaño del proyecto, localización, maquinarias y proceso productivo.
- ✓ Establecer un estudio de organización administrativa, que determine la estructura y funcionamiento de la microempresa.
- ✓ Plantear un estudio financiero que permita conocer el monto de la inversión, ingresos y costos operacionales.
- ✓ Proyectar la evaluación económica que permita conocer el grado de aceptación de comercialización por su tasa interna de retorno TIR y el valor actual neto VAN, para el producto objeto de estudio.

El contenido del presente trabajo está estructurado de la siguiente manera: el **Título** que se describe el tema de desarrollo de la Tesis; **Resumen en Castellano** en el cual se refiere a una síntesis de las partes más importantes del proyecto; seguido de la **Introducción**, donde se presenta la importancia del tema, el aporte a la empresa y la estructura del trabajo; la **Revisión de Literatura**, contiene todos los fundamentos teóricos más relevante sobre al Estudio de Factibilidad en la producción de bolsos de Nylon; los **Materiales y Métodos** donde se describen los métodos y técnicas utilizados para el desarrollo del presente trabajo; **los Resultados**, que es la parte más importante del trabajo; aquí se partirá con la entrevista al estudio de factibilidad en el cual se presenta la aplicación de la información obtenida; **la Discusión**, que está conformada de un breve diagnóstico de la situación del estudio del producto a producirse; posteriormente presentamos las **Conclusiones y Recomendaciones** obtenidas del presente trabajo, las cuales coadyuvan al mejoramiento de la estabilidad económica y sociedad en general y en toma de decisiones por parte del gerente propietario.

Adicionalmente se presenta la **Bibliografía** en donde se detallan los libros, y páginas web y otros utilizados en la investigación; que sirvieron de referencia; y, como parte final del trabajo se presentan los **Anexos**.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

BOLSOS

El bolso es un accesorio básico en el guardarropa, que además revela mucho de la persona, la personalidad, del nivel de confianza y de la actitud, de acuerdo a su forma, color y textura.¹

Bolsos de Mano

Es el más frecuente. Refiere al que tiene asas y se usa de forma habitual para llevar objetos de uso frecuente.²

Bolsos de Naylon

El bolso de Naylon, es un accesorio femenino elaborado a base de Hilo de Naylon o más conocido en su país de procedencia (Perú) como Colita de Rata; elaborado artesanalmente con ganchillo o croché.

Es un material completamente sintético, hasta casi se podría decir que es plástico. Es propio para la elaboración de carteras, bolsos, billeteras; pues siempre quedan muy duritas y bien formadas. Además de esto, también es un material artesanal, dándole a nuestro producto un toque de autenticidad. Una de las ventajas de este material es que se al aplicarle fuego se derrite. Así se oculta más fácil los pedacitos que quedan al final e inicio de cada tejido.

Como este material es grueso, debemos usar siempre un crochet grueso y que sea cómodo para tejer, eso evitará que los tejidos salgan mal formados.

Después de terminar la cartera, siempre se debe de forrar con tela, esto hará que se cuide el interior de la misma, para que no se enganche con nada y tenga una mayor durabilidad.

¹ <http://www.esmas.com/mujer/belleza/aparador/344114.html>

² <http://www.carrefour.es/clubcarrefour/especiales/moda/bolso.html>

Gráfico N° 1**Ganchillo o Croché**

Es una aguja corta y específica que se utiliza en la técnica para tejer labores con hilo o lana; «el ganchillo» o «aguja de croché» puede ser de metal, plástico o madera.

Gráfico N° 2

También se denomina ganchillo a los tejidos realizados mediante esta técnica, los cuales pueden ser desde colchas, puntillas, zapatillas, bolsos, centros de mesa, prendas de vestir, etc.

PUNTOS Y SÍMBOLOS DE CROCHET**Puntos Básicos de Crochet**

Todos los puntos de crochet se realizan a partir de tres movimientos básicos combinados de diferentes maneras: cantidad y combinación de lazadas en la aguja, en dónde se inserta la aguja y por cuántos puntos en la aguja se pasan las lazadas.

Punto Cadena

Abreviado c

Casi todos los trabajos en crochet se empiezan haciendo una cadena de puntos como base. Cuando el símbolo del punto cadena se vincula con otros puntos cadena, estos representan una cadena.

Punto Raso

Abreviado pr

También conocido como Punto Corrido (pc), Punto Enano (pe) y Punto Bajísimo (pbjs).

El símbolo del punto corrido es corto y estrecho. Es el más plano de todos los puntos. Aunque se puede realizar un tejido completamente con este punto se utiliza principalmente para unir piezas de crochet.

Punto Bajo

Abreviado pb

También conocido como Medio Punto (mp).

El punto Bajo es el siguiente punto luego de saber realizar una cadena base. La altura de un punto Bajo es igual a la altura de un punto Cadena.

Punto Medio Alto

Abreviado pma

También conocido como Punto Media Vareta (pmv).

El punto Medio Alto se encuentra entre el punto Bajo y el punto Alto en cuanto a altura se refiere, y a diferencia de estos se finaliza la realización del punto pasando de a tres bucles a la vez.

Punto Alto

Abreviado pa

También conocido como Punto Vareta (pv).

El punto Alto tiene aproximadamente el doble de altura que el punto Bajo. Al combinar esta puntada con otras se producen puntos y texturas interesantes.

Punto Alto Doble

Abreviado pad

También conocido como Punto Vareta Doble (pvd).

El punto Alto Doble crea gran altura entre los puntos. Al tejer con este punto se crea un tejido holgado.

La diferencia con este punto es que para comenzar se realizan 2 lazadas sobre la aguja.

Punto Alto Triple *Abreviado pat*

También conocido como Punto Vareta Triple (pvt).

El punto Alto Triple genera un tejido holgado y abierto. Es comúnmente usado para crear puntos calados.

La diferencia con este punto es que para comenzar se realizan 3 lazadas sobre la aguja.

SÍMBOLOS PARA TEJER A CROCHET

Cada punto de crochet es representado por un símbolo.

Puntos Básicos:**Gráfico N° 1**

●	punto raso (pr)
◌	cadena (c)
+	punto bajo (pb)
T	punto medio alto (pma)
T	punto alto (pa)
T	punto alto doble (pad)
T	punto alto triple (pat)

Variaciones:

Un mismo símbolo puede variar levemente la manera en que se representa según la publicación. Sin embargo, mantiene sus marcas principales. Por ejemplo, un punto Alto siempre tiene una barra a lo alto del tronco y una barrita cruzada en el medio:

Gráfico N° 3

T	T	T	T	T
diferentes versiones del punto alto (pa)				

Puntos Especiales:

Gráfico N° 4

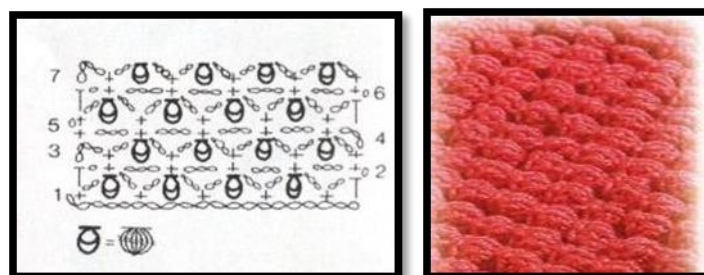
	3 puntos bajos juntos
	4 puntos bajos juntos
	5 puntos bajos juntos
	2 puntos altos juntos
	3 puntos altos juntos
	punto alto en relieve por delante
	punto alto en relieve por detrás
	punto alto doble en relieve por delante
	picot-3
	picot-4
	4 puntos altos juntos
	5 puntos altos juntos
	2 puntos altos dobles juntos
	3 puntos altos dobles juntos
	4 puntos altos dobles juntos
	5 puntos altos dobles juntos

Patrón

Un patrón, es el diseño o plantilla realizada en papel para ser copiada en el tejido y fabricar una prenda de vestir, bolsos, zapatillas, y diferentes formas de tejido.

Ejemplo de patrón:

Gráfico N° 5



MARCO CONCEPTUAL

Factibilidad de un proyecto

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto, (estudio de factibilidad).

El estudio de factibilidad, es una de las primeras etapas del desarrollo de un sistema informático. El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual (si existe). A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de éstas, diferentes tipos de factibilidades.

Los tipos de factibilidad básicamente son:

- Factibilidad técnica: si existe o está al alcance la tecnología necesaria para el sistema.
- Factibilidad económica: relación beneficio costo.
- Factibilidad operacional u organizacional: si el sistema puede funcionar en la organización.

Proyecto de inversión

Un proyecto, es un conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas que intentan cumplir con un fin específico. Por lo general, se establece un periodo de tiempo y un presupuesto para el cumplimiento de dicho fin, por lo que un proyecto es un plan o programa.

³Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.

³ Libro de Evaluación de proyectos de Gabriela Baca Urbina (2001)

Una inversión, por otra parte, es la colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esto quiere decir que, al invertir, se resigna un beneficio inmediato por uno improbable.

Un proyecto de inversión, por lo tanto, es una propuesta de acción que, a partir de la utilización de los recursos disponibles, considera posible obtener ganancias. Estos beneficios, que no son seguros, pueden ser conseguidos a corto, mediano o largo plazo.

Todo proyecto de inversión incluye la recolección y la evaluación de los factores que influyen, de manera directa, en la oferta y demanda de un producto. Esto se denomina estudio de mercado y determina a qué segmento del mercado se enfocará el proyecto y la cantidad de producto que se espera comercializar.

El proyecto de inversión, en definitiva, es un plan al que se le asigna capital e insumos materiales, humanos y técnicos. Su objetivo es generar un rendimiento económico a un determinado plazo. Para esto, será necesario inmovilizar recursos a largo plazo.

Las etapas del proyecto de inversión implican la identificación de una idea, un estudio de mercado, la decisión de invertir, la administración de la inversión y la evaluación de los resultados. El proyecto en sí suele ser evaluado por distintos especialistas.

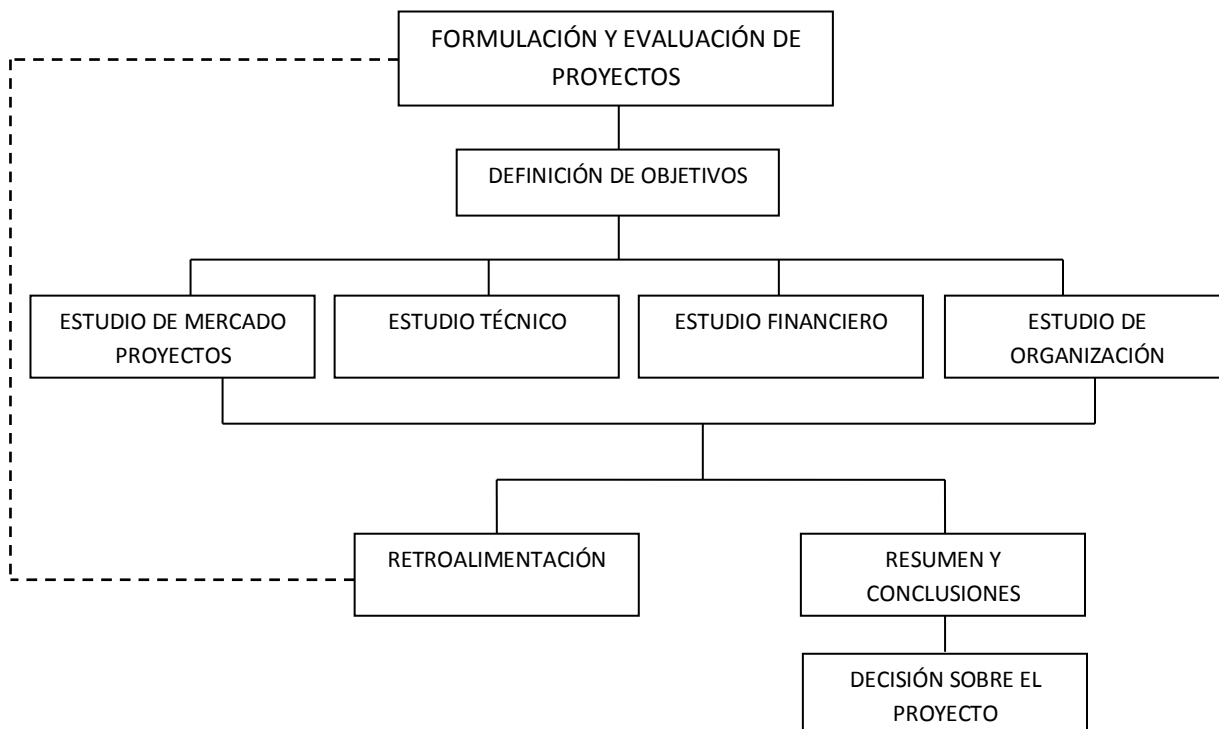
Finalidad e importancia del estudio de un proyecto

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal. Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

Su importancia se debe a que, consiste en una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias

La finalidad del estudio de un proyecto, ⁴es en sí un antecedente más para ayudar al inversionista a tomar la decisión de llevar a cabo una determinada iniciativa de inversión.

Estructura general de un proyecto de inversión



⁴ Libro de Nassir Sapag Chain (2000)

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. El estudio de factibilidad tiene cuatro componentes que son: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Organizacional y Estudio Financiero.

ESTUDIO DE MERCADO

El Estudio de Mercado es una de las partes más importantes en la elaboración de un proyecto, debido a que proporciona la información básica para el desarrollo de los estudios posteriores.

El estudio o investigación de mercado de un producto o productos, es la compilación sistemática de los datos históricos y actuales de oferta y demanda de ese producto para un área determinada que permite estimar el comportamiento futuro de sus elementos básicos.

Otro concepto de la investigación de mercado es lo que se considera el arte de acumular, ordenar, clasificar, analizar, interpretar y organizar los datos, tanto cuantitativos como cualitativos o descriptivos, que se obtienen de fuentes directas e indirectas, ya sean internas o externas para ser utilizadas por la dirección de una negociación con objeto de aumentar las utilidades netas.

Dichas definiciones hacen referencia a la investigación de mercado desde un punto de vista económico/lucrativo. Sin embargo, existen casos en los cuales la investigación de mercado se efectúa para apoyar la creación o expansión de unidades económicas de carácter social, y en tal caso el objetivo no solamente es la búsqueda del aumento de las utilidades, sino también la maximización del empleo de los recursos (naturales y humanos).

El estudio de mercado “Se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de dichos bienes o servicios.”⁵

“El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio, para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio.

En el estudio de mercado se tiene que:

- ❖ Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto.
- ❖ Sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos.
- ❖ Abarca variables sociales y económicas.
- ❖ Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir para atender una necesidad.

Con el estudio de mercado se busca estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquiriría a un determinado precio.”⁶

Objetivos del Estudio de Mercado

“El estudio de mercado tiene por objeto determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva línea de producción que en cierta unidad geográfica y determinantes de venta para la comunidad que está dispuesta a adquirir o comprar.”⁷

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el

⁵ INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UN ENFOQUE PRÁCTICO/ Naresh K. Malhotra/Pearson Educación; 2003.

⁶ FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS/Marcial Córdoba Padilla Eco Ediciones, 2006.

⁷ INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UN ENFOQUE PRÁCTICO/ Naresh K. Malhotra/Pearson Educación; 2003.

estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Finalmente, el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

⁸Elementos o componentes del estudio de mercado

Gráfico N° 6



Identificación del producto.

Se entiende por producto a la “combinación o conjunto de características unidas en una forma fácilmente identificable, que el comprador acepta como algo que le sirve para satisfacer sus deseos o necesidades”⁹.

⁸ <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=2&sg=10>

Atributos de un producto

Los productos son susceptibles de un análisis de los atributos tangibles e intangibles que conforman lo que puede denominarse como su personalidad.

Este análisis se efectúa a través de la evaluación de una serie de factores que permiten realizar una disección del producto, partiendo de los elementos centrales hasta los complementarios, para que a la vista tanto de los nuestros como de los de la competencia, podamos elaborar la estrategia del marketing que nos permita posicionar el producto en el mercado de la forma más favorable.

Los principales factores son:

- **Núcleo.** Comprende aquellas propiedades físicas, químicas y técnicas del producto, que lo hacen apto para determinadas funciones y usos.
- **Calidad.** Valoración de los elementos que componen el núcleo, en razón de unos estándares que deben apreciar o medir las cualidades y permiten ser comparativos con la competencia.
- **Precio.** Valor último de adquisición. Este atributo ha adquirido un fuerte protagonismo en la comercialización actual de los productos y servicios.
- **Envase.** Elemento de protección del que está dotado el producto y que tiene, junto al diseño, un gran valor promocional y de imagen.
- **Diseño, forma y tamaño.** Permiten, en mayor o menor grado, la identificación del producto o la empresa y, generalmente, configuran la propia personalidad del mismo.
- **Marca, nombres y expresiones gráficas.** Facilitan la identificación del producto y permiten su recuerdo asociado a uno u otro atributo. Hoy en día es uno de los principales activos de las empresas.

⁹ Mercadotecnia, Principios y Aplicaciones para Orientar la empresa hacia el Mercado, Dr. Salvador Mercado H., México, 1994, Editorial Limmusa, pág. 91.

- **Servicio.** Conjunto de valores añadidos a un producto que nos permite poder marcar las diferencias respecto a los demás; hoy en día es lo que más valora el mercado, de ahí su desarrollo a través del denominado marketing de percepciones.
- **Imagen del producto.** Opinión global que se crea en la mente del consumidor según la información recibida, directa o indirectamente, sobre el producto.
- **Imagen de la empresa.** Opinión global arraigada en la memoria del mercado que interviene positiva o negativamente en los criterios y actitudes del consumidor hacia los productos. Una buena imagen de empresa avala, en principio, a los productos de nueva creación; así como una buena imagen de marca consolida a la empresa y al resto de los productos de la misma.

Características del Producto

Dentro de este tercer punto son muy importantes tres aspectos: La marca, el envase y la etiqueta.

Marca, es todo signo o medio que distinga o sirva para discriminar en el mercado productos de una empresa de productos idénticos o similares de otra empresa.

La marca suele estar formada por dos elementos, un nombre y un logotipo o anagrama.

- El **nombre** debe resultar una palabra de sonido agradable, fácil de pronunciar y recordar.
- El **logotipo** lo formarán símbolos y grafismos de colores y diseño distintivos.

El envase, es un envoltorio o recipiente que contiene productos temporalmente, sirve para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

El envase constituye la envoltura o protección que acompaña a un producto, pero al mismo tiempo forma parte de sus características y cumple con varios objetivos:

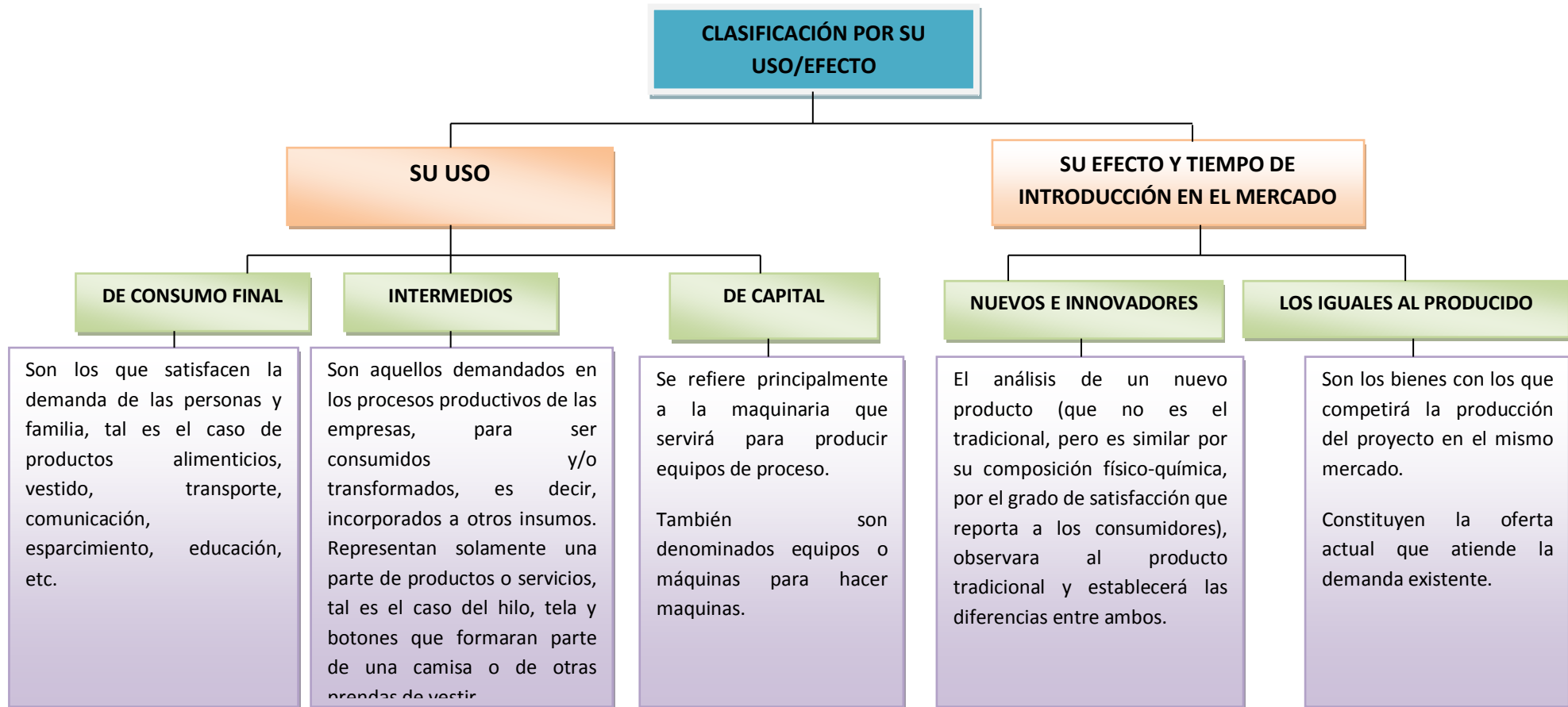
- Proteger el producto desde la fabricación hasta la venta y almacenamiento por parte de los compradores, es muy importante en productos frágiles o alimenticios.
- Facilitar la manipulación.
- Dentro del establecimiento comercial, el embalaje contribuye a vender el producto a través de su diseño gráfico y estructural. Un envase bien diseñado, con forma y colores atractivos permite ser mejor identificado por los consumidores y contribuye a incrementar las ventas.

El **etiquetado**, consiste en añadir al producto un elemento que sirve para identificarlo o describirlo.

Suministra información sobre la mercancía por medio de anagramas. (Condiciones de manejo, requisitos legales, composición, ingredientes,...).

Clasificación de los productos

“Los productos pueden clasificarse desde varios puntos de vista:



Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado es el proceso, de dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes, la segmentación de un mercado se puede dividir de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra.

Sirve para distinguir en qué segmento de la sociedad es más factible colocar un producto nuevo. La segmentación sirve para determinar los rasgos básicos y generales que tendrá el consumidor del producto, teniendo en cuenta que el mismo no va dirigido para todo público, sino para el público objetivo.

Tipos de segmentación

1. *Geográfica*: Se divide por países, regiones, ciudades, o barrios.
2. *Demográfica*: Se dividen por edad, etapa del ciclo de vida y por género.
3. *Psicográfica*: Se divide según la clase social, el estilo de la vida, la personalidad y los gustos.
4. *Conductual*: Se divide de acuerdo a las conductas, beneficios pretendidos, lealtad a la marca y actitud ante el producto.

Análisis de la demanda.

¹⁰“Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”

¹¹“La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido”.

¹⁰ FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN/ Juan Gallardo Cervantes

¹¹ <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>

El análisis de la demanda se logra mediante la recopilación de las fuentes primarias.

Clasificación de la Demanda

Para los efectos del análisis, existen varios tipos de demanda, que se pueden clasificar de la siguiente manera:

En relación con su oportunidad

- a) Demanda Insatisfecha
- b) Demanda Satisfecha

En relación con su necesidad

- a) Demanda de Bienes social y nacionalmente necesarios
- b) Demanda de bienes no necesarios o de gusto

En relación con su temporabilidad

- a) Demanda continua
- b) Demanda cíclica o estacional

De acuerdo con su destino

- a) Demanda de bienes finales
- b) Demanda de bienes intermedios o industriales¹²

Factores que afectan a la demanda

La demanda del producto depende de diversos factores como son los siguientes:

- a.- Tamaño y Crecimiento de la Población

¹² EVALUACIÓN DE PROYECTOS/GABRIEL Baca Urbina
McGrawHill 4ta. Edición 2003

b.- Hábitos de Consumo

c.- Gustos y Preferencias

d.- Niveles de Ingreso y Precios

Demanda actual del producto

“Demanda ejercida realmente en los mercados, que no tiene por qué coincidir con la demanda prevista o esperada”¹³

Proyección de la demanda

“Proyección de la demanda es un elemento importante debido a que se constituye en el factor crítico que permite determinar la viabilidad y el tamaño del proyecto. La demanda proyectada se refiere fundamentalmente al comportamiento que esta variable pueda tener en el tiempo, suponiendo que los factores que condicionaron el consumo histórico del bien actuaran de igual manera en el futuro.”¹⁴

La elaboración de un pronóstico de la demanda es imprescindible para tomar la decisión de inversión en cada uno de los proyectos que tendrá la empresa. La proyección de la demanda abarca la vida operacional del proyecto, es decir el periodo de funcionamiento del mismo.

Análisis de la oferta

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.”¹⁵

Clasificación

¹³ FUNDAMENTOS DE MARKETING /KLOTER P.; Armstrong G. 4ta. Edición.

¹⁴ MORALES CASTRO, Proyectos de Inversión en la Práctica 3ra. Edición

¹⁵ Evaluación de Proyectos/GABRIEL BACA URBINA
McGrawHill 4ta. Edición 2003

Con propósitos de análisis se hace la siguiente clasificación de la oferta.

En relación con el número de oferentes

a) Oferta competitiva o de mercado libre.- Es en la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.

b) Oferta oligopólica.- Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores.

c) Oferta monopólica.- Es en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad.

Factores que afectan a la oferta

- Número de capacidad de Producción de los Competidores
- Incursión de Nuevos Competidores

Sistema de comercialización

El sistema de comercialización deberá estar encaminado a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales o potenciales pretendiendo como objetivos fundamentales incrementar la cuota de mercado, la rentabilidad y el crecimiento de las cifras de venta.

De igual forma, el sistema de comercialización se ocupa tanto de analizar y estudiar las oportunidades de mercado, como definir un plan de actuación dirigido a establecer los medios necesarios para que sus oportunidades se traduzcan en el cumplimiento de sus objetivos comerciales.

ESTUDIO TÉCNICO

El Estudio Técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio. ¹⁶“En resumen, se pretende resolver las pregunta referente a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”

El estudio técnico, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos.

El estudio técnico por lo menos debe contener:

- Ingeniería básica: Descripción detallada del producto, incluyendo sus especificaciones, así como la descripción del proceso de manufacturación.
- Determinación del tamaño de la planta tomando en cuenta la demanda, la materia prima requerida, la maquinaria y equipo de producción, la capacidad instalada, incluyendo especificaciones de origen, cotizaciones, fechas de entrega y formas de pago.
- Localización de la planta, incluyendo un estudio de la macro y micro localización para identificar las ventajas y desventajas del mismo.
- Diseño de la distribución de la planta.
- Estimación de los costos de construcción de los edificios y mejoras al terreno
- Estimación de los costos en los que se incurrirán para llevar a cabo la habilitación de la producción o comercialización del producto.

Tamaño de la planta

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.

¹⁶ Libro de Evaluación de proyectos de Gabriela Baca Urbina (2001)

Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de mano de obra, etc.

a. Capacidad teórica. Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como la temperatura, altitud, humedad, etc.; que componen el medio ambiente en el que se instala. Esta capacidad se denomina teórica por cuanto una vez salida de fábrica la maquinaria es muy difícil que se pueda instalar en lugares que reúnan las mismas condiciones en las que esta fue diseñada y construida.

b. Capacidad instalada. Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa.

Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

c. Capacidad utilizada. Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. En proyectos nuevos esta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio período de vida de la empresa ésta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.

d. Reservas. Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de producción.

e. Capacidad Financiera. Para cualquier tipo de proyecto empresarial es importante el analizar las condiciones económicas financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión, sea con capital propio o mediante crédito, para ello es de vital importancia el conocer el mercado financiero.

f. Capacidad Administrativa. Al igual que en el campo financiero, debe tenerse claro el panorama respecto, si para la operación de la nueva unidad productiva se cuenta o se puede conseguir fácilmente el Talento Humano que haga posible el funcionamiento eficiente de la misma, ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender.

Localización de la planta

Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementará la nueva unidad productiva, para ello se debe tomar en cuenta ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores están relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

Macro Localización

Decide la zona general en donde se instalará la empresa o negocio.

Factores que inciden en la Macro localización

Facilidades y costos del transporte, disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos, materias primas, energía eléctrica, combustibles, agua, etc. Localización del mercado, disponibilidad, características topográficas y costo de los terrenos, facilidades de distribución, comunicaciones condiciones de vida, leyes y reglamentos, clima y acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo, actitud de la comunidad, zonas francas, condiciones sociales y culturales.

Micro localización.

Se elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

Factores que inciden en la Micro localización

Localización urbana, o suburbana o rural, transporte del personal policía y bomberos, costo de los terrenos, cercanía a carreteras, disponibilidad de vías férreas, cercanía al centro de la ciudad, disponibilidad de servicios básicos (agua, energía eléctrica, gas,

servicio telefónico, recolección de basura), drenajes, condiciones de las carreteras, tamaño del sitio, condiciones del suelo en el sitio

Ingeniería del proyecto

❖ Componente Tecnológico.

Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté 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.

❖ Infraestructura Física.

Se relaciona 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.

La distribución del área física así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

Una buena distribución debe considerar los siguientes aspectos:

Control: Todos los componentes necesarios para el proceso deben permitir su control para el trabajo armónico.

Movilización: Todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo la libre circulación de personal, sin interrumpir otras operaciones.

Distancia: El flujo de operaciones secuenciales debe realizarse utilizando los tiempos adecuados sin ocasionar demoras debido a la distancia entre los recursos utilizados para las operaciones.

Seguridad: Toda operación debe ejecutarse en condiciones que garantice la máxima seguridad al trabajador.

Espacio: El espacio de trabajo debe ser considerado no solo en dos dimensiones, sino en forma tridimensional, esto es largo, ancho y alto.

La distribución debe ser de tal forma que pueda reajustarse cuando las condiciones lo requieran, sin entorpecer o imposibilitar el trabajo.

Globalidad: La distribución debe permitir la integración de todos los componentes del proceso en un mismo ambiente.

Proceso de producción.

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso a seguir. Posteriormente debe incluirse el flujo-grama del proceso, indicando los tiempos necesarios para cada fase.

Diseño del producto.

El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en él para lograr una completa satisfacción de su necesidad, para un diseño efectivo del producto debe considerarse siempre los gustos y preferencias de los demandantes, entre ellos se tiene:

- Presentación,
- Unidad de medida,
- Tiempo de vida, etc.

Flujo grama de proceso

Diagramas de flujo (Flujo-grama). Es la representación gráfica de la sucesión en que se realizan las operaciones de un procedimiento y/o el recorrido de formas o materiales, en donde se muestran las unidades administrativas (procedimiento general), o los puestos que intervienen (procedimiento detallado), en cada operación descrita. Además, suelen hacer mención del equipo o recursos utilizados en cada caso. Los diagramas representados en forma sencilla y accesible en el manual, brinda una descripción clara de las operaciones, lo que facilita su comprensión. Para este efecto, es aconsejable el empleo de símbolos y/o gráficos simplificados.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO U ORGANIZACIONAL

Organización de la empresa

“La empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.”¹⁷

“La organización tiene que ver con el ambiente donde se desarrollará el proyecto, la autoridad, los mecanismos de coordinación y los principios con los que se debe regir.”¹⁸

Una de las partes fundamentales para implementar un proyecto es la organización, pues para su funcionamiento debe contar con procesos legales y administrativos.

Estructura Administrativa u Organizativa

Base Legal

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

¹⁷<http://definicion.de/empresa/>

¹⁸ FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS/Marcial Córdoba Padilla
Eco Ediciones, 2006.

- **Acta constitutiva.** Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
 - **La razón social o denominación.** Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.
 - **Domicilio.** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.
 - **Objeto de la sociedad.** Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- 1
- **Capital social.** Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.
 - **Tiempo de duración de la sociedad.** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.
 - **Administradores.** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma

Estructura Administrativa

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los

cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

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

- **Nivel Legislativo-Directivo**

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido.

- **Nivel Ejecutivo**

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

- **Nivel asesor**

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes.

- **Nivel de Apoyo**

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

- **Nivel Operativo**

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

Organigramas

El organigrama se define como la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas y debe reflejar en forma esquemática la descripción de las unidades que la integran, su respectiva relación, niveles jerárquicos y canales formales de comunicación

Tipos de Organigramas

- **Organigrama Funcional.** Es importante su existencia dentro de una empresa por que delimita e incluye las principales funciones que realiza el personal.
- **Organigrama Estructural.** Muestran como está estructurada la organización.
- **Organigrama General.** Contiene información representativa de una organización hasta determinado nivel jerárquico.
- **Organigramas Específicos.** Muestran en forma particular la estructura de un área de la organización.

Objeto del Organigrama

El organigrama consiste en hojas o cartulinas en las que se muestran gráficamente las funciones departamentos o posiciones de la organización y cómo están relacionados, mostrando el nombre del puesto y en ocasiones de quien lo ocupa.

Finalidad del Organigrama

Un organigrama es el instrumento que proporciona la representación gráfica de los aspectos fundamentales de una organización, y permite entender un esquema general, así como el grado de diferenciación e integración funcional de los elementos que lo componen.

En un organigrama se localiza el tipo de unidades que conforma la estructura de una organización, sus relaciones, las características de la dependencia o entidad y sus funciones básicas.

Funciones de los Organigramas

- **Para la ciencia de la administración:**

Sirve de asistencia y orientación de todas las unidades administrativas de la empresa al reflejar la estructura organizativa y sus características gráficas y actualizaciones.

- **Para el área de organización y sistema:**

Sirve para reflejar la estructura así como velar por su permanente revisión y actualización (en las empresas pequeñas y medianas, generalmente la unidad de personal asume esta función), la cual se da a conocer a toda la compañía a través de los manuales de organización.

- **Para el área de administración de personal:**

El analista de personal requiere de este instrumento para los estudios de descripción y análisis de cargos, los planes de administración de sueldos y salarios y en general como elemento de apoyo para la implementación, seguimiento y actualización de todos los sistemas de personal

Manual

El manual presenta sistemas y técnicas específicas. Señala el procedimiento a seguir para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas.

Un procedimiento por escrito significa establecer debidamente un método estándar para ejecutar algún trabajo.

El manual como medio de comunicación.

La tarea de elaborar manuales administrativos se considera como una función de mantener informado al personal clave de los deseos y cambios en las actitudes de la dirección superior, al delinear la estructura organizacional y poner las políticas y procedimientos en forma escrita y permanente. Un manual correctamente redactado puede ser un valioso instrumento administrativo.

En esencia, los manuales administrativos representan un medio de comunicación de las decisiones administrativas, y por ello, que tiene como propósito señalar en forma sistemática la información administrativa.

Objetivos de los manuales

De acuerdo con la clasificación y grado de detalle, los manuales administrativos permiten cumplir con los siguientes objetivos:

- a) Instruir a la persona, acerca de aspectos tales como: objetivos, funciones, relaciones, políticas, procedimientos, normas, etc.
- b) Precisar las funciones y relaciones de cada unidad administrativa para deslindar responsabilidades, evitar duplicidad y detectar omisiones.
- c) Coadyuvar a la ejecución correcta de las labores asignadas al personal, y propiciar la uniformidad en el trabajo.
- d) Servir como medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, facilitando su incorporación a las distintas funciones operacionales.
- e) Proporcionar información básica para la planeación e implementación de reformas administrativas.

Manual de Funciones

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en

los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos y perfiles para ocupar un puesto.

Utilidad del manual de funciones

Permite conocer el funcionamiento interno por lo que respecta a descripción de tareas, ubicación, requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución.

- Auxilian en la inducción del puesto y al adiestramiento y capacitación del personal ya que describen en forma detallada las actividades de cada puesto.
- Sirve para el análisis o revisión de los procedimientos de un sistema.
- Interviene en la consulta de todo el personal.
- Para establecer un sistema de información o bien modificar el ya existente.
- Para uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria.
- Determina en forma más sencilla las responsabilidades por fallas o errores.
- Facilita las labores de auditoría, evaluación del control interno y su evaluación.
- Aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.
- Ayuda a la coordinación de actividades y evitar duplicidades.
- Construye una base para el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, procedimientos y métodos

ESTUDIO FINANCIERO

Es la última etapa de análisis de la viabilidad financiera de un proyecto en él “Se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el período de vida útil del proyecto. Por lo tanto permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará.”¹⁹

Los recursos propios de los inversionistas y los recursos de terceros (préstamos) constituyen las fuentes para financiar el proyecto. La relación entre las inversiones y el financiamiento se puede ilustrar mediante lo que se ha dado en llamar "el flujo de valores".

Inversión

La **inversión** es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.²⁰

Desde una consideración amplia, la inversión es toda materialización de medios financieros en bienes que van a ser utilizados en un proceso productivo de una empresa o unidad económica, y comprendería la adquisición tanto de bienes de equipo, como de materias primas, servicios etc. Desde un punto de vista más estricto, la inversión comprendería sólo los desembolsos de recursos financieros destinados a la adquisición de instrumentos de producción, que la empresa va a utilizar durante varios periodos económicos.

Las inversiones que se pondrán en marcha antes de la puesta en marcha de un proyecto son de tres tipos:

¹⁹ FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS/Marcial Córdoba Padilla
Eco Ediciones, 2006.

²⁰ Massé, Pierre. *La elección de las inversiones*.

Activos Fijos: Son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa (o el año fiscal), y no son objeto de comercialización. 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: Son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Para la estimación de estos montos es aconsejable incluir una partida de imprevistos por un porcentaje del 5% y el 10% del total de los diferidos; estos comprenden los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, impuestos, etc.

Capital de Trabajo.- Constituye el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinado.

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos como activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Plan de Inversiones

El plan de inversiones de un proyecto, corresponde a la descripción detallada de las necesidades de capital en que se va a incurrir para la materialización del mismo. Las inversiones son los desembolsos necesarios para la ejecución del proyecto y, por el momento, no se relacionan con los mecanismos que se vayan a utilizar para el financiamiento de los mismos.

El plan de inversiones se formula como resultado de otras partes del estudio del proyecto (particularmente Ingeniería).

Los principales rubros que deben contemplarse en el plan de Inversiones:

a) Terrenos y Recursos Naturales

Comprende el costo de adquisición de los terrenos para la construcción de la planta, en el costo del terreno deben incluirse todos los valores pagados por gastos de escrituras, impuestos, tasas, registros y otros originados en la compra. Deben tomarse en cuenta, también, las mejoras del terreno.

b) Edificios y Construcciones

Este rubro comprende el costo del edificio de la planta industrial, oficinas administración y ventas, y otras construcciones directamente relacionadas con el proyecto.

c) Maquinaria y Equipos.

En proyectos de tipo industrial, este es uno de los rubros más importantes. Debe hacerse una descripción pormenorizada, clasificando los equipos y maquinaria en nacionales e importados.

En el caso de la maquinaria y equipo importados, debe partirse del valor FOB, al cual se añaden fletes y seguros para obtener el valor CIF y, en base a éste/ calcular los impuestos, tasas, muellaje, despacho de aduana y otros gastos adicionales hasta obtener el Valor Fuera de Aduana; a este último se le añade el transporte interno hasta llegar al valor en planta.

d) Otros Equipos.

Este rubro incluye los equipos no utilizados directamente en el proceso de producción, tales como equipos auxiliares de fuerza, bombas de agua, transformadores, herramientas, laboratorios y otros similares.

e) Gastos de Instalación.

Existe discusión sobre este rubro, pues en algunos casos los gastos de instalación se incluyen como parte del costo de construcción y/o del costo de maquinaria; pero en general es preferible presentarlos por separado.

Los Gastos de Instalación deben incluir todo lo relacionado con la colocación de maquinaria y equipo en condiciones de trabajo; es decir, las bases y estructuras de la maquinaria, las conexiones directas de agua, electricidad y vapor, así como la mano de obra y otros gastos de montaje.

f) Vehículos.

Este rubro debe contemplar tanto los vehículos de transporte interno de la fábrica, como los de transporte fuera de ella.

g) Muebles y Equipos de Oficina.

En la planta misma y en las oficinas de administración y ventas, se requiere de muebles (escritorios, mesas, sillas, butacas, armarios, archivadores, etc.) y máquinas de oficina (calculadoras, máquinas de contabilidad y de escribir, etc.)

h) Envases.

Los envases se deben incluir dentro de las inversiones fijas únicamente cuando se trata de pertenencias que se utilizan en la explotación del negocio, sin ánimo de revenderlos.

No se debe incluir dentro del Activo Fijo los envases no recuperables ni aquéllos que se recuperan mediante compra, pues la empresa al venderlos los da por perdidos.

i) Investigaciones Previas y Estudios.

Este rubro comprende el costo de investigaciones previas, el estudio de factibilidad del proyecto y otros estudios que hayan sido necesarios para su ejecución.

j) Organización y Patentes.

Deben incluirse en este rubro los gastos legales y notariales, impuestos, etc., originados por la formación de la empresa; en algunos casos es necesaria la compra de patentes para un producto o proceso.

k) Capacitación Personal.

En algunos casos, y de acuerdo con el tipo de industria, se deberán realizar gastos para el entrenamiento de personal especializado para el manejo de las instalaciones.

l) Puesta en Marcha.

En el proceso de poner en funcionamiento un proyecto, existe un período (que va desde la entrega de los edificios y de la maquinaria instalada, hasta que se inicia la producción efectiva normal) en que la empresa incurre en gastos pues es necesario realizar pruebas o ajustes y la producción es, por tanto, irregular o defectuosa.

m) Intereses durante la Construcción.

Cuando el proyecto se encuentra en la fase de construcción o instalación, muchas veces la empresa está pagando intereses por créditos recibidos. En esos casos los gastos por concepto de intereses se llevan a la Inversión Fija, hasta el momento en que la empresa entre en operación normal, cuando pasen a constituir gastos financieros.

n) Imprevistos.

Todo presupuesto, por cuidadosamente que haya sido elaborado, tiene siempre un margen de error debido a fluctuaciones de precios, cambios de las condiciones originales, etc. Por esta razón es conveniente incluir un rubro de imprevistos, los cuales se calculan generalmente como un porcentaje de la suma de inversiones fijas y que varía de acuerdo a la experiencia que se tenga en el proyecto y al grado de confianza que merezcan las diferentes estimaciones. En muchos casos es conveniente fijar los imprevistos para cada uno de los Ítems principales que constituyen el total de las inversiones fijas.

Costos de Producción

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. Los costos de producción sirven para analizar las decisiones fundamentales de la empresa, bajo condiciones de competencia perfecta.

Los costos de producción pueden dividirse en dos grandes categorías:

Costos Fijos.- Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

Costos Variables.- Son aquellas que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

Punto de equilibrio.

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

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

Fórmulas para calcular el punto de equilibrio

a. En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

b. En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Costo Variable Total}} - 1 - \frac{\text{Ventas totales}}{\text{Ventas totales}}$$

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.

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.

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, como podrá observarse en el cuadro descrito a continuación:

Estado de resultados proforma

	CONCEPTOS
	Ingreso por ventas
-	Costos total
=	Utilidad bruta en ventas
-	15% utilidad a trabajadores
=	Utilidad antes de Imp. a la renta
-	25% Impuesto a la renta
=	Utilidad líquida del ejercicio

EVALUACIÓN FINANCIERA

El Flujo de Caja Proyectado.

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen.

Elementos del flujo de caja

El flujo de caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos:

- a) Los egresos iniciales de fondos,
- b) Los ingresos y egresos de operación,
- c) El momento en que ocurren estos ingresos y egresos, y
- d) El valor de desecho o salvamento del proyecto.

Valor actual neto.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es 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 igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

Fórmula para calcular el VAN

$$\text{V.A.N.} = \text{Sumatoria Flujo Neto} - \text{Inversión}$$

Relación Beneficio / Costo

El indicador beneficio-costos, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada sucre 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.

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Costo Variable Total}}$$

Tasa interna de retorno

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.

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

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

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

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

FÓRMULA

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

Período de recuperación del capital

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente 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.

FÓRMULA

$$\text{PRC} = \frac{\text{Flujo neto} - \text{Inversión}}{\text{Flujo neto (Ultimo año)}}$$

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.

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.

FÓRMULAS:

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{Diferencia entre TIR}$$

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{TIR del Proyecto}$$

$$\% \text{ Variación}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Diferencia de TIR}}$$

$$\text{Nueva TIR}$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se ha requerido de algunos recursos como son:

❖ *Recursos Humanos*

Norma Piedad abad Avila	Aspirante
Ing. Edison Espinosa	Director

❖ *Recursos materiales*

- Material Bibliográfico. (Libros, internet, revistas, proyectos investigativos, etc.)
- Material de Oficina. (hojas, lápiz, esferográficos, borradores, marcadores, etc.)
- Materiales y Accesorios Informáticos. (calculadoras, grapadoras, impresora, computadora, flash memory, tintas o cartuchos, etc.)

MÉTODOS

Para llevar a efecto el presente trabajo investigativo se utilizaron métodos y técnicas indispensables para obtener y ordenar la información recopilada, y de esta forma poder analizar e interpretar los resultados y así cumplir los objetivos planteados.

- ✓ **Método Científico.**- El método científico es un proceso para la adquisición de conocimiento empírico, cual usan los científicos, se utilizó como guía para desarrollar el presente trabajo de investigación, considerado como el soporte lógico de los conocimientos teóricos y prácticos, observar la realidad de los hechos relacionados con el mismo.
- ✓ **Método Inductivo.**- Permite analizar y evaluar las operaciones mediante el análisis y la clasificación de la información, para así obtener conclusiones generales a partir de deducciones particulares; es así como mediante la

aplicación de este método se logró establecer cada uno de los estudios de factibilidad para conocer si el proyecto es factible o no.

- ✓ **Método Analítico - Sintético.** Se utilizó en la aplicación, análisis, clasificación y selección de técnicas y procedimientos de la información empresarial, lo cual permitió conocer la realidad económica del cantón.

Así mismo se lo aplico en el análisis e interpretación de los diferentes procedimientos realizados, así como también para el diseño de organigramas y su respectivo manual de funciones.

Mediante estos métodos se pudo formular las conclusiones y recomendaciones que contribuirán a los emprendedores o inversionistas a una toma de decisiones basados en los resultados.

TÉCNICAS

- ✓ **Observación directa.-** Con la aplicación de esta técnica se conoció en forma objetiva las oportunidades, que tiene el cantón Paquisha para emprender en el proyecto.
- ✓ **Encuesta.-** Es una técnica que accede a la obtención de información aplicando un cuestionario a las personas que tienen conocimiento sobre un tema o problema en particular. Se realizó una encuesta, a una muestra de la población con el objetivo de obtener información confiable y conocer los requerimientos exigidos por los consumidores al cual va dirigido el producto.

Población objeto de estudio.

Según datos del INEC, tenemos que la población del cantón Paquisha para el año 2010 es de 3854 habitantes, dato que se utilizó como base para realizar la segmentación.

Segmentación de Mercado

CUADRO N° 1

Primera Segmentación

PAQUISHA 3.854 habitantes	HOMBRES	2,157
	MUJERES	<u>1,697</u>

Fuente: INEC 2010
Elaboración: La autora

De la segmentación N° 1, solamente se tomó en cuenta la población mujeres, ya que los bolsos de nylon es un producto destinado prácticamente para damas.

CUADRO N° 2

Segunda Segmentación

PAQUISHA, Mujeres 1697	Grupos por edad	Mujeres
	De 0 a 9 años	508
	De 10 a 64 años	1140
	De 65 en adelante	49

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Paquisha (2011)
Elaboración: La autora

Con esta segmentación, se obtiene la población objeto de estudio que es de 1.140 habitantes, el mismo que será proyectado para el año 2013, con la finalidad de obtener el tamaño de la muestra real.

Fórmula para proyectar los datos.

$$PF = PO (1+i)^n$$

Dónde:

PF: Población Final

PO: Población Inicial

i: Tasa de crecimiento

n: Número de años

Datos

$$PO = 1140$$

$$I = 1.52\% \text{ (INEC 2010.)}$$

$$n = 3$$

$$PF = PO (1+i)^n$$

$$PF = 1140 (1+1.52)^3$$

$$PF = 1140 (1+0.0152)^3$$

$$PF = 1140 (1.0152)^3$$

$$PF = 1192$$

CUADRO N° 3**PROYECCIÓN POBLACIONAL DE MUJERES DEL CANTÓN PAQUISHA**

AÑO	POBLACIÓN	% DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN PROYECTADA
2010	1140		
2011	1140	1,52%	1157
2012	1157	1,52%	1175
2013	1175	1,52%	1192
2014	1192	1,52%	1210
2015	1210	1,52%	1229
2016	1229	1,52%	1247
2017	1247	1,52%	1266
2018	1266	1,52%	1285

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Muestra objeto de estudio

Para obtener el tamaño de la muestra se aplicará la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N}{1 + e N}$$

$$n = \frac{1192}{1 + 2,99}$$

$$n = \frac{1192}{1 + (5\%)^2 (1192)}$$

$$n = \frac{1192}{3,99} = 297$$

$$n = \frac{1192}{1 + (0,0025) (1192)}$$

Con el resultado de esta ecuación, se aplicará 297 encuestas a las damas del cantón Paquisha, con el objetivo de obtener información confiable para la realización del estudio de factibilidad de producción y comercialización de bolsos de Nylon en el cantón antes mencionado.

- Distribución Muestral

La distribución muestral se la realizará, conforme está distribuida la población objeto de estudio en el cantón, considerando para ello el porcentual de mujeres en los barrios de las parroquias y cabecera cantonal de Paquisha.

CUADRO N° 4

Distribución Muestral

CANTÓN	PARROQUIAS	BARRIOS	% Aplicación	Cantidad
PAQUISHA	NUEVO QUITO 55% 165	CISAM	7%	21
		Conguime	8%	24
		La Herradura	3%	9
		La Libertad	5%	15
		La Pangui	3%	9
		Mayaicu	2%	6
		Nuevo Quito	15%	45
		Puerto Minero	5%	15
		San Antonio	2%	6
		San Luis	3%	9
	San Pedro	2%	6	
	PAQUISHA 33% 98	Paquisha	25%	74
		Santa Rosa	5%	15
		Santa Cecilia	3%	9
	BELLAVISTA 12% 36	Bellavista	10%	30
		Chichis	2%	6
TOTAL			100%	297

Fuente: Plan de Ordenamiento territorial del Cantón Paquisha (2011)

Elaboración: La Autora

f. RESULTADOS

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDA A: MUJERES DEL CANTÓN PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.

A. DATOS GENERALES

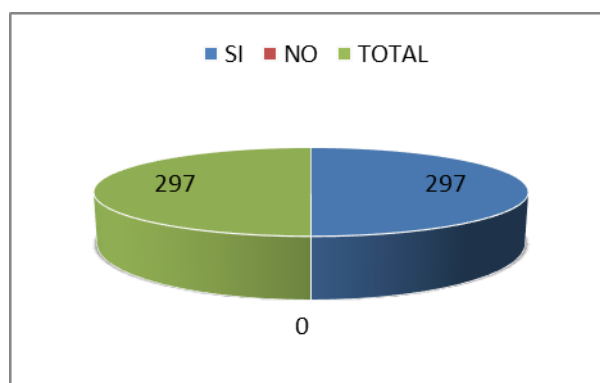
1. ¿Vive Usted en el cantón Paquisha?

CUADRO N° 5

VARIABLE	N° ENCUESTADAS	%
SI	297	100
NO	0	0
TOTAL	297	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 7



Análisis e interpretación. Una vez realizada la técnica de la encuesta a la muestra objeto de estudio, del cantón Paquisha, se determinó que el 100% de las encuestadas SI pertenecen al cantón Paquisha, lo cual nos favorece en la obtención de la información.

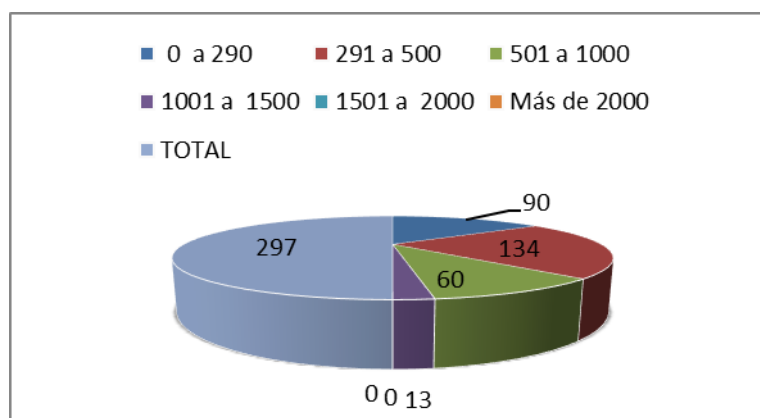
2. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

CUADRO N° 6

VARIABLE	NUMERO	%
0 a 290	90	30,2
291 a 500	134	45,1
501 a 1000	60	20,3
1001 a 1500	13	4,4
1501 a 2000	0	0,0
Más de 2000	0	0,0
TOTAL	297	100,0

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 8



Determinación de los Ingresos Promedio

VARIABLE	Xm	Frecuencia	Xm.F	%
0 a 290	145	90	13050	30
291 a 500	395,5	134	52997	45
501 a 1000	750,5	60	45030	20
1001 a 1500	1250,5	13	16256,5	4
1501 a 2000	0	0	0	0
Más de 2000	0	0	0	0
TOTAL	2541,5	297	127333,5	100

$$X = \frac{\sum xm(f)}{n}$$

$$X = \frac{127333,5}{297} = 428.73$$

297

B. DATOS ESPECÍFICOS

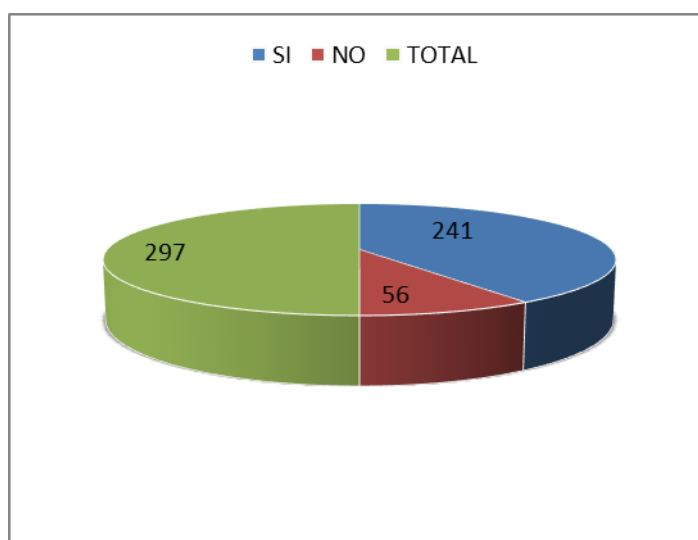
3. ¿Utiliza usted bolsos

CUADRO N° 7

VARIABLE	NUMERO	%
SI	241	81,1
NO	56	18,9
TOTAL	297	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 9



Análisis e interpretación. De la investigación de mercado se determina que el 81.1% de las mujeres encuestadas SI utilizan bolsos, siendo un porcentaje muy favorable para incursionar nuestro producto al mercado del cantón Paquisha; mientras que un 18% han manifestado que NO utilizan bolsos.

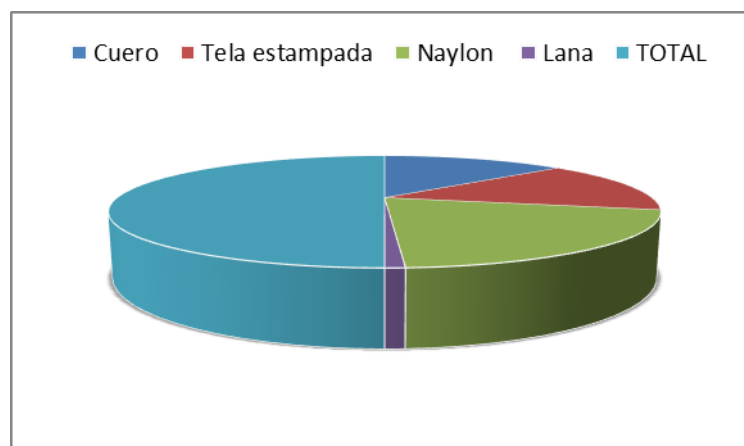
4. ¿Cuál es el material de su preferencia al momento de adquirir un bolso?

CUADRO N° 8

VARIABLE	NUMERO	%
Cuero	58	24,1
Tela estampada	61	25,4
Naylon	117	48,6
Lana	5	1,9
TOTAL	241	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 10



Análisis e interpretación. Del porcentaje de damas que han manifestado que si utilizan bolsos, el 48.6% prefieren utilizar bolsos de Naylon, el 25.4% de tela estampada, el 24.1% de cuero y el 1.9% prefieren los bolsos elaborados de lana. Este resultado refleja que los bolsos de Naylon tienen acogida, por lo que el producto que se ofrecerá está enmarcado en los gustos y preferencias de los clientes pero utilizando una técnica innovadora de confección.

5. ¿Cuántos bolsos de Nylon compra usted semestralmente?

CUADRO N° 9

VARIABLE	Xm	Frecuencia (f)	Xm.f	Tiempo	Compra Anual	%
De 1 a 2	$3/2=1.5$	87	130.5	2	261	74.35
De 3 a 4	$7/2=3.5$	30	105	2	210	25.65
De 4 en adelante		0	0	0	0	0
TOTAL		117	235		471	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

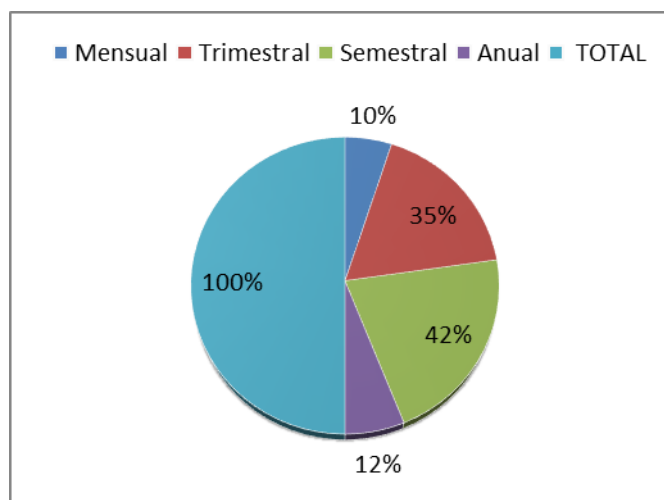
Determinación del Consumo Promedio Anual

Compra Anual = 471 Bolsos

Compra Promedio Anual = $471/117$

Compra Promedio Anual = 4.02; es decir el promedio consumo anual es de 4 bolsos al año.

GRÁFICO N° 11



Análisis e interpretación. Del porcentaje de damas que han manifestado que si utilizan bolsos de Nylon, el 42 % compran cada seis meses, el 35% cada tres meses, 12% cada año y el 10% de las encuestadas compran cada mes.

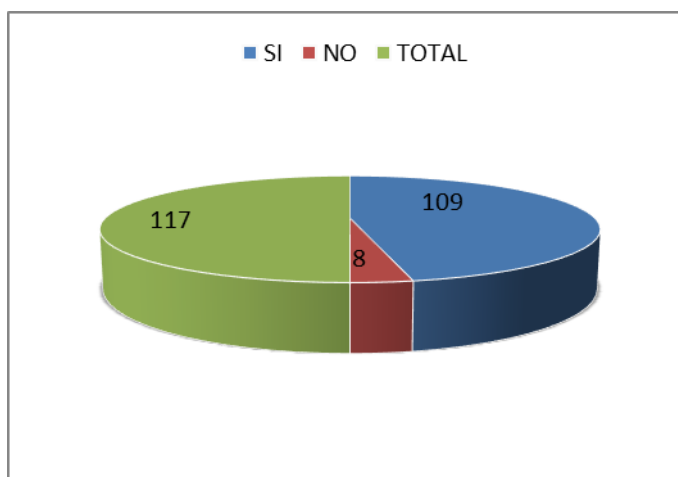
6. Si se creara una microempresa de producción y comercialización de bolsos de Nylon en el cantón Paquisha ¿Compraría usted bolsos?

CUADRO N° 10

VARIABLE	NUMERO	%
SI	109	93,4
NO	8	6,6
TOTAL	117	100,0

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 12



Análisis e interpretación. De la investigación de mercado se determina que el 93.4% de las mujeres encuestadas expresan su deseo de adquirir bolsos de Nylon si se creara una empresa en el cantón Paquisha que produzca esta prenda de mujer, mientras tanto un porcentaje mínimo del 6.6 % no desean.

Este resultado indica la viabilidad de poner en marcha el presente proyecto.

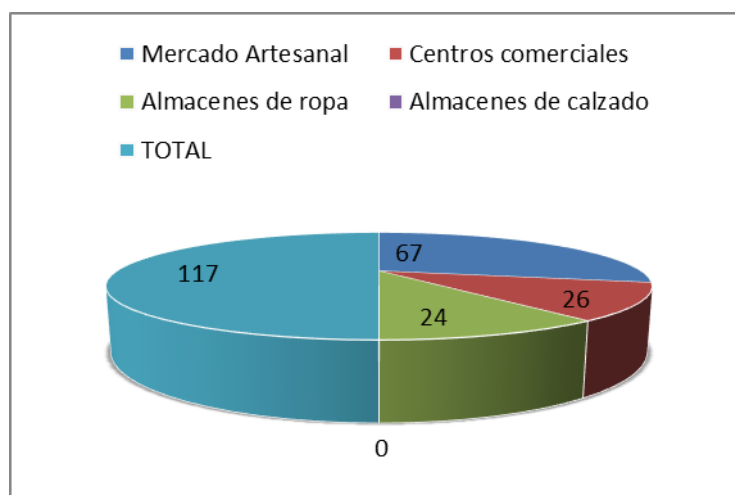
7. ¿Usualmente en qué lugar le gustaría adquirir sus bolsos de nylon?

CUADRO N° 11

VARIABLE	NUMERO	%
Mercado Artesanal	67	57,1
Centros comerciales	26	21,8
Almacenes de ropa	24	21,2
Almacenes de calzado	0	0,0
TOTAL	117	100,0

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 13



Análisis e interpretación. De acuerdo a los resultados de las damas que SI comprarían bolsos de Nylon en la nueva empresa, se determinó que un 57.1 % de la población encuestada, prefieren adquirir sus bolsos en el mercado artesanal, un 21,8% en los centros comerciales y un 21,2% en los almacenes de ropa. Por lo que se puede decir que es necesario distribuir el producto de acuerdo a estos porcentajes que tiene mayor cobertura en el mercado.

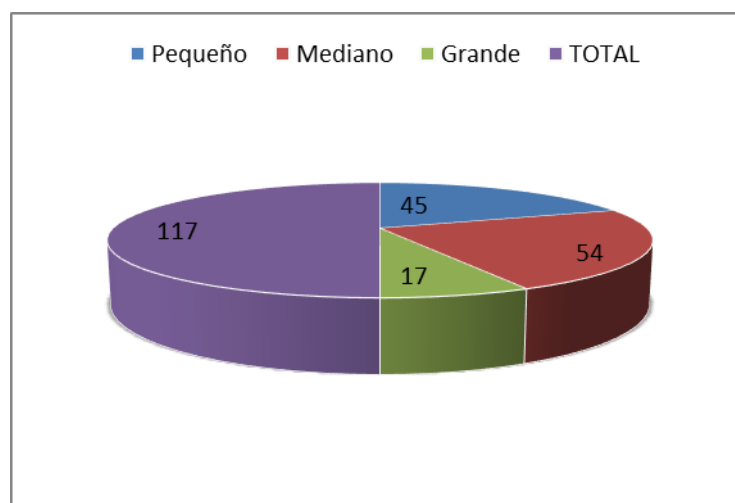
8. ¿En qué presentación (dimensión) le gustaría comprar bolsos de nylon?

CUADRO N° 12

VARIABLE	NUMERO	%
Pequeño	46	38,8
Mediano	54	46,5
Grande	17	14,7
TOTAL	117	100,0

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 14



Análisis e interpretación. De la investigación de mercado, se determinó que un 46.5% de la población prefieren a los bolsos de tamaño mediano, un 38 % pequeños y un mínimo porcentaje 14.7% en tamaño grande, deduciendo que la empresa deberá confeccionar los bolsos en su mayoría de tamaño mediano por ser el de mayor acogida de sus posibles clientes.

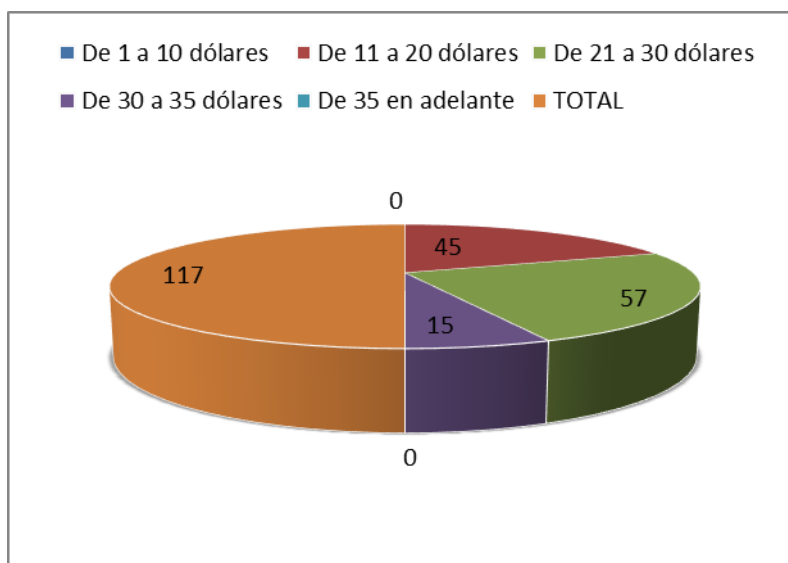
9. ¿Cuánto paga usted por un bolso de Nylon?

CUADRO N° 13

VARIABLE	NUMERO	%
De 1 a 10 dólares	0	0,0
De 11 a 20 dólares	45	38,6
De 21 a 30 dólares	57	48,4
De 30 a 35 dólares	15	13,0
De 35 en adelante	0	0,0
TOTAL	117	100,0

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 15

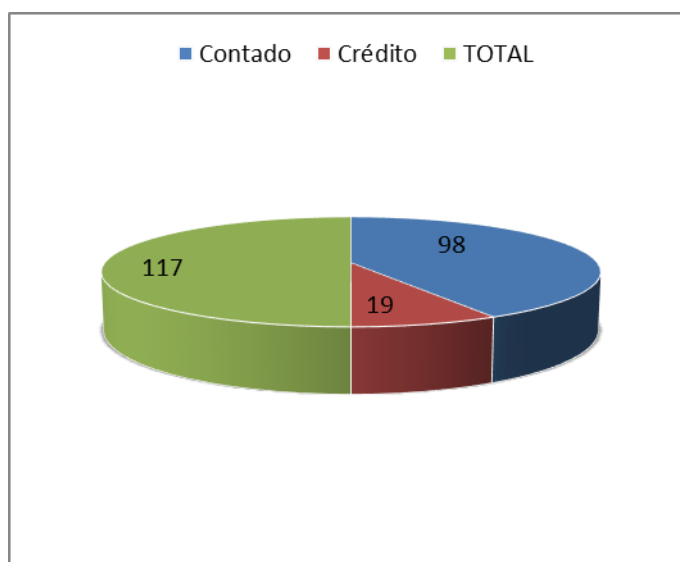


Análisis e interpretación. El 38.6 % de las mujeres encuestadas pagan por un bolso de Nylon, de \$11 a \$20 dólares, el 48.4 % de \$21 a \$30 dólares y el 13 % paga por un bolso de \$30 a 35 dólares. Por lo tanto el número de clientes potenciales paga por el producto de 21 a 30 dólares.

10. ¿Cuál es su forma de Pago?**CUADRO N° 14**

VARIABLE	NUMERO	%
Contado	98	83,5
Crédito	19	16,5
TOTAL	117	100,0

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 16

Análisis e interpretación. De la población encuestada, se puede determinar que el 83.5 % expresan que su forma de pago es al contado y solamente el 16.5% lo harían a crédito, lo que es una ventaja para la empresa ya que no corre el riesgo de perder por entregar productos a crédito.

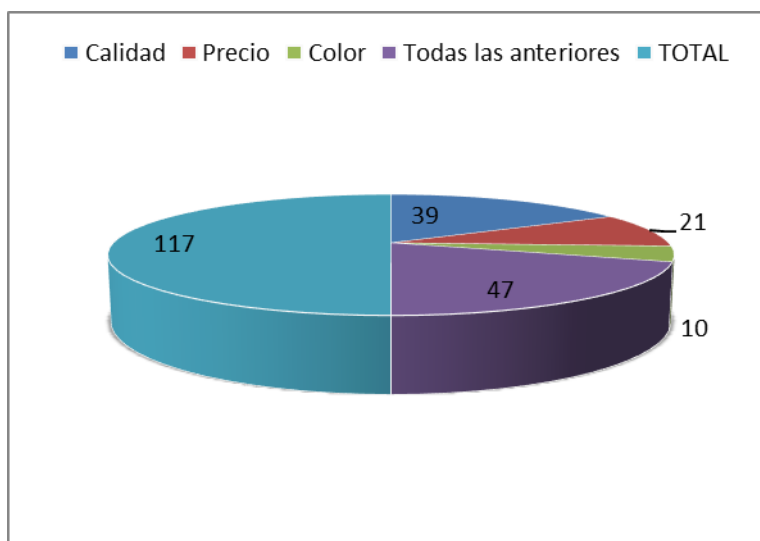
11. ¿Qué es lo que más le interesa a usted al momento de adquirir un bolso de Nylon?

CUADRO N° 15

VARIABLE	NUMERO	%
Calidad	39	33,5
Precio	21	18,2
Color	10	8,2
Todas las anteriores	47	40,0
TOTAL	117	100,0

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 17



Análisis e interpretación. Con éstos resultados, se determina la exigencia de la población con respecto a la presentación del producto ya que un 40% han expresado sus intereses en la buena calidad, buen precio y colores agradables de los bolsos, al 33% les interesa más la calidad, al 18.2% el precio y solamente el 8.2% se fijan en el color de la prenda.

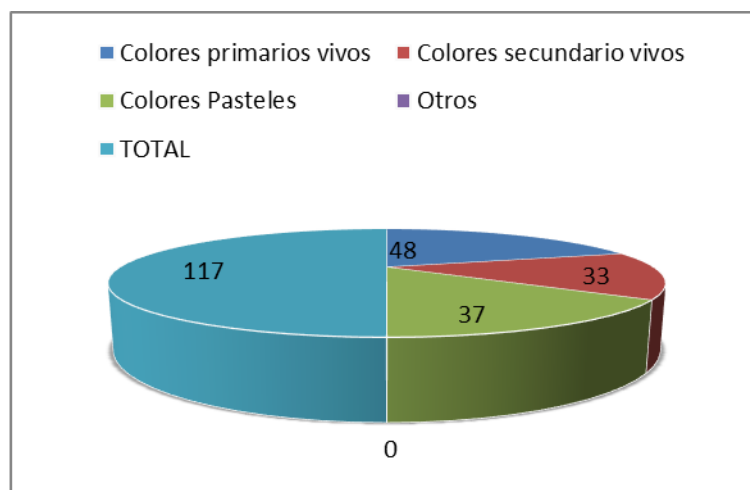
12. ¿Cuáles son los colores que usted prefiere al momento de adquirir un bolso de Naylon?

CUADRO N° 16

VARIABLE	NUMERO	%
Colores primarios vivos	48	40,6
Colores secundario vivos	33	28,2
Colores Pasteles	37	31,2
Otros	0	0,0
TOTAL	117	100,0

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 18



Análisis e interpretación. De acuerdo al estudio de mercado, se determina que un 40.6% prefieren adquirir sus bolsos de colores vivos primarios, un 31.2% dotan por los colores pasteles y a un 28.2% les gustan los colores vivos secundarios; por lo que la empresa debe tomar en cuenta esta información al momento de confeccionar los bolsos para obtener productos de acuerdo a las expectativas de los consumidores.

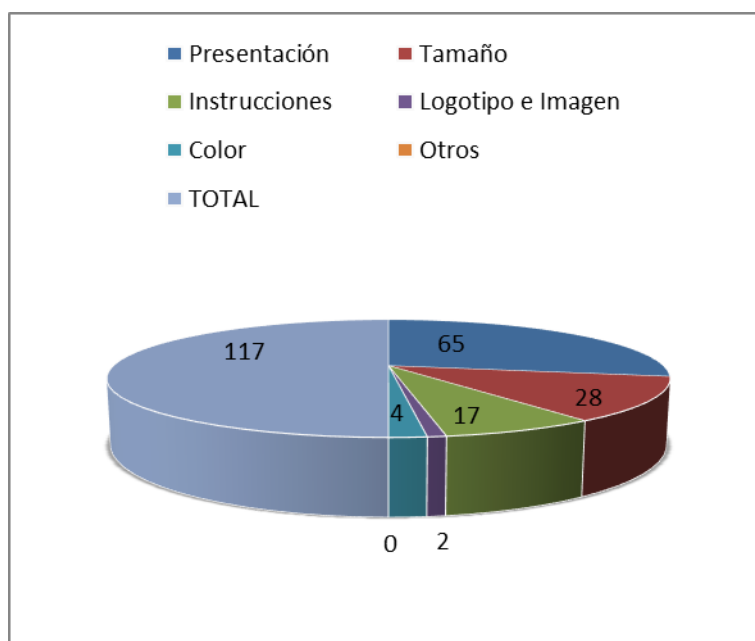
13. ¿Qué es lo que más le llama la atención en la etiqueta del producto?

CUADRO N° 17

VARIABLE	NUMERO	%
Presentación	65	55,9
Tamaño	28	24,1
Instrucciones	17	14,7
Logotipo e Imagen	2	1,8
Color	4	3,5
Otros	0	0,0
TOTAL	117	100,0

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 19



Análisis e interpretación. Con éstos resultados, podemos deducir que un 55.9% de la población se fija más en la presentación de la etiqueta, un 24.1% en el tamaño y unas pequeñas cantidades en el logotipo y color de la misma.

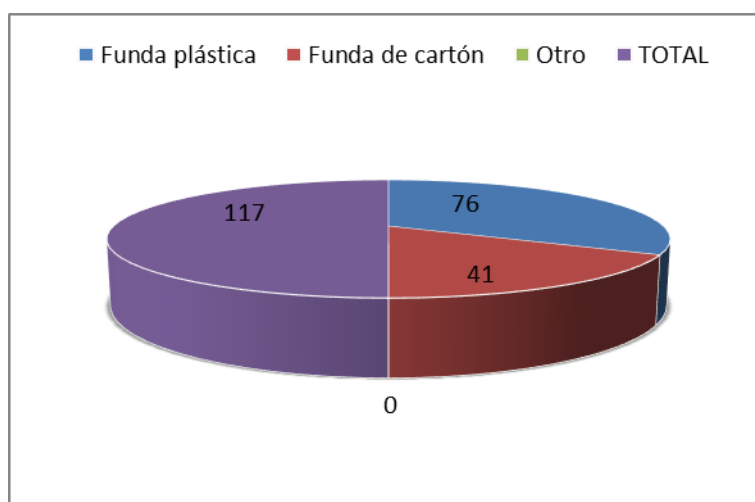
14. En que material le gustaría que se envasara un bolso de Nylon?

CUADRO N° 19

VARIABLE	NUMERO	%
Funda plástica	76	65,3
Funda de cartón	41	34,7
Otro	0	0,0
TOTAL	117	100,0

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 21



Análisis e interpretación. De acuerdo a la investigación de mercado, se determina que un 65.3% de la población encuestada, prefieren que sus productos sean entregados en una funda plástica, mientras que el 34.7% optarían por la funda de cartón, siendo así la empresa deberá diseñar un envase plástico para la entrega de los productos.

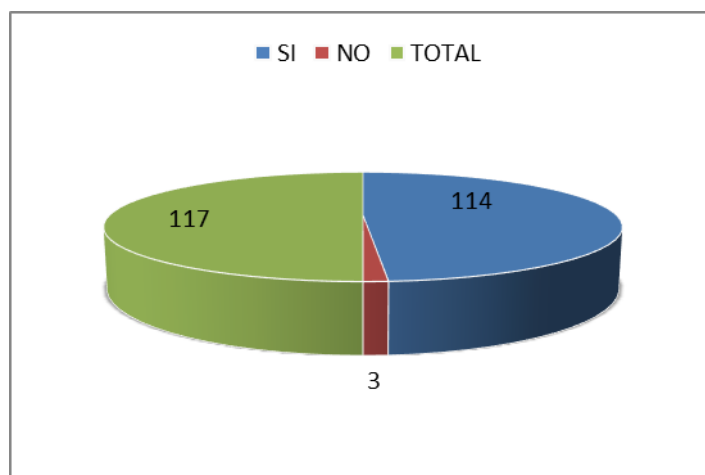
15. ¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?

CUADRO N° 20

VARIABLE	NUMERO	%
SI	114	97,6
NO	3	2,4
TOTAL	117	100,0

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 22



Análisis e interpretación. De acuerdo a la investigación de mercado, se determina que un 97.6% de la población encuestada, están de acuerdo con que la empresa ofrezca promociones a sus clientes, mientras que un mínimo porcentaje manifiestan que no. Por lo que la empresa tomando como referencia esta información deberá planificar actividades enfocadas a promocionar el producto que ofrece.

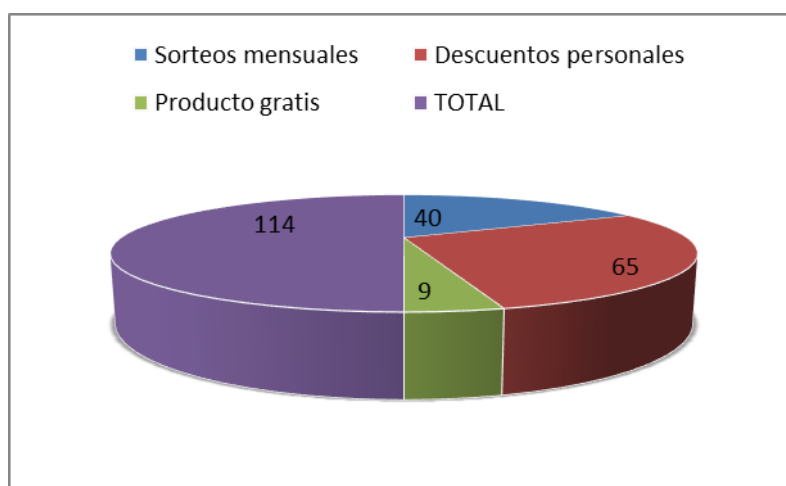
- a) *Si su preferencia es positiva, señale que tipo de promociones le gustaría que la empresa le ofrezca?*

CUADRO N° 21

VARIABLE	NUMERO	%
Sorteos mensuales	40	34,9
Descuentos personales	65	56,6
Producto gratis	11	8,4
TOTAL	114	100,0

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 23



Análisis e interpretación. Del porcentaje de población que expresan que les gustaría que la empresa les ofrezca promociones, el 56.6% prefieren descuentos personales, el 34.9% sorteos mensuales y el 8.4% productos gratis.

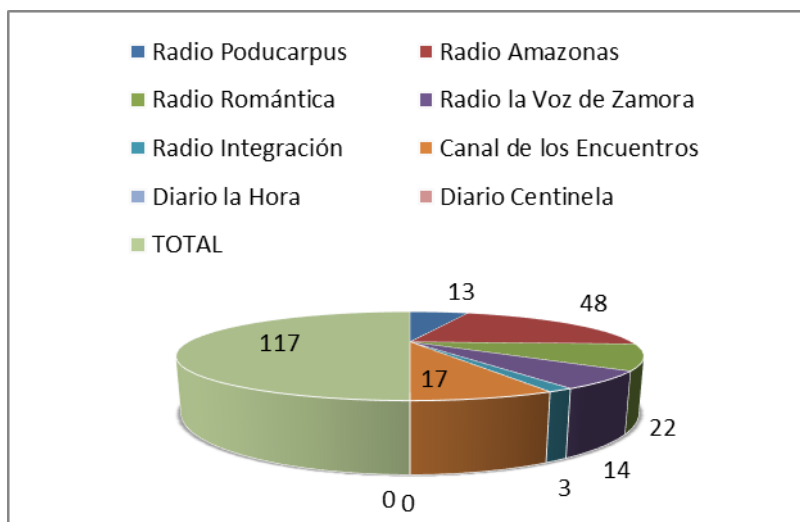
16. ¿Qué medio publicitario le gustaría a usted que le informara sobre la existencia de los Bolsos de Nylon.

CUADRO N° 22

VARIABLE	NUMERO	%
Radio Poducarpus	13	11,0
Radio Amazonas	48	40,7
Radio Romántica	22	18,7
Radio la Voz de Zamora	14	12,1
Radio Integración	3	2,7
Canal de los Encuentros	17	14,8
Diario la Hora	0	0,0
Diario Centinela	0	0,0
TOTAL	117	100,0

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 24



Análisis e interpretación. De acuerdo a la investigación de mercado, se establece que un 40.7% de la población encuestada sintonizan más la Radio Amazonas, seguida de la Radio Romántica con un 18.7% , canal de los Encuentros con un 14.8% y en porcentajes mínimos la Radio Poducarpus, la Voz de Zamora y Radio Integración; por lo tanto se determina que la empresa tendrá que hacer su publicidad por medio de la Radio Amazonas por ser la que tiene mayor cobertura y acogida en el cantón.

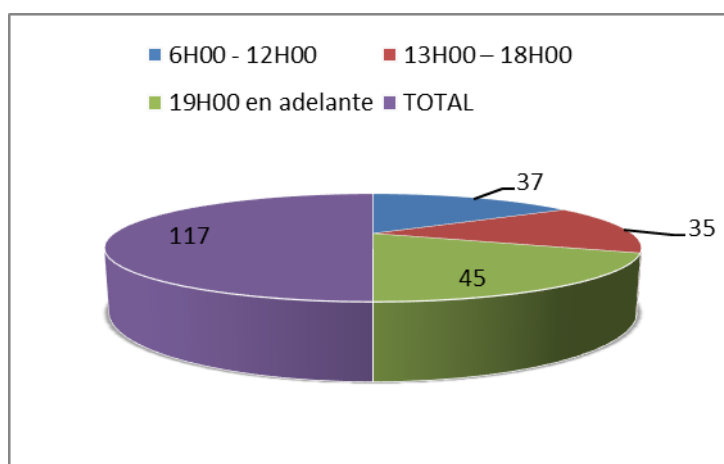
17. En qué horarios usualmente usted tiene acceso a estos medios publicitarios?

CUADRO N° 23

VARIABLE	NUMERO	%
6H00 - 12H00	37	31,9
13H00 – 18H00	35	29,7
19H00 en adelante	45	38,5
TOTAL	117	100,0

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 25



Análisis e interpretación. El 38.5% de mujeres manifiestan que tienen mayor acceso a los medios de comunicación a partir de las 19H00, el 31.9% de 6H00 a 12H00 y el 29.7% de 13H00 a 18H00.

Estos resultados permiten definir la estrategia de publicidad que utilizará la empresa, con la finalidad de introducirse a través de la publicidad en el mercado.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

²¹“Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”

Mediante el análisis de la demanda, permite conocer la existencia de usuarios que estén en condiciones suficientes de producir una demanda del producto a ofrecer, que justifique la ejecución del proyecto de la futura empresa.

DEMANDA POTENCIAL

Para determinar la demanda potencial del presente proyecto, en el cantón Paquisha, provincia de Zamora Chinchipe, se ha considerado al porcentual de consumidoras de bolsos de distintos materiales que es del 81.1% y la proyección poblacional para el año 2013 que son de 1192 mujeres, teniendo una tasa de crecimiento poblacional del 1.52% según datos del INEC, cuya cifra se proyectara para los cinco años de vida útil del proyecto.

CUADRO N° 24

DEMANDA POTENCIAL

AÑO	POBLACIÓN	% DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN PROYECTADA	DEMANDA POTENCIAL 81,10%
0			1192	967
1	1192	1,52%	1210	981
2	1210	1,52%	1229	996
3	1229	1,52%	1247	1011
4	1247	1,52%	1266	1027
5	1266	1,52%	1285	1042

Fuente: Estudio de campo, INEC.

Elaboración: La autora

²¹ FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN/ Juan Gallardo Cervantes

DEMANDA REAL O ACTUAL

Para determinar la demanda real o actual se utilizó los resultados de las encuestas de las mujeres que realmente adquieren bolsos de Naylon siendo un 48.6% de la población en estudio.

CUADRO N° 25

DEMANDA REAL O ACTUAL

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL 48,60%	CONSUMO PER CAPITA	DEMANDA REAL
0	967	470	4	1879
1	981	477	4	1908
2	996	484	4	1937
3	1011	492	4	1966
4	1027	499	4	1996
5	1042	507	4	2027

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado: La Autora

Para determinar el consumo PER CÁPITA se aplicó el siguiente procedimiento.

CALCULO DEL USO PER CÁPITA

Compra Anual = 471 Bolsos

Compra Promedio Anual = 471/117

Compra Promedio Anual = 4.02

Es decir el promedio consumo anual es de 4 bolsos al año.

DEMANDA EFECTIVA

Para la determinación de la demanda efectiva se tomó en cuenta los resultados del estudio de mercado para conocer quiénes comprarían el producto que ofrece la nueva empresa; del cual se obtiene que el 93.4% están dispuestos a comprar el producto en la nueva empresa.

CUADRO N° 28
DEMANDA EFECTIVA

AÑO	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA 93,40%
0	1879	1755
1	1908	1782
2	1937	1809
3	1966	1837
4	1996	1864
5	2027	1893

Fuente: Guión de entrevista
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta constituye la cantidad de bienes o servicios que las empresas están dispuestas a vender o prestar en un mercado determinado, dependiendo de los precios, de la competencia y de la capacidad de producción.

Determinación de la Oferta

El producto que se pretende elaborar en la presente investigación, no es producido en el cantón Paquisha, por no existir empresas que elaboren éste producto, estableciendo solamente la comercialización en almacenes de ropa y zapatos; así como también quienes ofrecen éste producto son algunas mujeres artesanas dedicadas a realizar actividades manuales, pero solamente lo producen en mínimas cantidades.

Para poder determinar el comportamiento de la oferta de bolsos de Nylon y por tratarse de un cantón pequeño se realizó entrevistas a los propietarios de todos los almacenes de ropa y zapatos; así como también a aquellas mujeres que se tiene conocimiento que elaboran éste producto dentro de sus actividades manuales.

Para la determinación de la oferta se tomará en cuenta las siguientes preguntas formuladas en la entrevista:

1. ¿Tiene usted en su negocio Bolsos de Nylon?

CUADRO N° 30

VENTA DE BOLSOS DE NAYLON

VARIABLE	NUMERO	%
SI	5	20.8
NO	19	79.2
TOTAL	24	100%

Fuente: Guión de entrevista
Elaboración: La Autora

Se procedió a preguntar si en su negocio vendían Bolsos de Nylon, dando como resultado que un 20.8% si venden, mientras que un 79.2% manifestaron que no.

2. Con respecto a los Bolsos de Nylon, ¿Cuál es el promedio de venta mensual que su negocio realiza?

CUADRO N° 31

ENTREVISTADOS	N° OFERENTES	PROMEDIO MENSUAL DE VENTA (Oferta Mensual)	PROMEDIO ANUAL DE VENTA (Oferta Anual)
ALMACENES (ropa, calzado, mujeres artesanas)	5	3,0	180
TOTAL	5	15	

Fuente: Guión de entrevista
Elaboración: La Autora

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha es la relación que existe entre la oferta y la demanda, la cual permite determinar el número de mujeres que demandan del producto que ofrecerá la nueva empresa.

El análisis de la Oferta y la Demanda nos permite determinar la demanda Insatisfecha para el producto, como se pudo determinar en el estudio de la oferta, esta se realizó mediante una entrevista con los propietarios de los diferentes almacenes de ropa, calzado y artesanías del cantón Paquisha, de las cuales se tomó las cantidades de productos vendidos sumado entre sí y se sacó el promedio mensual, para luego multiplicarlo por los doce meses y así obtener el resultado de la oferta anual la misma que es de 180 Bolsos de Naylon en el año.

CUADRO N° 32

DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
1	1755	180	1575
2	1782	180	1602
3	1809	180	1629
4	1837	180	1657
5	1864	180	1684

Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Para la comercialización del producto “Bolsos de Naylon”, la empresa tomará en cuenta las 4ps: Producto, Precio Plaza y Promoción.

Producto

La definición moderna de lo que es un producto en la ciencia, arte y técnica de la comercialización y el producto en sí, son los atributos tangibles e intangibles que incluyen entre otros, la forma, el color, el precio, la calidad, los servicios adicionales y la reputación e imagen del fabricante.

❖ *Descripción del producto*

El producto que se pretende ofrecer al mercado, tiene como nombre **BOLSOS DE NAYLON**, elaborado con hilo de Nylon, forro de tela, y accesorios decorativos, tejido a base de crochet, exclusivamente a mano con una excelente terminación, diseñado en una dimensión mediana de 21cm de alto por 30cm de ancho y una profundidad de 15cm, para que el cliente pueda lucirlo y guardar sus pertenencias fuera de lo común, ya que de acuerdo al estudio de mercado es el tamaño que mayor acogida tiene por el consumidor. El producto será etiquetado y luego envasado en funda plástica; así mismo el producto cumplirá con las exigencias del mercado como son: buena calidad, precios accesibles y colores llamativos y variados.

Gráfico N° 26



Las características de los bolsos son:

- ❖ **Material de elaboración:** Hilo Nylon
- ❖ **Forma:** diversos
- ❖ **Color:** variados
- ❖ **Tamaño:** Mediano
- ❖ **Modelos:** a su elección
- ❖ **Decoración:** cintas, mullos, evillas, etc.
- ❖ **Logotipo y Slogan el Producto**

Gráfico N° 27



Slogan: *“Bolsos de Nylon, el accesorio que complementa tu belleza”*

PRECIOS

La competencia de precios en el mercado existe, mientras la una baja el precio, la otra lo hace de igual forma o viceversa, la empresa del proyecto procurará llevar un precio técnico; es decir, relacionar con la sumatoria de los costos totales más un margen de utilidad para la empresa, pero este precio deberá ser lo suficientemente flexible para ajustarse a las necesidades de la empresa, realizando los análisis de sensibilidad correspondientes y es posible ofrecer al mercado un producto con menor precio que el de la competencia.

Costo unitario = Costo Total / Número de unidades producidas

Precio de venta = Costo Unitario + Margen de Utilidad.

PLAZA

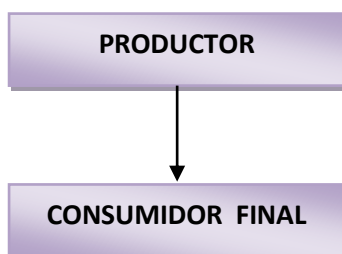
La empresa para optimizar su distribución debe buscar los canales más propicios y eficientes para que el flujo de productos sean mayores.

Para vender los bolsos de nylon, en los diferentes lugares del cantón Paquisha, que es la plaza de influencia de mercadeo; se utilizarán como canal apropiado: Microempresa - Consumidor final

Consumidor Final, son aquellas personas que al final adquirirán el producto que se elabora en la empresa con las respectivas características requeridas por los mismos.

Gráfico N° 28

CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA



Elaboración: La Autora

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Políticas de promoción.

La promoción es el arte de persuadir al consumidor, hacer conocer el producto y la imagen de la empresa por medio de la comunicación influyendo positivamente en el comprador y el entorno situacional, para ello utilizaremos las siguientes estrategias:

- **Publicidad y Propaganda.-** La publicidad está constituida por la comunicación masiva y es pagada a los medios de comunicación existentes en el entorno y su radio de acción de la empresa; donde se identifique con claridad a la empresa y sus productos, con todas las características y atributos de los mismos.

Los medios de mayor cobertura en el cantón Paquisha son la TV, la Radio Difusión y la Prensa Escrita, en donde de acuerdo a la encuesta realizada se logró determinar que entre los favoritos por mercado meta son los siguientes:

a. Radio

b. TV

RADIO

Para la promoción y publicidad, se empleará a las dos empresas difusoras más escuchadas en el cantón Paquisha y dentro de la provincia de Zamora Chinchipe, como la Radio Amazonas y Radio Romántica, en estas radiodifusoras se transmitirá anuncios publicitarios sobre los productos a ofertar; las promociones y ofertas que la empresa realice como sorteos mensuales, descuentos, etc. Dicha publicidad se la realizará de 6H00 – 12H00 y de las 19H00 en adelante, ya que de acuerdo a los resultados del estudio de campo en éstos horarios es cuando más son sintonizadas por nuestra población objetos de estudio.

TV

En cuanto a la TV, el canal local que más cobertura tiene es el Canal de los Encuentros, en el cual se promocionará los productos pero con menor frecuencia ya que según las encuestas tiene un bajo porcentual de acogida publicitaria.

Promoción en Ventas.- La empresa deberá participar en todos los eventos que le permita hacer conocer sus productos, como estrategias tenemos elaboración de calendarios, actos culturales, ferias, etc.

ESTUDIO TÉCNICO

Mediante el estudio técnico se determinará los requerimientos básicos para la elaboración de los bolsos de Naylon, como disponibilidad de materia prima, recursos humanos, servicios básicos; es decir los recursos necesarios para el proceso de producción y operación de la empresa.

Con el estudio técnico nos permite definir el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.

Tamaño del Proyecto

El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el período de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo, del tipo de proyecto que se está formulando. ”²²

La definición del tamaño de proyecto hace referencia a la cantidad de bolsos a producir; a partir de su capacidad de producción por unidad de tiempo; tomando en cuenta el comportamiento de la oferta y la demanda.

CAPACIDAD INSTALADA

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar en un periodo de tiempo determinado.

Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa.

Una obrera elabora tres bolsos de Naylon durante 480 minutos en total, es decir en un día de trabajo; si su horario de trabajo es de 8 horas diarias de lunes a viernes, es si decir trabaja los 5 días laborables, se obtendrá un total de 15 bolsos a la semana, esto multiplicado por 4 semanas se obtiene 60 bolsos mensuales, y para obtener el resultado anual se procede a multiplicar éstos 60 bolsos por 12 meses que tiene el año dando un resultado de 720 bolsos al año; esto multiplicado por 2 obreras obtenemos un total de 1440 bolsos al año; correspondiendo al 91.4% de la demanda insatisfecha.

CUADRO N° 33

CAPACIDAD INSTALADA

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	%	CAPACIDAD INSTALADA
1	1575	91,4	1440

²² FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS/Marcial Córdoba Padilla
Eco Ediciones, 2006.

CAPACIDAD UTILIZADA

Constituye el rendimiento o nivel de producción diario, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.

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

Por todo ello se planifica comenzar con el 95% de la capacidad instalada de la planta, esto es, que en el primer año de funcionamiento se producirán 1368 bolsos de nylon.

Desde del tercer al quinto año se utilizará el 98% de la capacidad instalada, lo que representa 1411 bolsos de nylon.

CUADRO N° 34

CAPACIDAD UTILIZADA

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	%	CAPACIDAD UTILIZADA
0			
1	1440	95,00%	1368
2	1440	95,00%	1368
3	1440	98,00%	1411
4	1440	98,00%	1411
5	1440	98,00%	1411

Elaborado: La autora

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

“Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización y el de la micro localización.”²³

²³ PROYECTOS DE INVERSIÓN. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN. Sapag, N. (2007). México: Pearson Prentice Hall.

Macro localización

“Es la definición de la zona, región, provincia o área geográfica en la que se localizará la unidad productiva tratando de reducir al mínimo los costos totales.”²⁴ En definitiva es donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto.

La ubicación de la nueva unidad productiva fue escogida por las siguientes razones:

- En el sector de influencia del proyecto no existen empresas que produzcan este tipo de bolsos, por tal razón se ha visto la oportunidad de crear una empresa que ofrezca un producto diferenciado orientado a satisfacer los requerimientos del cliente.
- El sector es de rápido y fácil acceso, cuenta con la infraestructura adecuada y necesaria para la implementación del proyecto, dispone de los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable y alcantarillado.
- Facilidad para el transporte de materia prima y mano de obra disponible en la localidad, recursos indispensables para el desarrollo del proyecto.
- Es un sector conocido a nivel nacional e internacional por el conflicto bélico de Paquisha, Mayaicu y Manchinaza, lo que favorece a la microempresa ya que es visitado por turistas.

En conclusión la microempresa de producción y comercialización de bolsos de Nylon, estará ubicada en la provincia de Zamora Chinchipe, cantón Paquisha, éste cantón tiene una extensión de 343.1Km², cuenta con tres parroquias: parroquia urbana Paquisha, y sus dos parroquias rurales, Nuevo Quito y Bellavista, es un cantón muy conocido a nivel de todo el país por destacarse como histórico y legendario, y por lo tanto es muy visitado por los turistas nacionales e internacionales, ya que; además ofrece una variedad de atractivos turísticos.

²⁴ PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS / Calda Molina Marco.

Gráfico N° 29

MAPA POLÍTICO DE LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE



Fuente: Plan de desarrollo provincial de Zamora Chinchipe

Micro localización

“El emplazamiento (micro localización), en sí consiste en determinar el terreno concreto donde se va a levantar el proyecto y por consiguiente, debe ser más detallada.”

Determina el lugar específico donde se instalará el proyecto, para ello se tomará en consideración algunos factores tales como:

Sistema Vial y Transporte

El cantón Paquisha cuenta con carreteras inter cantonales que se conectan con los cantones Yantzaza y Centinela del Cóndor y desde éstos con la vía Troncal Amazónica; desde aquí se tiene acceso más cómodo a las diferentes provincias del país, creándose así un núcleo vial muy importante, para quienes se trasladan por estos sectores.

El servicio de transporte de pasajeros está dividido en: 4 cooperativas de buses de servicio público, entre ellas la cooperativa Zamora, Nambija, Unión Yantzaza y Unión

Cariamanga, así mismo cuenta con el servicio de camionetas de la Cooperativa Chinguiata.

Cercanía a las Fuentes de Abastecimiento – Materia Prima

Toda la materia prima e implementos que se necesita para la Producción y Comercialización de Bolsos de Nylon no se encuentran disponibles en el cantón Paquisha, por lo que es necesario escoger proveedores de otros cantones y provincias más cercanas, y de ésta forma obtener los requerimientos de abastecimiento para la microempresa y así producir un producto de calidad.

Mano de Obra.

En este aspecto es importante manifestar que para la empresa se necesitará personal que tenga conocimiento y experiencia en tejidos artesanales; lo cual no requiere de personal profesional, por tratarse de un proceso sencillo; por lo tanto la mano de obra se puede obtener con facilidad en la localidad.

Factores Ambientales

En la producción de bolsos de Nylon, existen pequeños residuos de tela e hilos que no son peligrosos y por lo tanto no contaminan el medio ambiente, ya que éstos son eliminados a través de los camiones recolectores de basura municipales, sin poner en riesgo el entorno dentro del cual se desenvuelve la empresa.

Disponibilidad de Servicios Básicos

El lugar donde se encontrará ubicada la empresa cuenta con todos los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, servicios telefónicos, etc., otro aspecto importante es que cuenta con alumbrado público, seguridad, indispensables para un buen desempeño en el desarrollo del proyecto.

Matriz Ponderada

El diseño de la matriz ponderada toma como referencia el método cualitativo por puntos, “este método consiste en definir los principales factores determinantes de una

localización para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye. El peso relativo, sobre la base de una suma igual a uno, depende fuertemente del criterio y experiencia del evaluador. En esta matriz se comparan las localizaciones opcionales, en donde se procede a calificar a cada factor en una localización de acuerdo con la escala de 1 a 10.²⁵

Selección de la Alternativa Óptima

Existe la probabilidad que la empresa productora y comercializadora de bolsos de Nylon se ubique en tres lugares del cantón Paquisha, para tal efecto se ha realizado la matriz ponderada, para definir con certeza el lugar más adecuado para la localización de la planta, para ello se tomará en cuenta a las tres parroquias que conforman el cantón.

CUADRO N° 35

MATRIZ PONDERADA

Factores	PESO	BELLAVISTA		PAQUISHA		NUEVO QUITO	
		Calificación	Calf. Pond.	Calf. Pond.	Calf. Pond.	Calf. Pond.	Calf. Pond.
Transporte y comunicación	0,25	7	1,75	10	2,5	9	2,25
Cercanía a las fuentes de abastecimiento	0,20	6	1,2	7	1,4	6	1,2
Cercanía al mercado consumidor	0,15	7	1,05	9	1,35	9	1,35
Disponibilidad de mano de obra	0,15	6	0,9	9	1,35	9	1,35
Factores Ambientales	0,05	10	0,5	10	0,5	10	0,5
Estructura impositiva/legal	0,05	8	0,4	9	0,45	8	0,4
Disponibilidad de servicios básicos	0,1	8	0,8	10	1	8	0,8
Posibilidad de eliminación de desechos	0,05	10	0,5	10	0,5	10	0,5
TOTAL	1		7,1		9,05		8,35

Fuente: FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS /Marcial Córdoba PadillaEco Ediciones, 2006.

Elaboración: La autora

²⁵ FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS/Marcial Córdoba Padilla Eco Ediciones, 2006.

En la matriz Locacional se han determinado tres lugares para ubicar la empresa, por lo tanto la alternativa óptima para el establecimiento de la empresa es la cabecera cantonal de Paquisha, debido a los diferentes factores de análisis obteniendo mayor puntaje de 9.05%, en segundo lugar Nuevo Quito con 8.35% y finalmente Bellavista con una calificación de 7.1%; por lo tanto la empresa se instalará en el sector de mayor puntuación.

Gráfico N° 30

PLANO DE LA MICRO LOCALIZACIÓN

CIUDAD DE PAQUISHA



Fuente: www.google.com.

Elaboración: La autora

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Proceso de Producción

“El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etc.)”²⁶

Gráfico N° 31

GRAFICO DEL PROCESO PRODUCTIVO



²⁶ PROYECTOS DE INVERSIÓN. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN. Sapag, N. (2007). México: Pearson Prentice Hall.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

Recepción y almacenamiento de la materia prima

Se procede a la realizar la recepción de la materia prima y accesorios, necesarios para la elaboración del producto, en este caso hilo Naylon, tela, botones, cierres, cintas, argollas, etc.

Selección y diseño de patrones

De acuerdo con la materia prima obtenida se procede a seleccionar o diseñar los patrones en papel, para así ejecutar el tejido de acuerdo al diseño seleccionado.

Selección del ganchillo o aguja.

Una vez elaborados los diseños, se selecciona el ganchillo adecuado ya que éstas se presentan desde la de mayor grosor hasta la más delgada, selección que la realiza una buena tejedora para intercalar y elegir las agujas adecuadas que vayan de acuerdo con el diseño para dar forma y elegancia a un hermoso bolso de Naylon

Tejido del patrón a crochet.

El paso siguiente consiste el efectuar el tejido del bolso manualmente con crochet, siguiendo el diseño y los colores de hilo seleccionado, para así obtener el producto semiprocesado, en esta fase se utilizan los diferentes puntos entre ellos los más utilizados son: cadeneta, punto bajo y medio punto, medio mono, mono, doble mono, monos múltiples, disminuciones, punto cruzado, punto de abanicos, punto de piñas, punto palotes; puntos que empleará la tejedora basándose en el diseño del patrón; así mismo iniciará el bolso tejiéndolo ya sea en forma ovalada, circular o recto; todo dependiendo del diseño.

Control de calidad

Luego de obtener el producto semiprocesado y antes de confeccionar el forro, se verifica si éste está de acuerdo a lo especificado en el diseño y si cumple con las condiciones requeridas.

Confección del forro.

Una vez obtenido el bolso tejido, se elabora el forro de acuerdo a su tamaño, forma y color, esto se lo hará con tela resistente que garantice la durabilidad del mismo.

Inserción del forro al bolso.

Aquí se procede a adherir el forro al bolso tejido, que servirá como una protección al producto así como para brindar mayor seguridad a las cosas que el consumidor lleve dentro de él.

Colocación de accesorios.

Luego de realizados los pasos anteriores, se coloca los detalles y accesorios como botones, cintas, y bisutería de moda, que pasan a formar parte de su terminado y exclusividad.

Acabado y perfeccionamiento.

Una vez terminada la confección del bolso de Nylon para damitas, se procede a cortar los hilos sobrantes del proceso de producción, y otras imperfecciones que se encuentren

Control de calidad.

En esta fase se realiza una revisión total del bolso con la finalidad de ubicar ciertas imperfecciones o fallas, aquí se revisa la homogeneidad del tamaño, uniformidad de la costura del forro y tejido, firmeza de botones o cierres, cintas, argollas y seguridad en el sujetador. En el caso de encontrar algún error en la fabricación, se procede a reparar los bolsos, logrando con esto que el bolso se encuentre en óptimas condiciones para el momento de la venta.

Empaque y Almacenamiento.

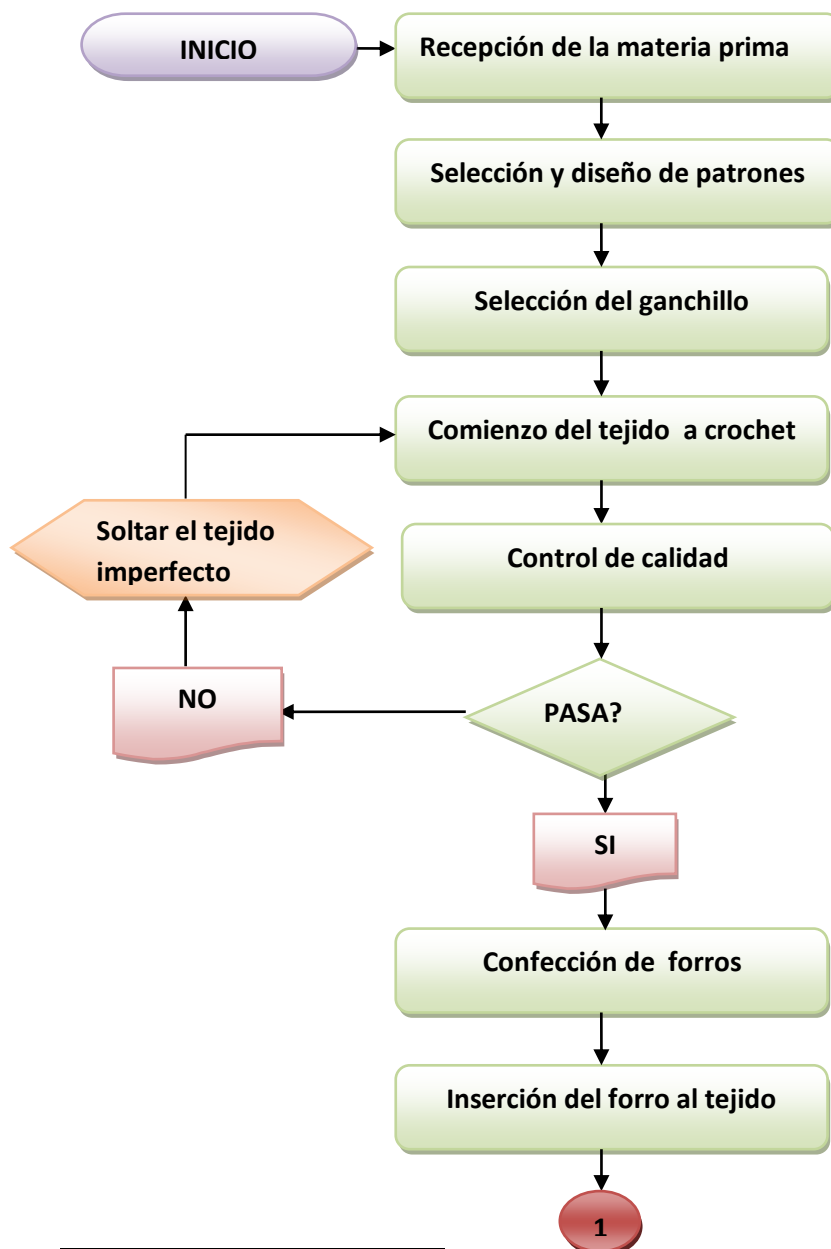
El proceso de almacenamiento y empaque se lo realizará por colores y texturas ya que existirá una amplia variedad de colores, para que la damita que ordene su compra se sienta complacida con la obtención de este accesorio que le será imprescindible y necesario para llevar sus objetos personales y realzar su belleza de mujer; el empaque será con fundas plásticas transparentes que permitan la visibilidad del producto. El producto acabado y en óptimas condiciones será almacenado en la bodega de la microempresa para su comercialización.

DIAGRAMA DE FLUJO

“Los diagramas de flujo (o flujogramas) son diagramas que emplean símbolos gráficos para representar los pasos o etapas de un proceso. También permiten describir la secuencia de los distintos pasos o etapas y su interacción”²⁷

Gráfico N° 32

DIAGRAMA DE FLUJO PARA LA ELABORACIÓN DE BOLSOS DE NAYLON



²⁷http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/quesonlosdiagramasdeflujo

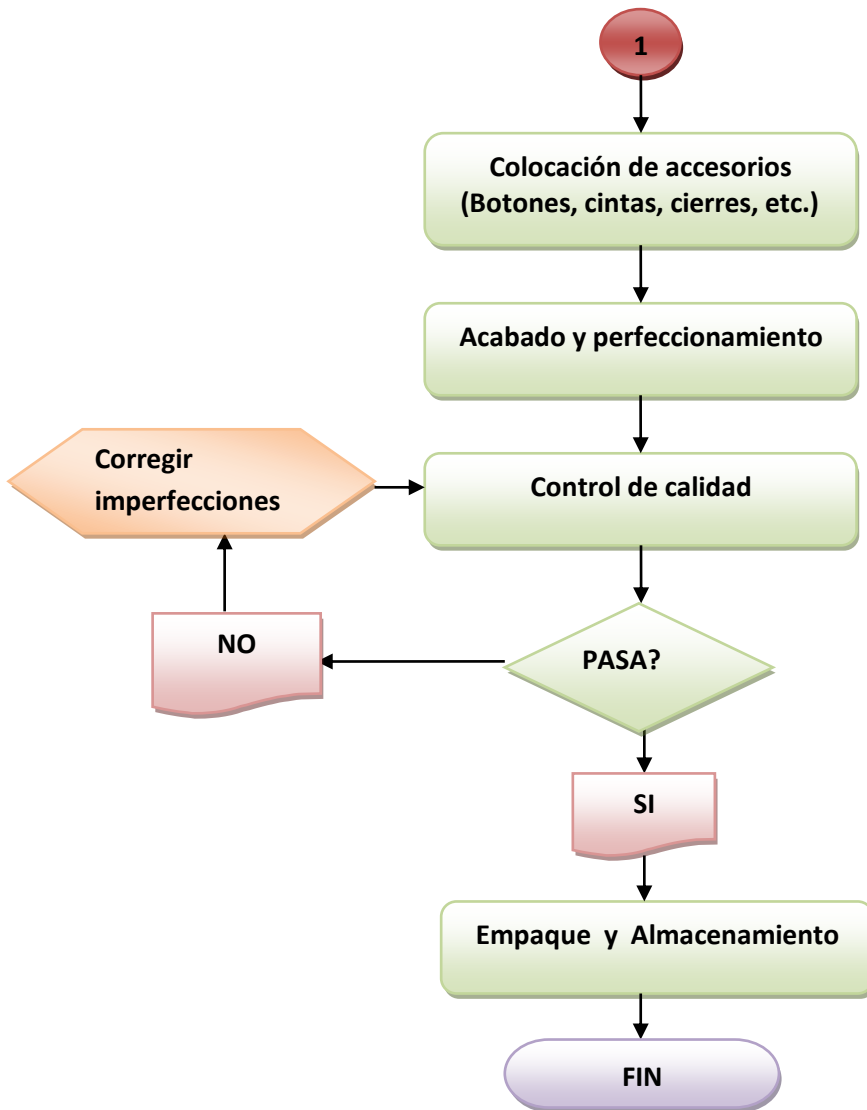


DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO PARA LA ELABORACIÓN DE BOLSOS DE NAYLON

CUADRO N° 36

FASES	OPERACIÓN	INSPECCIÓN OPERACIONE	INSPECCIÓN	ESPERA	TRASPORTE	ALMACENAMIE	NTO	FUNCIONARIOS	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	DISTANCIA (METROS)	TIEMPO (MINUTOS)
1	●							B	Recepción de la materia prima	0	10
2						▼			Almacenamiento	2	5
3	●								Selección o diseño de patrones	2	25
4	●								Entrega de la materia prima	0	5
5			◻						Selección del ganchillo	1	2
6		■							Verificación de la materia prima	0	5
7	●								Tejido del bolso	0	353
8		■							Control de calidad	3	5
				▶		▼			Almacenamiento producto semielaborado	2	5
9	●								Confección de forros	1	15
10	●								Inserción del forro al tejido	0	10
11	●								Colocación de accesorios	0	15
12	●								Acabado y perfeccionamiento	0	10
13		■							Control de calidad	3	5
14	●								Empaque	1	5
15						▼			Almacenamiento	2	5
	9	3	1	1	0	3			Totales	17	480

RECURSOS REQUERIDOS PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES

➤ **Maquinaria**

Máquina de Coser Singer 2250, de costura recta y zig-zag, adecuada para la costura de forros e inserción de éstos en el tejido.

Cantidad: 1

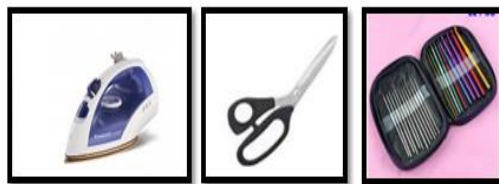


➤ **Herramientas**

2 set de crochet

1 plancha

2 Tijeras



➤ **Equipo de Computación**

1 Computador de mesa

1 Impresora multifunciones

➤ **Muebles y Enseres**

1 Escritorios

1 Silla de escritorio

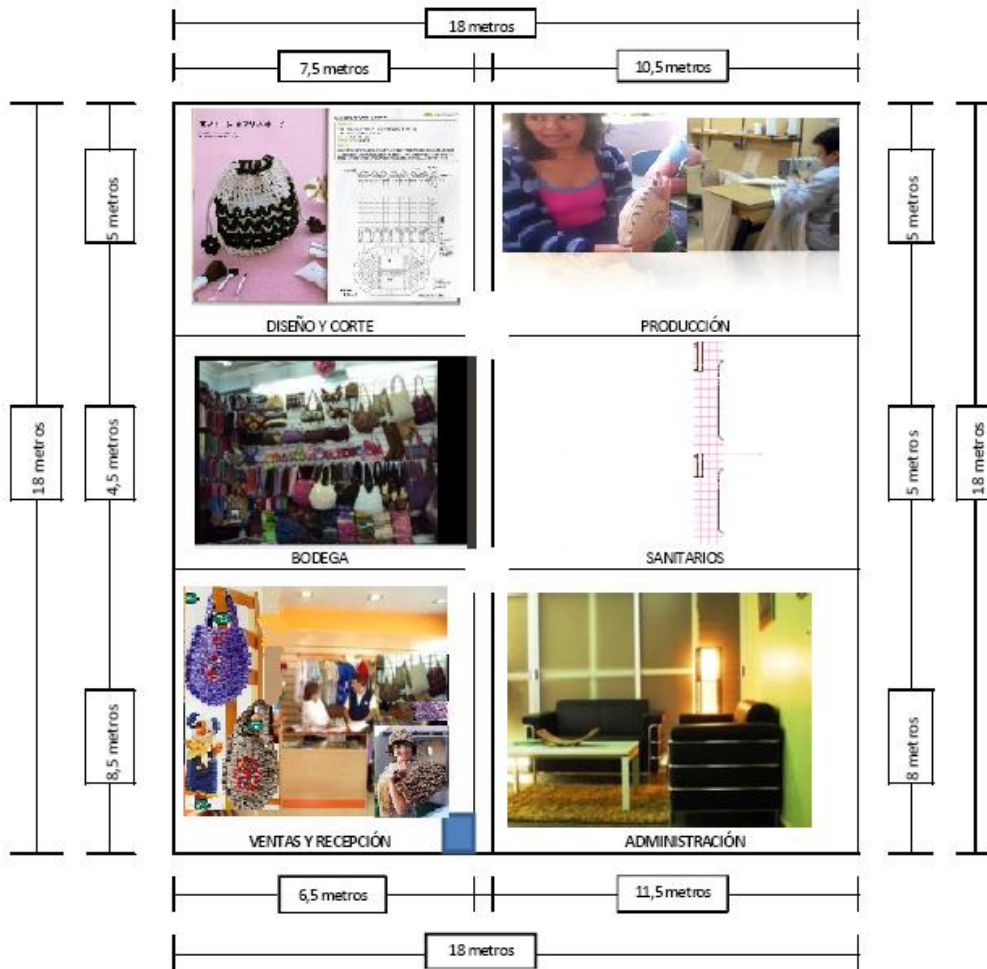
6 Sillas de Plástico

1 Archivador

2 Mesas

Gráfico N° 33

Distribución Física de la Planta



ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y ORGANIZACIONAL

Base Legal

Para la constitución de la empresa se tomará en cuenta la Base Legal pertinente bajo la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada.

Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

Para la constitución y subsistencia de una Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada, se requiere de un socio exclusivamente, quien se llama —gerente propietario“. La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados.

Procedimiento de Constitución

Para la creación de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada deben cumplirse los siguientes pasos:

Obtención de la reserva del nombre de la empresa, ante la Superintendencia de Compañías.

Apertura de la cuenta de integración de capital a nombre de la futura empresa. El banco deberá conferir un certificado que acredite el depósito efectuado, mismo que debe agregarse como documento habilitante a la escritura pública de constitución.

Escritura de constitución de la empresa, otorgada por el gerente propietario, ante notario público.

Otorgada la escritura pública de constitución de la empresa, el gerente-propietario se dirigirá a uno de los jueces de lo civil del domicilio principal de la misma, solicitando su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil de dicho domicilio.

Una vez revisada, si hubiere cumplido todos los requisitos legales, el juez ordenará la publicación por una sola vez de un extracto de la escritura, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la empresa.

Dentro del plazo de veinte días contados desde la publicación del extracto, cualquier persona que se considerare perjudicada por la constitución de la empresa, podrá oponerse fundamentadamente a la misma ante el mismo juez que ordenó la publicación.

Vencido este plazo, si no existieren oposiciones por parte de terceros, el juez aprobará la constitución y ordenará su inscripción en el Registro Mercantil del cantón del domicilio principal de la misma. Si la empresa fuere a tener sucursales, la inscripción antedicha también se practicará en el o los cantones en que tales sucursales fueren a operar.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA “MARY ANYELA & EXCLUSIVIDAD Y ELEGANCIA, E.U.R.L”

SEÑOR NOTARIO:

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, una constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA: COMPARECIENTES: NORMA PIEDAD ABAD AVILA, de nacionalidad ecuatoriana, portadora de la cedula número 1900386853, de estado civil soltero, en su calidad de Gerente Propietario, y en ejercicio pleno de sus derechos comparece a la constitución de la microempresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada “MARY ANYELA & EXCLUSIVIDAD Y ELEGANCIA, E.U.R.L” una compañía organizada y existente de acuerdo a las leyes del Ecuador.

SEGUNDA: DECLARACIÓN DE VOLUNTAD: La compareciente declara que constituye una empresa unipersonal de Responsabilidad Limitada, que llevará el nombre de “MARY ANYELA & EXCLUSIVIDAD Y ELEGANCIA, E.U.R.L”, y que

tendrá como marco legal la Constitución de la República, la ley de compañías, el código de comercio, a los convenios de las partes y a las normas del código civil.

TERCERO: DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN.

Art. 1. Denominación.- La *razón social* de la empresa se denominará “**MARY ANYELA & EXCLUSIVIDAD Y ELEGANCIA, E.U.R.L**”.

Art. 2. Domicilio.- La empresa tiene su *domicilio* en la ciudad de Paquisha, cantón Paquisha, provincia de Zamora Chinchipe.

Art. 3. Objeto social.- La empresa tendrá por objeto la producción y comercialización de bolsos de Naylon.

Art. 4. Duración.- Constitúyase la presente empresa unipersonal de Responsabilidad Limitada para un periodo de cinco años, contados a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil; terminado este tiempo la empresa podrá volver a renovar su constitución si así lo desea.

CUARTO: CAPITAL: El capital social de la empresa será de cinco mil dólares americanos, monto que ha sido destinado por el gerente propietario para sus actividades empresariales.

La empresa iniciará sus actividades, una vez aprobada y registrada en el registro mercantil.

Es dada y firmada en la ciudad de Zumbi, a los 09 días del mes de mayo del 2014.

Norma Piedad Abad Avila

C.I. 1900386853

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

“La estructura organizacional es el conjunto de unidades y relaciones que integran la empresa. Para el diseño de una estructura organizacional hay que tomar en cuenta ciertos parámetros como el de definir los tipos de puestos que se deben crear en la empresa, y sobre todo saber encontrar a las personas más adecuadas para cubrir dichos puestos, pues son ellos los pilares de toda organización y quienes harán posibles el logro de los objetivos planteados”²⁸

MARY ANYELA & EXCLUSIVIDAD Y ELEGANCIA, trabajará con una estructura que se acople adecuadamente a las necesidades primordiales de la empresa.

La estructura orgánica de la empresa **MARY ANYELA & EXCLUSIVIDAD Y ELEGANCIA**, presenta los siguientes niveles jerárquicos:

Nivel Directivo

En este nivel se encuentra el Gerente Propietario, quien será la máxima autoridad y su principal función es la toma de decisiones para el buen funcionamiento de la empresa.

Nivel Ejecutivo

En la empresa **MARY ANYELA & EXCLUSIVIDAD Y ELEGANCIA E.U.** estará comprendido por los distintos departamentos a futuro que trabajarán conjuntamente coordinando las actividades a realizarse, para alcanzar con los objetivos planteados de la empresa. Pero al momento la persona de apoyo será la Contadora Externa.

Nivel Operativo

En el nivel operativo también se abordan cuestiones (normalmente más sencillas) relacionadas con el desarrollo de sus tareas específicas.

En este nivel se ubican las operarias quienes serán las encargadas de poner en marcha el proceso de producción para la elaboración de los bolsos de Naylon, garantizando la calidad del producto.

²⁸ ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS / A. Reyes Ponce 4ta. Edición 2003.

ORGANIGRAMAS

“El organigrama representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer la estructura general de la organización. Son sistemas de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad.

- **Organigrama Estructural:** Representa el esquema básico de una organización, permitiendo conocer de manera objetiva sus partes integrantes, es decir sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas.
- **Organigrama Funcional:** Es una modalidad de la empresa, consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de cada unidad; iniciando por las de mayor importancia.

Gráfico N° 34

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

MARY ANYELA & EXCLUSIVIDAD Y ELEGANCIA

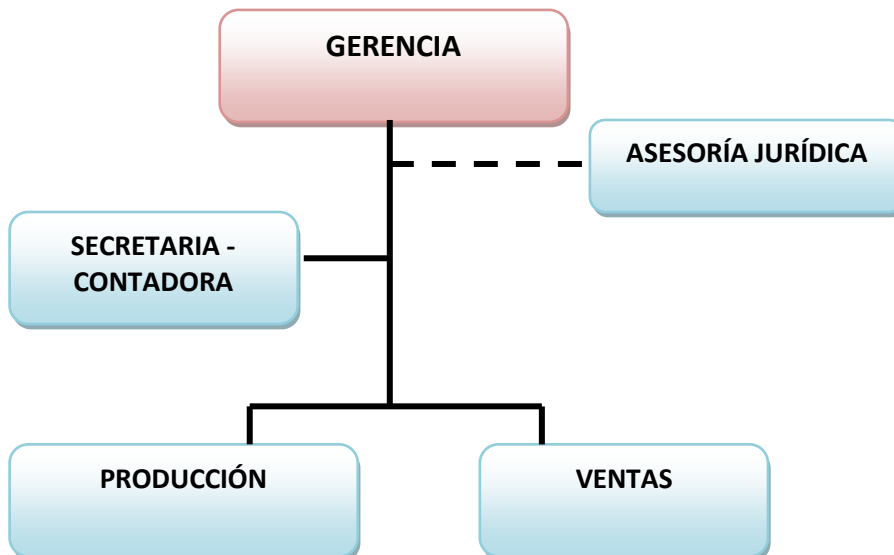
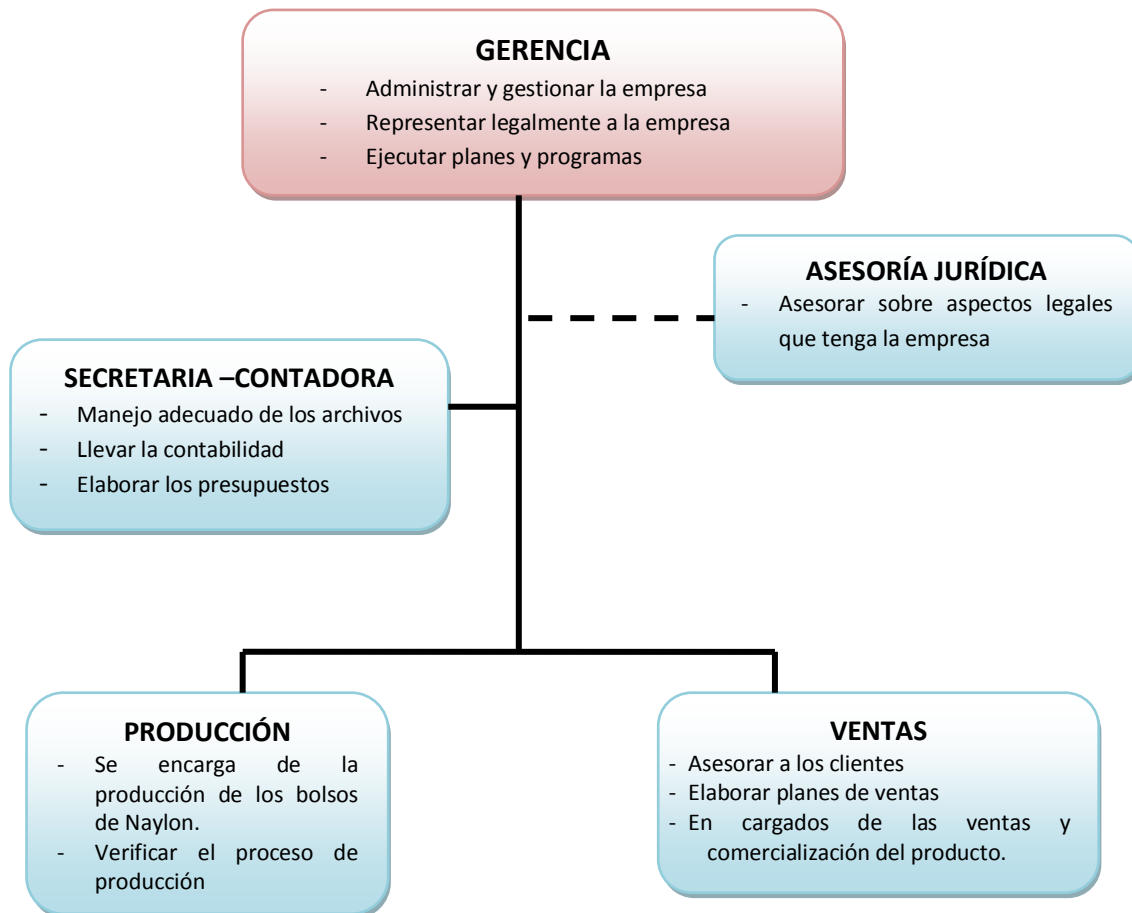


Gráfico N° 35

ORGANIGRAMA FUNCIONAL**MARY ANYELA & EXCLUSIVIDAD Y ELEGANCIA**

MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO	GERENTE
JEFE INMEDIATO	-
MISIÓN	Planificar, dirigir, coordinar y controlar las actividades de la empresa, para el cumplimiento de sus fines, objetivos y metas.
FUNCIONES	
	<ul style="list-style-type: none"> • Representar legal, judicial y extrajudicial a la Empresa. • Diseñar y proponer estrategias, políticas, procesos y procedimientos para la empresa • Liderar de forma responsable, la empresa con autoridad de toma de decisiones dentro de la misma. • Será responsable, teniendo a su cargo la autoridad sobre todo el personal, ejerciéndolo de forma directa o frontal. • Coordinar con el resto de áreas para trabajar en forma conjunta. • Será el encargado de realizar convenios estratégicos y positivos para la empresa. • Efectuar estrategias que encaminen a la buena relación entre el medio, la empresa y su entorno. • Fijar objetivos realistas y alcanzables para la empresa. • Tener una eficiente planeación de los recursos humanos.
PERFIL DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> • Ing. En Administración de Empresas o carreras afines. • Experiencia: 3 años • Capacitación: Administración de la producción Manejo de Procesos Contabilidad Manejo de costos de producción Poseer creatividad, capacidad de análisis y liderazgo.
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ing. En Administración de Empresas

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO	ASESOR JURÍDICO
JEFE INMEDIATO	GERENTE – PROPIETARIO
MISIÓN	Aconsejar, asesorar, e informar sobre asuntos legales de la empresa.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar a l gerente propietario y demás funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico. • Aconsejar sobre materia legal sobre proyectos de la empresa. • Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa. • 	
PERFIL DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel Doctor en Jurisprudencia. • Experiencia mínima de 5 años en ejercicio de su profesión. •
REQUISITOS	Doctor en Jurisprudencia.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO	CONTADOR
JEFE INMEDIATO	GERENTE – PROPIETARIO
MISIÓN	Gestionar y supervisar los procedimientos económicos y financieros de la microempresa.
FUNCIONES	
	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar el control de ingresos y egresos de la empresa. • Control de la facturación. • Declaración de impuestos generados. • Realizar aperturas y seguimiento de los libros de contabilidad. • Establecimiento de sistema de contabilidad. • Estudios de estados financieros y sus análisis • Certificación de planillas para pago de impuestos. • Aplicación de beneficios y reporte de dividendos. • Elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.
PERFIL DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel Ingeniero en Contabilidad y Auditoría C.P.A. • Experiencia mínima de 2 años en cargos similares. • Conocimiento en paquetes informáticos contables.
REQUISITOS	Ing. En Contabilidad y Auditoría

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO	OBRERA
JEFE INMEDIATO	GERENTE –PROPIETARIO
MISIÓN	Transformar los insumos o materia prima en productos finales, de buena calidad y de acuerdo a las especificaciones diseñadas.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Transformación de insumos en productos terminados. • Corte y confección de forros. • Proceso de elaboración del producto. • Cuidar y dar buen uso a las herramientas de trabajo. 	
PERFIL DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> • Título de Bachiller • Maestra/o artesanal en diseño y tejidos manuales. • Tener conocimientos en corte y confección • Poseer destrezas y habilidad en la elaboración del producto.
REQUISITOS	Maestra/o artesanal en diseño y tejidos manuales.

ESTUDIO FINANCIERO

Presupuestos de Inversión

“Vienen a cuantificar las necesidades en bienes de capital, consecuencia de las decisiones tomadas dentro de la planificación estratégica.

Una vez conocidos los diversos requerimientos para la ejecución del proyecto, se procede a estimar el monto total de la inversión en sus diferentes rubros.

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

- Activos Fijos
- Activos Intangibles o Diferidos y,
- Capital de Trabajo

INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS

“Son bienes tangibles de larga duración adquiridos con el objeto de apoyar las operaciones; por ejemplo: terrenos, edificios, autos, computadores, etc.”²⁹

PRESUPUESTOS DE ACTIVOS FIJOS

A continuación se detalla los activos fijos que se requiere para que la empresa inicie sus operaciones:

Infraestructura

Corresponde a la infraestructura física con que será readecuado el local donde funcionará la microempresa.

²⁹ INTRODUCCIÓN A LA CONTADURÍA/ Óscar R. Sánchez L., Ma. Elena Sotelo S., Martha J. Mota P. /Pearson Prentice Hall 2008.

CUADRO N° 37

INMUEBLES			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Infraestructura	1	22500	22500
SUB-TOTAL			22500

Fuente: Sr. Augusto Ochoa
Elaborado: La Autora

Maquinaria

Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción.

CUADRO N° 38

MAQUINARIA			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Máquina de coser singer, modelo 2250	1	187,50	187,50
SUB-TOTAL			187,50

Fuente: TVentas

Elaborado: La Autora

Herramientas

Son todas aquellas que participan en ciertos procesos de producción; además de la maquinaria y equipo que se emplee para la elaboración del producto.

CUADRO N° 39

HERRAMIENTAS			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Set de crochet	2	6,00	12,00
Plancha Panasonic E500	1	39,00	39,00
Tijeras	2	12,00	24,00
SUB-TOTAL			75,00

Fuente: MULTICENTER ELECTRODOMESTICOS; POLITEX, de la ciudad de Yantzaza
Elaborado: La Autora

Equipo de Computación

Es un elemento indispensable para realizar las tareas administrativas de la empresa.

CUADRO N° 40

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora Portátil	1	615,00	615,00
Impresora Multifunciones	1	84,98	84,98
SUB-TOTAL			699,98

Fuente: PROMUSA ELECTRODOMÉSTICOS, de la ciudad de Yantzaza.
Elaborado: La Autora

Muebles y Enseres

Comprende todos los bienes que se requieren para la adecuación de las instalaciones de la empresa.

CUADRO N° 41

MUEBLES Y ENSERES			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorios	1	180,00	180,00
Sillas Giratoria	1	49,99	49,99
Sillas Plásticas	5	12,00	60,00
Archivador	1	80,00	80,00
Mesas	2	96,20	192,40
Tableros Exibidores	2	90,00	180,00
Estanterías	2	40,00	80,00
SUB-TOTAL			822,39

Fuente: MULTICENTER ELECTRODOMÉSTICOS, de la ciudad de Yantzaza.
Elaborado: La Autora

Equipos de Oficina

Constituye los diversos elementos a utilizarse en el área administrativa de la empresa.

CUADRO N° 42

EQUIPOS DE OFICINA			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Teléfono	1	79,00	79,00
SUB-TOTAL			79,00
TOTAL			1863,87

Fuente: CNT de la ciudad de Zamora

Elaborado: La Autora

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

En el siguiente cuadro se detalla la inversión total que se requiere para la instalación de la empresa.

CUADRO N° 43

Detalle	V/Total
Inmuebles	22500
Maquinaria	187,50
Herramientas	75,00
Equipos de computación	699,98
Muebles y enseres	822,39
Equipos de Oficina	79,00
Imprevistos (3%)	730,9161
TOTAL	25094,7861

Fuente: Presupuestos Activos Fijos

Elaborado: La Autora

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Procedimiento contable que tiene como fin distribuir de una manera sistemática y razonable el costo de los activos fijos, menos su valor de desecho (si lo tiene), entre los años de vida útil estimada del activo.

“Cargo sistemático de una parte de los costos de activos fijos contra los ingresos anuales a través del tiempo.”³⁰

DEPRECIACIONES

Valor Residual = Valor total x % de depreciación

Depreciación anual = (Valor total – Valor residual) / vida útil

CUADRO N° 44

Descripción	Valor del bien	vida útil	% depreciación	Valor Residual	Depreciación anual	Depreciación vida útil
Inmuebles	22500	20	5%	1125,00	1068,75	5343,75
Maquinaria	187,50	10	10%	18,75	16,88	84,38
Herramientas	75,00	10	10%	7,50	6,75	33,75
Equipos de computación	699,98	3	33,33%	233,30	155,56	777,79
Muebles y enseres	822,39	10	10%	82,24	74,02	370,08
Equipos de Oficina	79,00	10	10%	7,90	7,11	35,55
TOTAL				1474,69	1329,06	6645,29

Fuente: Presupuesto activos fijos

Elaborado: La Autora

PRESUPUESTO DE ACTIVOS INTANGIBLES

Se denomina activos diferidos por que se gastan una sola vez, al iniciar las actividades productivas y de comercialización de compañía.

“Son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagados no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta en 5 años.”³¹

³⁰ PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA/ Lawrence J. Gitman /10ma. Edición Pearson Educación, México 2003.

Entre los cuales tenemos:

CUADRO N° 45

ACTIVOS DIFERIDOS		
DESCRIPCIÓN	DOCUMENTOS	COSTO TOTAL
PATENTES	<ul style="list-style-type: none"> · Logotipo · Nombre de los socios · Actividad comercial · Escritura de constitución 	120
ESTUDIOS PRELIMINARES	<ul style="list-style-type: none"> · Estudio de mercado · Estudio técnico · Estudio Organizacional 	1200
PERMISOS	<ul style="list-style-type: none"> · Funcionamiento · Servicio de Rentas Internas 	120
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> · Acta de constitución · Aprobación de la Escritura Publica · Inscripción en el Registro Mercantil · Instalación y Adecuación 	350
Imprevistos	3%	89,5
TOTAL:		1879,5

Fuente: Instituciones Públicas de la ciudad de Zamora.

Elaborado: La Autora

³¹ INTRODUCCIÓN A LA CONTADURÍA/ Óscar R. Sánchez L., Ma. Elena Sotelo S., Martha J. Mota P. / Pearson Prentice Hall 2008.

AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO

“La amortización es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Por lo tanto una amortización es una disminución gradual o extinción gradual de cualquier deuda durante un periodo de tiempo.”³²

“Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos.”³³

Para el presente proyecto los gastos serán amortizados para la vida útil del proyecto, es decir 5 años.

CUADRO N° 46

Cálculo Amortización Activo Diferido

AMORTIZACIONES ACTIVO DIFERIDO							
PRODUCTO	VALOR INICIAL	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Patentes	120	20%	24	24	24	24	24
Estudios Preliminares	1200	20%	240	240	240	240	240
Permisos	120	20%	24	24	24	24	24
Gastos de Constitución	350	20%	70	70	70	70	70
Imprevistos	89,5	20%	17,9	17,9	17,9	17,9	17,9

Elaboración: La autora.

³² <http://www.geopolis.com>

³³ <http://www.mailxmail.com/curso-registros-auxiliares-microsoft-excel-contabilidad/activos-diferidosamortizacion>

ACTIVOS CIRCULANTE

Capital de Trabajo

“Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año.”³⁴

Permite determinar la disponibilidad de dinero para solventar las operaciones del negocio en los meses siguientes y la capacidad para enfrentar los pasivos corrientes.

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Materia Prima Directa.

Para la elaboración de un bolso de Naylon se utiliza dos madejas o tubinos de hilo, por lo que se gasta un total de 1.5 dólares en la cada unidad de producción.

CUADRO N° 47

INSUMO	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR	NÚMERO	VALOR
			UNITARIO	DE BOLSOS	TOTAL
Hilo de Naylon	2	Unidad	1,15	1	2,3
TOTAL					2,3

Fuente: POLITEX, de la ciudad de Yantzaza

Elaborado: La Autora

Proyección de la Materia Prima Directa.

Para la proyección de la materia prima directa se consideró las diferentes cantidades que se van a producir durante los cinco años de vida y el costo de materia prima directa para cada bolso, el mismo que es proyectado utilizando la tasa de inflación anual del año 2013, que según el Banco Central del Ecuador es de 2.7%.

³⁴ <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/capital-de-trabajo-en-administracion-financiera.htm>

CUADRO N° 48

Año	Cantidad	Costo por Bolso 2,7%	Costo Mensual	Costo Anual
1	1368	2,30	262,22	3146,61
2	1368	2,36	269,30	3231,57
3	1411	2,43	285,30	3423,63
4	1411	2,49	293,01	3516,07
5	1411	2,56	300,92	3611,00

Fuente: Cuadros N° 34; 47

Elaborado: La Autora

Materia Prima Indirecta

Son aquellos materiales utilizados para el acabado del bolso de Nylon, es decir los accesorios que lleva cada uno de los bolsos.

CUADRO N° 49

MATERIA PRIMA INDIRECTA

INSUMO	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR	NÚMERO DE BOLSOS	VALOR
			UNITARIO		TOTAL
Broches	1	Unidad	0,25	1	0,25
Correas	1	Unidad	1,25		1,25
Tela de forro	0,13	Unidad	3		0,39
Cierre	1	Unidad	0,75		0,75
TOTAL					2,64

Fuente: POLITEX, de la ciudad de Yantzaza

Elaborado: La Autora

Proyección de la Materia Prima Indirecta

Para la proyección de la materia prima indirecta se consideró las diferentes cantidades que se van a producir durante los cinco años de vida y el costo de materia prima indirecta para cada bolso, el mismo que es proyectado utilizando la tasa de inflación anual del año 2013, que según el Banco Central del Ecuador es de 2.7%.

CUADRO N° 50

Año	Cantidad	Costo por Bolso 2,7%	Costo Mensual	Costo Anual
1	1368	2,64	300,98	3611,77
2	1368	2,71	309,11	3709,28
3	1411	2,78	327,48	3929,73
4	1411	2,86	336,32	4035,84
5	1411	2,94	345,40	4144,80

Elaborado: La Autora

Mano de Obra Directa

La mano de obra directa corresponde al personal que está encargado directamente de la producción de los bolsos de Nylon, en este caso son dos obreras las mismas que tendrá un sueldo básico unificado y todos los derechos de ley.

CUADRO N° 51

Especificaciones	Valor
Sueldo Básico Unificado	318,00
Décimo Tercero	26,50
Décimo Cuarto	26,50
Vacaciones	10,60
Fondos de Reserva	26,50
Aporte Patronal IEES (11,15%)	35,46
SECAP (0,05%)	0,16
IECE (0,05%)	0,16
Total Remuneración	443,88
N° Obreros(2)	887,75
TOTAL ANUAL	10653

Fuente: Insectoría de Trabajo – Zamora Ch.

Elaborado: La Autora

Sueldos de Administración

Corresponde a los sueldos del personal administrativo de la empresa, en este caso corresponde a los sueldos del gerente propietario y de la secretaria – contadora que laborara medio tiempo, tomando en cuenta que se trata de una empresa pequeña donde las actividades son mínimas.

CUADRO N° 52

SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN

Especificaciones	Gerente	Secre-Conta.	
Sueldo Básico Unificado	320,00	160,00	
Décimo Tercero	26,67	13,33	
Décimo Cuarto	26,67	13,33	
Vacaciones	10,67	5,33	
Fondos de Reserva	26,67	13,33	
Aporte Patronal IEES (11,15%)	35,68	17,84	
SECAP (0,05%)	0,16	0,08	
IECE (0,05%)	0,16	0,08	
Total Remuneración	446,67	223,33	670,00
TOTAL ANUAL	5360	2680	8040

Fuente: Insectoría de Trabajo – Zamora Ch.

Elaborado: La Autora

GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN

Corresponde a los gastos producidos por útiles de oficina, materiales de aseo y arriendo.

CUADRO N° 53

ÚTILES DE OFICINA

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Clips	3	0,5	1,5
Perforadora	1	1,5	1,5
Grapadora	1	2	2
Saca Grapas	1	1	1
Archivador de documentos	1	2,5	2,5
Tinta para Impresora	2	18,5	37
Estilete	2	0,5	1
Esferos	12	2,4	2,4
Papel A4 (resma 500 unidades)	1	2,9	2,9
Costo Anual			51,8
Costo Mensual			4,32

Fuente: Papelería SALAZAR, de la ciudad de Paquisha.

Elaborado: La Autora

CUADRO N° 54**ÚTILES DE ASEO**

Detalle	Cantidad semestral	Costo Unitario	Costo semestral	Costo Anual
Escoba	2	1,5		3
Basurero	2	5		10
Recogedor	2	3		6
			9,5	19

Fuente: HIPER YANTAZA, de la ciudad de Yanyaza

Elaborado: La Autora

Luz, Agua y Teléfono

El costo de servicios básicos se calcula de acuerdo al consumo que se realice, para el presente estudio se calculará de acuerdo a la base de cada servicio ya que los mismos no son parte del proceso de producción.

CUADRO N° 56**SERVICIOS BÁSICOS**

Detalle	Consumo	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Agua Potable m ³	1 mes	3,5	3,5	42
Energía Eléctrica Kw	90	0,13	11,7	140,4
Teléfono (minutos)	1 mes	12	12	144
			27,2	326,4

Fuente: EERSSA, CNT; Municipio de Paquisha.

Elaborado: La Autora

Publicidad

Este presupuesto de publicidad es calculado de acuerdo al valor impuesto por la Radio Amazonas que es medio de comunicación más sintonizado en la provincia de Zamora Chinchipe, pasando el anuncio 2 veces al día, a un valor de \$ 1.50 de Lunes a Viernes.

CUADRO N° 57**PUBLICIDAD**

Detalle	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo mensual	Costo Anual
Cuñas Radiales	40	1,5	60	720
			60	720

Fuente: Radio Amazonas, de la ciudad de Yantzaza

Elaborado: La Autora

CUADRO N° 58**RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO**

Detalle	V/Total
Materia Prima Directa	262,22
Materia Prima Indirecta	300,98
Mano de Obra Directa	887,75
Sueldos de Administración	670,00
Servicios Básicos	27,20
Gastos Generales de Admin. (utiles de oficina, aseo)	5,90
Publicidad	60,00
Imprevistos 3%	66,42
TOTAL	2280,47

Elaborado: La autora

RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO**INVERSIONES**

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

CUADRO N° 59

RESUMEN GENERAL DE INVERSIONES

ACTIVOS FIJOS	Inmuebles	22500
	Maquinaria	187,50
	Herramientas	75,00
	Equipos de computación	699,98
	Muebles y enseres	822,39
	Equipos de Oficina	79,00
	Imprevistos (3%)	730,9161
	TOTAL	25094,7861
ACTIVO DIFERIDO	Patentes	120
	Estudios Preliminares	1200
	Permisos	120
	Gastos de constitución	350
	Imprevistos (3%)	89,5
	TOTAL	1879,5
ACTIVO CIRCULANTE	Materia Prima directa	262,22
	Materia Prima Indirecta	300,98
	Mano de obra directa	887,75
	Sueldos de administración	670,00
	Servicios Básicos	27,20
	Gastos Generales de Administración	5,90
	Publicidad	60,00
	Imprevistos (3%)	66,42
	TOTAL	2280,47
TOTAL DE LA INVERSIÓN		29254,76

Fuente: Presupuestos
Elaborado: La Autora

CUADRO N° 60

RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES

Detalle	V/Total	%
Activos Fijos	25094,786	85,78
Activos Diferidos	1879,500	6,42
Capital de trabajo	2280,470	7,80
TOTAL	29254,756	100,00

Fuente: Presupuestos
Elaborado: La Autora

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

a. FUENTES INTERNAS

El 83 % del total de la inversión y que corresponde a 24254.75 dólares será financiado con capital propio.

b. FUENTES EXTERNAS

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco Nacional de Fomento, ya que es el organismo que otorga créditos a largo plazo y con intereses más bajos como es el crédito del 555, que es un préstamo que se otorga a los emprendedores de las PYMES.

El crédito que mantendrá el proyecto con el B.N.F. constituirá el 17% que corresponde a 5.000 dólares a 5 años plazo y al 5% de interés anual con el objeto de financiar la inversión inicial que es de 29254.76 dólares.

CUADRO N° 61

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

TIPO DE CAPITAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
Capital Propio	\$ 24254.76	83%
Capital Externo	\$ 5000,00	17%

Presupuesto de Costos Proyectados o Proformados

El cálculo de presupuestos proyectados o proformados se realiza en base cada uno de los costos que se detallan a continuación, los que serán proyectados hasta el quinto año que es la vida útil del proyecto, con un incremento del 2.7% de inflación anual.

CUADRO N° 62

Amortización del Préstamo

MESES	SALDO	DIVIDENDOS	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
	ANTERIOR				FINAL
0	5000,00				5000,00
1	5000,00	94,36	20,83	73,52	4926,48
2	4926,48	94,36	20,53	73,83	4852,65
3	4852,65	94,36	20,22	74,14	4778,51
4	4778,51	94,36	19,91	74,45	4704,07
5	4704,07	94,36	19,60	74,76	4629,31
6	4629,31	94,36	19,29	75,07	4554,24
7	4554,24	94,36	18,98	75,38	4478,86
8	4478,86	94,36	18,66	75,69	4403,17
9	4403,17	94,36	18,35	76,01	4327,16
10	4327,16	94,36	18,03	76,33	4250,83
11	4250,83	94,36	17,71	76,64	4174,19
12	4174,19	94,36	17,39	76,96	4097,22
13	4097,22	94,36	17,07	77,28	4019,94
14	4019,94	94,36	16,75	77,61	3942,33
15	3942,33	94,36	16,43	77,93	3864,40
16	3864,40	94,36	16,10	78,25	3786,15
17	3786,15	94,36	15,78	78,58	3707,57
18	3707,57	94,36	15,45	78,91	3628,66
19	3628,66	94,36	15,12	79,24	3549,42
20	3549,42	94,36	14,79	79,57	3469,86
21	3469,86	94,36	14,46	79,90	3389,96
22	3389,96	94,36	14,12	80,23	3309,73
23	3309,73	94,36	13,79	80,57	3229,16
24	3229,16	94,36	13,45	80,90	3148,26
25	3148,26	94,36	13,12	81,24	3067,02
26	3067,02	94,36	12,78	81,58	2985,44
27	2985,44	94,36	12,44	81,92	2903,53
28	2903,53	94,36	12,10	82,26	2821,27
29	2821,27	94,36	11,76	82,60	2738,67
30	2738,67	94,36	11,41	82,95	2655,72
31	2655,72	94,36	11,07	83,29	2572,43
32	2572,43	94,36	10,72	83,64	2488,80
33	2488,80	94,36	10,37	83,99	2404,81
34	2404,81	94,36	10,02	84,34	2320,47
35	2320,47	94,36	9,67	84,69	2235,79
36	2235,79	94,36	9,32	85,04	2150,74
37	2150,74	94,36	8,96	85,39	2065,35
38	2065,35	94,36	8,61	85,75	1979,60
39	1979,60	94,36	8,25	86,11	1893,49
40	1893,49	94,36	7,89	86,47	1807,03
41	1807,03	94,36	7,53	86,83	1720,20
42	1720,20	94,36	7,17	87,19	1633,01
43	1633,01	94,36	6,80	87,55	1545,46
44	1545,46	94,36	6,44	87,92	1457,54
45	1457,54	94,36	6,07	88,28	1369,26
46	1369,26	94,36	5,71	88,65	1280,61
47	1280,61	94,36	5,34	89,02	1191,59
48	1191,59	94,36	4,96	89,39	1102,20
49	1102,20	94,36	4,59	89,76	1012,43
50	1012,43	94,36	4,22	90,14	922,29
51	922,29	94,36	3,84	90,51	831,78
52	831,78	94,36	3,47	90,89	740,89
53	740,89	94,36	3,09	91,27	649,62
54	649,62	94,36	2,71	91,65	557,97
55	557,97	94,36	2,32	92,03	465,94
56	465,94	94,36	1,94	92,41	373,53
57	373,53	94,36	1,56	92,80	280,73
58	280,73	94,36	1,17	93,19	187,54
59	187,54	94,36	0,78	93,57	93,96
60	93,96	94,36	0,39	93,96	0,00
TOTAL			661,37	5000,00	

Fuente: BNF

Diseño: La Autora

CUADRO N° 63

ESTRUCTURA DE COSTOS

COSTO PRIMO

Materia prima directa	3.146,61	3.231,57	3.318,83	3.408,43	3.500,46
Mano de Obra directa e indirecta	10.653,00	10.940,63	11.236,03	11.539,40	11.850,96
Materia prima Indirecta	3.611,77	3.709,28	3.809,43	3.912,29	4.017,92
TOTAL	17.411,38	17.881,49	18.364,29	18.860,12	19.369,35

COSTO DE PRODUCCIÓN

Amortización de Activos Diferidos	375,90	374,00	374,00	374,00	374,00
Depreciación de Maquinaria	16,88	16,88	16,88	16,88	16,88
TOTAL	392,78	390,88	390,88	390,88	390,88

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS

Sueldos y Salarios	8.040,00	8.257,08	8.480,02	8.708,98	8.944,12
Gastos Generales de Administración (utiles de oficina, aseo)	70,80	72,71	74,67	76,69	78,76
Gastos de Ventas (Publicidad)	720,00	739,44	759,40	779,91	800,97
Servicios básicos (luz, agua y teléfono)	326,40	335,21	344,26	353,56	363,10
Depreciación Equipos de Oficina Mueb. y Enseres	74,02	100,48	100,48	100,48	100,48
Depreciación Equipos de computación	155,56	155,56	155,56	155,56	155,56
Imprevistos (3%)	797,06	818,58	840,68	863,38	886,69
TOTAL:	10.183,83	10.479,06	10.755,08	11.038,56	11.329,69

FINANCIEROS

Intereses por préstamo	229,5	183,31	134,76	83,72	30,08
TOTAL	229,5	183,31	134,76	83,72	30,08
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	28.217,49	28.934,74	29.645,01	30.373,28	31.119,99

Elaborado: La Autora

CUADRO N° 64
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 5	
	C.F	C.V	C.F	C.V
COSTO PRIMO				
Materia prima directa		3.146,61		3.500,46
Mano de Obra directa e indirecta		10.653,00		11.850,96
Materia prima Indirecta		3.611,77		4.017,92
COSTO DE PRODUCCIÓN				
Amortización de Activos Diferidos	375,90		374,00	
Depreciación de Maquinaria	16,88		16,88	
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS				
Sueldos y Salarios	8.040,00		8.944,12	
Gastos Generales de Administración		70,80		78,76
Gastos de Ventas (Promociones)	720,00		800,97	
Servicios básicos (luz, agua y teléfono)		326,40		363,10
Depreciación Equipos de Oficina Mueb. y Enseres	74,02		100,48	
Depreciación Equipos de computación	155,56		155,56	
Depreciación materiales de oficina	797,06		886,69	
FINANCIEROS				
Intereses por préstamo	229,5		30,08	
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	10.408,91	17.808,58	11.308,78	19.811,21

Elaborado: La Autora

INGRESOS TOTALES

Ingreso Total es la cantidad pagado por los compradores y recibida por los vendedores de un bien. La suma de los ingresos obtenidos por la venta de todas las unidades producidas.³⁵ (IT) Monto total que recibe una empresa por la venta de su producto: el precio unitario por la cantidad (q) de producto que la empresa decide producir ($P \times q$).

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso se trata de la venta de bolsos de nylon.

³⁵ <http://www.buenastareas.com/ensayos/Ingreso-Total/124696.html>

Se calcula como el precio del bien multiplicado por la cantidad vendida.

$$IT = P \times Q$$

CUADRO N° 65

INGRESOS TOTALES

AÑO	COSTOS	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	UTILIDAD 35%	PRECIO DE VENTA	INGRESOS
1	28.217,49	1.368	20,63	7,22	27,84	38093,61
2	28.934,74	1.368	21,15	7,40	28,55	39061,90
3	29.645,01	1.411	21,01	7,35	28,36	40020,77
4	30.373,28	1.411	21,52	7,53	29,05	41003,93
5	31.119,99	1.411	22,05	7,72	29,77	42011,99

Elaborado: La Autora

Costo unitario = Costo Total / Unidades producidas

$$C.U. = C.T / N^{\circ} P$$

$$C.U. = 28.217 / 1368$$

$$C.U. \mathbf{20.63}$$

$$P.U.V. = CU + MU$$

$$MU = 20.63 * 0.35 = 7.22$$

$$P.U.V. = 20.63 + 7.22$$

$$P.U.V. = \mathbf{27.84}$$

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida. Muestra también un resumen de los hechos

significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado.³⁶

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

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, como podrá observarse en el cuadro descrito a continuación:

CUADRO N° 66

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.

PERIODOS	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	38093,61	39061,90	40020,77	41003,93	42011,99
(-) Costo Total	28.217,49	28.934,74	29.645,01	30.373,28	31.119,99
(=) Utilidad Bruta Ventas	9876,12	10127,16	10375,75	10630,65	10892,00
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	1481,42	1519,07	1556,36	1594,60	1633,80
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	8394,70	8608,09	8819,39	9036,05	9258,20
(-) 25% Impuesto a la Renta	2098,68	2152,02	2204,85	2259,01	2314,55
(=) Utilidad Liquida Ejercicio	6296,03	6456,06	6614,54	6777,04	6943,65
(-) 10% Reserva Legal	629,60	645,61	661,45	677,70	694,36
(=) Utilidad Neta	5666,42	5810,46	5953,09	6099,33	6249,28

Elaboración: La Autora

³⁶ Zapata Sánchez Pedro, Contabilidad General sexta edición, pág. 61

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

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

En una evaluación de proyectos siempre se produce información para la toma de decisiones, por lo cual también se le puede considerar como una actividad orientada a mejorar la eficacia de los proyectos en relación con sus fines, además de promover mayor eficiencia en la asignación de recursos. En este sentido, cabe precisar que la evaluación no es un fin en sí misma, más bien es un medio para optimizar la gestión de los proyectos.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de Equilibrio en Función de la Capacidad Instalada

AÑO 1

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{10408,91}{38093,61 - 17808,58} \times 100$$

$$PE = 51,31\%$$

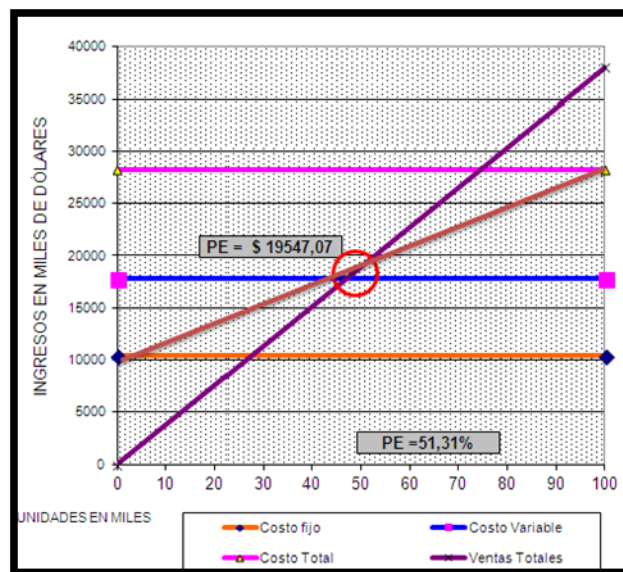
A) PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{10408,91}{1 - \frac{17808,58}{38093,61}}$$

$$PE = 19547,07$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA AÑO 1



Análisis:

- ✓ El punto de equilibrio se produce cuando los ingresos de la microempresa sean igual a \$ 19547.07 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.
- ✓ Cuando los ingresos de la microempresa sean menores a \$19547.07 dólares, la empresa pierde.

- ✓ Cuando los ingresos de la microempresa sean superiores a \$19547.07 dólares, la empresa comenzará a ganar.

B) PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

AÑO 5

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{11308,77}{42011,99 - 19811,21} \times 100$$

$$PE = \mathbf{50,94\%}$$

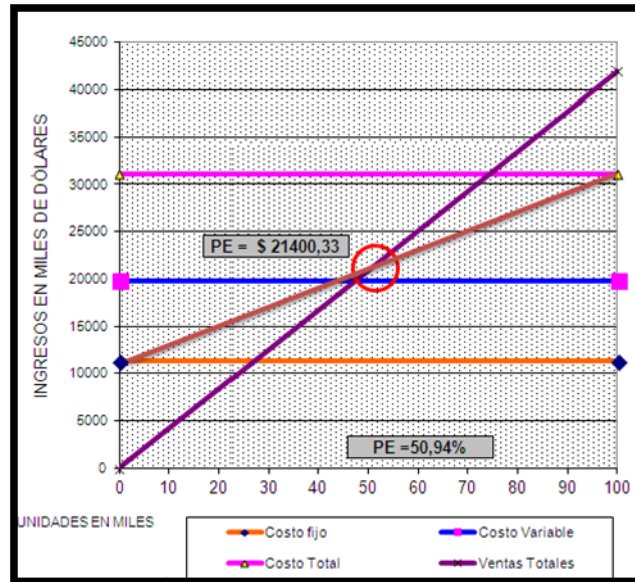
C) PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{11308,77}{1 - \frac{19811,21}{42011,99}}$$

$$PE = \mathbf{21400,33}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA AÑO 5



Análisis:

- ✓ El punto de equilibrio se produce cuando los ingresos de la microempresa sean igual a \$ 21400.33 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.
- ✓ Cuando los ingresos de la microempresa sean menores a \$ 21400.33 dólares, la empresa pierde.
- ✓ Cuando los ingresos de la microempresa sean superiores a \$ 21400.33 dólares, la empresa comenzará a ganar.

FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja. En el campo financiero el flujo de baja permite calcular los criterios de evaluación financiera, que son los que permiten tomar una decisión acerca de realizar o no la inversión.

CUADRO N° 67**FLUJO DE CAJA**

AÑO	VENTAS	INGRESOS		DESCUENTOS			FLUJO	
		OTROS INGRESOS	TOTAL INGRESOS	COSTOS	INVERSIÓN	REPARTICIÓN UTILIDADES	TOTAL EGRESOS	NETO DESCONTADO
0					- 29.254,76			-29.254,76
1	38093,61	0,00	38093,61	28.217,49		1481,42	29.698,91	8394,70
2	39061,90	0,00	39061,90	28.934,74		1519,07	30.453,81	8608,09
3	40020,77	0,00	40020,77	29.645,01		1556,36	31.201,38	8819,39
4	41003,93	0,00	41003,93	30.373,28		1594,60	31.967,88	9036,05
5	42011,99	0,00	42011,99	31.119,99		1633,80	32.753,79	9258,20
TOTAL	200192,20	0,00	200192,20	148.290,52		7785,25	156.075,77	14861,67

Elaboración: La Autora

VALOR ACTUAL NETO

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es 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 igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

Fórmulas para calcular el VAN

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

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

CUADRO N° 68 VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACT. ACT. 12%	VALOR ACTUALIZADO
0	-29254,76		
1	8394,70	0,8928571429	7495,27008
2	8608,09	0,7971938776	6862,31293
3	8819,39	0,7117802478	6277,46845
4	9036,05	0,6355180784	5742,57409
5	9258,20	0,5674268557	5253,35026
			31630,9758
			-29254,76
			2376,21984

$$VAN = 31630.97 - 29254.76$$

$$VAN = 2376.2$$

Interpretación

Si el VAN es mayor a 1 el proyecto se acepta

Si el VAN es igual a 1 es proyecto es indiferente

Si el VAN es menor a 1 el proyecto se rechaza

Conclusión.- El proyecto se acepta debido a que su VAN es mayor a uno.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente 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.

FÓRMULA

$$\text{PRC} = \frac{\text{Flujo neto acumulado} - \text{Inversión}}{\text{Flujo neto (Ultimo año)}}$$

CUADRO N° 69

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑO	FLUJO NETO DESCONTADO	FLUJO NETO ACUMULADO
0	-29254,76	
1	8394,70	
2	8608,09	17002,79
3	8819,39	25822,18
4	9036,05	34858,23
5	9258,20	44116,43
TOTAL	14861,67	

$$\text{PRC} = \frac{34858 - 29435.42}{9258.20} = 0,61$$

$$\text{PRC} = 0.47$$

0 AÑO

$$\text{PRC} = 0.61 * 12 \text{ meses} = 7.32$$

7 MESES

$$\text{PRC} = 0.32 * 30 \text{ días} =$$

10 DÍAS

Interpretación: El capital se recuperará en 7 meses y 10 días.

TASA INTERNA DE RETORNO

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

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

CUADRO N° 70

TASA INTERNA DE RETORNO.

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACT. 14%	VAN MENOR	FAC. ACT. 16%	VAN MAYOR
0			-29.254,76		-29.254,76
1	8394,70	0,877192982	7363,77	0,86206897	7236,81
2	8608,09	0,769467528	6623,64	0,7431629	6397,21
3	8819,39	0,674971516	5952,84	0,64065767	5650,21
4	9036,05	0,592080277	5350,07	0,5522911	4990,53
5	9258,20	0,519368664	4808,42	0,47611302	4407,95
			843,98		-572,04

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

$$\text{TIR} = 14 + 2,0 \left(\frac{843,98}{1416,03} \right)$$

$$\text{TIR} = 15,19 \%$$

Interpretación: El proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada sucre 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° 71

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

VIDA ÚTIL	BENEFICIOS TOTALES	COSTOS TOTALES	INVERSIÓN	FAC. ACT. 12%	ING. ACT. (FA*INGRESOS)	EGRESOS ACT. (FA*EGRESOS)
0			-29254,76	-29254,76		
1	38093,61	28.217,49		0,8928571429	34012,14996	25194,18516
2	39061,90	28.934,74		0,7971938776	31139,9074	23066,59808
3	40020,77	29.645,01		0,7117802478	28485,99128	21100,73428
4	41003,93	30.373,28		0,6355180784	26058,73958	19302,77006
5	42011,99	31.119,99		0,5674268557	23838,73226	17658,32019
TOTALES					143535,5205	106322,6078

$$R (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R (B/C) = \frac{143535,52}{106322,61}$$

$$R (B/C) = 1,35 \quad \text{Dólares}$$

Interpretación: El proyecto es sustentable ya que la relación costo – beneficio es mayor a uno; donde la empresa obtendrá 0.35 centavos por cada dólar invertido.

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.

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.

FÓRMULAS:

$$\text{Diferencia de TIR} = \frac{\text{TIR del Proyecto} - \text{Nueva TIR}}{\text{Diferencia entre TIR}}$$

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

CUADRO N° 72

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 7 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 7%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FAC. ACT. 12%	VAN MENOR	FAC. ACT. 14%	VAN MAYOR
0						-29254,76		-29254,76
1	28.217,49	30156,03	38093,61	7937,58	0,892857143	7087,124285	0,877192982	6962,788771
2	28.934,74	30922,56	39061,90	8139,34	0,797193878	6488,634039	0,769467528	6262,959786
3	29.645,01	31681,62	40020,77	8339,14	0,711780248	5935,636553	0,674971516	5628,683314
4	30.373,28	32459,93	41003,93	8544,00	0,635518078	5429,869217	0,592080277	5058,736457
5	31.119,99	33257,94	42011,99	8754,05	0,567426856	4967,28547	0,519368664	4546,581457
						653,79		-795,01

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

$$TIR = 12 + 2,0 \left(\frac{653,79}{1448,80} \right)$$

$$TIR = 12,90 \%$$

Diferencias TIR	15,19	12,90	2,29
% Variación	2,29	15,19	15,07
Sensibilidad	15,07	15,19	0,99

CUADRO N° 73

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN DECREMENTO DEL 21% EN LOS INGRESOS

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL 21%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FAC. ACT. 11%	VAN MENOR	FAC. ACT. 13%	VAN MAYOR
0						-29254,76		-29254,76
1	28.217,49	38093,61	30151,09	7942,52	0,900900901	7155,420955	0,884955752	7028,776336
2	28.934,74	39061,90	30917,49	8144,41	0,811622433	6610,182711	0,783146683	6378,264639
3	29.645,01	40020,77	31676,44	8344,33	0,731191381	6101,302083	0,693050162	5783,03917
4	30.373,28	41003,93	32454,61	8549,32	0,658730974	5631,701668	0,613318728	5243,457856
5	31.119,99	42011,99	33252,49	8759,50	0,593451328	5198,337048	0,542759936	4754,305787
						1442,19		-66,91

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$TIR = 11 + 2,0 \left(\frac{1442,19}{1509,10} \right)$$

$$TIR = 12,91 \%$$

Diferencias TIR	15,19	12,91	2,28
% Variación	2,28	15,19	15,01
Sensibilidad	15,01	15,19	0,99

Interpretación.

- El proyecto soporta un incremento del 7% en el incremento de los costos, ya que con este valor obtenemos una sensibilidad del 0.99 que es menor que uno; es decir el proyecto no es sensible a esta variación, por lo tanto no sufre ningún efecto y se puede ejecutar.
- El proyecto soporta una disminución del 21% de sus ingresos, obteniendo con este valor un coeficiente de 0.99 que es menor que uno, lo que significa que el proyecto no sufre ningún efecto con esta variación.
- El incremento de los costos y la disminución de sus ingresos son mayores a la tasa de inflación que es del 2.7%, por lo que se puede aceptar ciertas variaciones en los costos e ingresos.

h. CONCLUSIONES

Una vez concluidos los estudios relacionados al presente proyecto de factibilidad se ha llegado a determinar las siguientes conclusiones:

- Según los estudios realizados, se puede determinar que es factible la implementación de la microempresa ya que así lo demuestran sus estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero.
- La demanda efectiva del presente proyecto es de 1755 bolsos, para su primer año, así como también una oferta de 180 bolsos anuales, obteniendo una demanda insatisfecha de 1575 bolsos al año.
- Según el estudio de mercado se ha podido establecer que la Radio Amazonas de la ciudad de Yantzaza, es el medio apropiado para promocionar el producto ya que es el más sintonizado por el mercado objetivo.
- La capacidad instalada del presente proyecto es de 1440 bolsos anuales, siendo la capacidad utilizada del 95% para su primer año, que representa un total de 1368 bolsos al año.
- Según el estudio técnico la empresa estará ubicada en la cabecera cantonal de Paquisha, provincia de Zamora Chinchipe, por ser el lugar apropiado y que tiene todos los requerimientos para la implementación de la empresa.
- La microempresa de producción y comercialización de bolsos de Nylon, se denominará **“MARY ANYELA & EXCLUSIVIDAD Y ELEGANCIA, E.U.R.L”**, por ser un nombre relacionado a la sencillez y elegancia de la mujer.

- La microempresa estará constituida jurídicamente como Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, ya que cuenta con un solo accionista que es su gerente propietario.
- El plazo de duración de la microempresa es de cinco años a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil.
- La inversión necesaria para poner en marcha el presente proyecto es de 29254.76 dólares, financiado por fuentes internas y externas.
- El presupuesto de operaciones o capital de trabajo para el primer año es de 28217.49 dólares, para la elaboración de 1368 bolsos de Naylon que corresponden al 95% de la capacidad utilizada.
- La utilidad neta que se obtendrá es de 8394.70 dólares para su primer año y el flujo de caja neto es de 16861.67 dólares, resultando positivo en ambos casos.
- El Valor Actual Neto del presente proyecto es de 2376.21 dólares, por lo que es factible su ejecución ya que su VAN es mayor que uno.
- La Tasa Interna de Retorno es de 15.19% siendo mayor a la tasa de oportunidad, por lo tanto el proyecto se acepta; así mismo se ha podido determinar que por cada dólar invertido se obtiene 0.35 centavos de utilidad.
- El proyecto resiste un incremento del 7% de los costos y el 21% de disminución de sus ingresos, siendo ambos valores mayores a la inflación anual, por lo que el proyecto resiste algunas variaciones.
- En conclusión general y en base a los estudios realizados, el proyecto es factible y puede ser ejecutado.

i. RECOMENDACIONES

Una vez realizados los diferentes estudios se puede recomendar lo siguiente:

- Para que el producto tenga mayor aceptación en el mercado es necesario realizar una buena publicidad, por lo que se recomienda realizar su publicidad en el Radio Amazonas de la ciudad de Yantzaza, en un horario de 6:12 y de las 19:H00 en adelante ya que es cuando el mercado objetivo sintoniza con mayor frecuencia la radio.
- El producto debe ser elaborado con buena calidad, buena presentación y materiales adecuados con la finalidad de ofrecer al mercado consumidor un producto de primera.
- Los bolsos de Nylon deben estar elaborados con colores y diseños variados ya que según el estudio de mercado las damitas los prefieren en varios colores y modelos al escoger.
- De acuerdo a los estudios realizados se ha podido determinar los gustos y preferencias del mercado consumidor, es por ello que se recomienda ofrecer un producto de calidad y realizar promociones para obtener una mayor cobertura en el mercado.
- Se recomienda la ejecución del proyecto, porque incentivaría el desarrollo del sector productivo artesanal del cantón Paquisha y de la provincia.
- La evaluación financiera del presente proyecto de inversión indica, mediante el cálculo de los criterios, que es factible de ejecutarse, por lo que se recomienda ponerlo en marcha, dada su rentabilidad al inversionista y su importante aporte al desarrollo del cantón Paquisha.

- La necesidad de adquirir bolsos de Nylon artesanales, parte de las mujeres de nuestra ciudad deberá ser satisfecha pues no existen empresas en el sector que confeccionen este tipo de bolsos.
- Esta es una oportunidad más para contratar mano de obra local y de esta manera reducir en algo el gran problema de desocupación que es un problema eminente en nuestra ciudad.

j. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UN ENFOQUE PRÁCTICO**
Naresh K. Malhotra/Pearson Educación; 2003.
- **FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS**
Marcial Córdoba Padilla Eco Ediciones, 2006.
- **MERCADOTECNIA, PRINCIPIOS Y APLICACIONES PARA ORIENTAR LA EMPRESA HACIA EL MERCADO**
Dr. Salvador Mercado H., México, 1994, Editorial Limmusa, pág. 91.
- **FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN**
Juan Gallardo Cervantes
- **EVALUACIÓN DE PROYECTOS**
Gabriel Baca Urbina / McGrawHill 4ta. Edición 2003
- **PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS**
Edilberto Meneses, 3ra. Edición.
- **PROYECTOS DE INVERSIÓN EN LA PRÁCTICA**
Morales Castro, 3ra. Edición
- **PROYECTOS DE INVERSIÓN. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN.**
Sapag, N. (2007). México: Pearson Prentice Hall.
- **PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS**
Calda Molina Marco
- **CONTABILIDAD GENERAL**
Pedro Zapata/6ta. Edición Mc Graw Hill.
- **OCÉANO/CENTRUM**
Enciclopedia de Management
- **ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA, Conceptos y Casos,**
Thompson Strickland, Onceava Edición, MacGrawHill

- **GESTIÓN ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS**
Salazar Pico Francis, 2003, Pág. 144
- **ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS.**
Anzola, S. (2002). México: Mc Graw Hill.
- **CONCEPTOS DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA,**
Fred R. David 9na.Edición2003, Pearson Educación
- **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**
A. Reyes Ponce 4ta. Edición 2003.
- **TÉCNICA PRESUPUESTAL**
Del Río González, Cristóbal Pág. 7
- **INTRODUCCIÓN A LA CONTADURÍA**
Óscar R. Sánchez L., Ma. Elena Sotelo S., Martha J. Mota P. / Pearson Prentice Hall
2008.
- **PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**
Lawrence J. Gitman /10ma. Edición Pearson Educación, México 2003.

PÁGINAS WEB

- <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariasles/guias.asp>
- <http://www.artesanosecuador.com/contenidos>.
- www.bce.fin.ec
- <http://www.sri.gob.ec>
- <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- <http://www.scribd.com/doc/12953522/Capitulo-3-Estudio-de-Localizacion>
- <http://definicion.de/empresa/240>
- <http://www.elvalordelosvalores.com/definicion/index.html>
- http://www.trabajo.com.mx/estrategias_de_crecimiento.htm
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/conctepic.htm>
- <http://www.gerencia.com/amortizacion-de-activos-diferidos.html>
- <http://www.gestiopolis.com/canales6/fin/teoria-sobre-el-uso-del-efectivo.htm>
- <http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>

k. ANEXOS

FICHA RESUMEN

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOLSOS DE NAYLON EN EL CANTÓN PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”

PROBLEMÁTICA:

El Ecuador en sí, es un país rico por su variedad de opciones para el fomento empresarial en todas sus regiones; y el arte a la producción planificada y organizada son los mejores derroteros del futuro del país. En lo referente a La región Sur y específicamente la provincia de Zamora Chinchipe, cantón Paquisha, se caracteriza por su riqueza en su biodiversidad, por su turismo, producción agrícola, pecuaria y forestal, dando la oportunidad de emprender en diversos negocios ya sean en el campo de producción, industrialización y comercialización de productos, permitiendo así el crecimiento socio económico de su población y por ende del país.

Paquisha, cuenta con una población de 3.854 habitantes según el último censo de población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010, de los cuales ocupan la PEA un 40.43% correspondiente a 1.558 habitantes; de los cuales un 66.11% se dedican a la explotación de minas, agricultura, ganadería y silvicultura; un 5.13% a la producción y comercialización de productos artesanales entre ellos los bolsos de Nylon; y un 28.76% dedicados a otras actividades.

Con estos antecedentes podemos manifestar que una de las problemáticas por la que atraviesa el cantón es el bajo porcentual de microempresas dedicadas a la comercialización y producción de productos artesanales, esto debido a que no se cuenta con un proceso tecnificado para la elaboración de dichos productos.

Con lo que respecta a la producción y comercialización de bolsos de Nylon en el cantón, su elaboración se la realiza en forma manual lo que implica pérdida de tiempo y

poca producción incapaz de satisfacer la demanda existente, provocando así que los consumidores en un 60% recurran al mercado exterior al cantón, para adquirir el producto.

Así mismo se puede manifestar que otra problemática por la que atraviesa este cantón en el campo empresarial, es que sus habitantes montan negocios o microempresas sin realizar un estudio de factibilidad, provocando de esta manera que en un corto tiempo sus inversionistas sufran pérdidas y fracasos; incitando que sus habitantes no se decidan en crear sus propios negocios, dejando como consecuencia principalmente el desempleo que es un fenómeno social por el que atraviesa el país entero.

Paquisha, necesita generar un verdadero capital social por medio de la actividad empresarial, para lo cual requiere muchas más personas sensibilizadas y orientadas hacia el quehacer empresarial, que inviertan, que innoven, que compitan, que produzcan, que generen riqueza, para mejorar la calidad de vida de la población, ya que hasta el momento sus habitantes tienen mentalizada la idea de solicitar trabajo, mas no de generar su propio empleo.

Por todo lo expuesto anteriormente se considera necesario estudiar el siguiente problema:

“LA FALTA DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOLSOS DE NAYLON EN EL CANTÓN PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, NO PERMITE QUE SUS HABITANTES EMPRENDAN EN ESTE PROYECTO Y POR ENDE TENGAN UNA MEJOR CALIDAD DE VIDA”.

JUSTIFICACIÓN

ACADÉMICA

Con la elaboración del presente trabajo investigativo se pretende consolidar los conocimientos vinculando la teoría con la práctica, generando de esta manera una fuente de consulta para los estudiantes y empresarios de este ámbito. Además tiene por

objetivo cumplir con el requisito necesario para obtener el Título de Ingeniería en Administración de Empresas.

ECONÓMICA

Analizando el ámbito empresarial en el entorno y su desenvolvimiento de las perspectivas económicas, el presente trabajo investigativo es con el fin de aportar en la gestión empresarial para que sus inversionista, puedan tomar las decisiones apropiadas que los conduzcan a alcanzar el objetivo empresarial que es satisfacer a los clientes, consumidores y obtener utilidades; aportando de esta manera al desarrollo económico del Cantón y la Provincia de Zamora Chinchipe.

SOCIAL

La formación de esta microempresa será de gran rentabilidad tanto para los consumidores como para los integrantes de nuestra comunidad, debido a que se aportara un producto de calidad que origine beneficios al consumidor ya que se elaborara un producto de eficiente calidad, a precios accesibles, se fomentaran nuevos puestos de empleos y así de esta manera cooperar a la estabilidad socio-económica del cantón y la provincia.

OBJETIVOS

Objetivo General.

- ✓ Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de bolsos de Nylon en el cantón Paquisha, provincia de Zamora Chinchipe.

Objetivos Específicos

- ✓ Realizar un estudio de mercado que permita identificar los productos, la oferta, la demanda, la calidad, para determinar los precios actuales de los bolsos de Nylon.

- ✓ Elaborar un estudio técnico que permita conocer el tamaño del proyecto, localización, maquinarias y proceso productivo.
- ✓ Establecer un estudio de organización administrativa, que determine la estructura y funcionamiento de la microempresa.
- ✓ Plantear un estudio financiero que permita conocer el monto de la inversión, ingresos y costos operacionales.
- ✓ Proyectar la evaluación económica que permita conocer el grado de aceptación de comercialización por su tasa interna de retorno TIR y el valor actual neto VAN, para el producto objeto de estudio.

METODOLOGÍA

Para la elaboración de la presente investigación se tomarán en cuenta los siguientes métodos y técnicas.

MÉTODOS

- ✓ **Método Científico.**- El método científico es un proceso para la adquisición de conocimiento empírico, cual usan los científicos, servirá como guía para desarrollar el presente trabajo de investigación, considerado como el soporte lógico de los conocimientos teóricos y prácticos, observar la realidad de los hechos relacionados con el mismo.
- ✓ **Método Inductivo.**- Permitirá analizar y evaluar las operaciones mediante el análisis y la clasificación de la información, para así obtener conclusiones generales a partir de deducciones particulares.
- ✓ **Método Analítico.** Se utilizará en la aplicación, análisis, clasificación y selección de técnicas y procedimientos de la información empresarial, lo cual permitirá conocer la realidad económica del cantón.
- ✓ **Método Sintético.**- Este método se lo utilizará para formular conclusiones y recomendaciones que contribuirán a los emprendedores o inversionistas a una toma de decisiones basado en los resultados.

TÉCNICAS

- ✓ **Observación directa.**- Con la aplicación de esta técnica permitirá conocer las oportunidades, que tiene el cantón Paquisha para emprender en el proyecto.
- ✓ **Encuesta.**- Se realizará una encuesta, a una muestra de la población con el objetivo de obtener información confiable y conocer los requerimientos exigidos por los consumidores al cual va dirigido el producto.
- ✓ **Entrevista.**- Con la finalidad de conocer la oferta existente en el cantón Paquisha, se formulará un guión de preguntas dirigidas a los propietarios de los almacenes que comercializan bolsos en ésta ciudad, ya que aún no existen empresas productoras; información que permitirá conocer los volúmenes de venta; y el mayor número de características del producto que se ofrece como: precio, calidad, servicios que se agregan al producto, etc.

ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Estimada amiga, con el compromiso de cumplir con los requerimientos académicos previo a la obtención del título de Ingeniería en la Carrera de Administración de Empresas, en la Universidad Nacional de Loja, estoy interesada en realizar un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOLSOS DE NAYLON EN LA CIUDAD DE PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**; para lo cual, precisamos de su información veraz y confiable; por lo que ruego a usted muy comedidamente se sirva responder a las siguientes interrogantes. El proceso se llevará sin ocuparle demasiado de su tiempo.

DATOS GENERALES

1. ¿Vive Usted en el cantón Paquisha?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

SI ()

NO ()

2. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

0 a 290 ()

291 a 500 ()

501 a 1000 ()

1001 a 1500 ()

1501 a 2000 ()

Más de 2000 ()

DATOS ESPECÍFICOS

3. ¿Utiliza usted bolsos de Naylon?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

SI ()

NO ()

Si su respuesta fue positiva vaya al literal a, caso contrario siga a la pregunta

4. ¿Cuál es el material de su preferencia al momento de adquirir un bolso?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

Cuero ()

Tela estampada ()

Tejidos a ganchillo Naylon ()

Lana ()

5. Cuantos bolsos de Naylon compra usted semestralmente?

De 1 a 2 ()

De 3 a 4 ()

De 4 en adelante ()

6. Si se creara una microempresa de producción y comercialización de bolsos de Naylon en el cantón Paquisha ¿Compraría usted bolsos?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

SI ()

NO ()

Si su respuesta fue positiva siga con la pregunta 5, caso contrario le agradecemos que siga directamente a la pregunta 13.

7. ¿Usualmente en qué lugar le gustaría adquirir sus bolsos de naylon?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

- Mercado Artesanal ()
 Centros comerciales ()
 Almacenes de ropa ()
 Almacenes de calzado ()
 Otros Cuál?

8. ¿En qué presentación (dimensión) le gustaría comprar bolsos de nylon?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

Forma	Dimensión Alto x Ancho	Profundidad
Pequeño ()	13 cm x 21 cm	7 cm
Mediano ()	21 cm x 30 cm	15 cm
Grande ()	27 cm x 38 cm	17 cm

9. ¿Cuánto pagaría usted por un bolso de Nylon?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

De 10 a 12 dólares ()

De 13 a 15 dólares ()

De 16 a 20 dólares ()

De 21 a 25 dólares ()

10. ¿Cuál sería su forma de Pago?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

Contado ()

Crédito ()

11. ¿Qué es lo que más le interesa a usted al momento de adquirir un bolso de Nylon?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

- Calidad ()
 Precio ()
 Color ()
 Todas las anteriores ()

12. ¿Cuáles son los colores que usted prefiere al momento de adquirir un bolso de Nylon?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

- Colores primarios vivos ()
 Colores secundario vivos ()
 Colores Pasteles ()
 Otros () Especifique:

13. ¿Qué es lo que más le llama la atención en la etiqueta del producto?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

- Presentación ()
 Tamaño ()
 Instrucciones ()
 Logotipo e Imagen ()
 Color ()
 Otros () Cuál?.....

Si su preferencia es por color indique, señale que colores le gustaría?

- Café () Verde () Amarillo ()
 Azul () Rojo () Naranja ()
 Otros () Cuáles?

14. En que material le gustaría que se envasara un bolso de Nylon?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

- Funda plástica ()

- Funda de cartón ()
 Otro ()
 Especifique

15. ¿Qué medio publicitario le gustaría a usted que le informara sobre la existencia de los Bolsos de Nylon.

Marque con una(X) las respuestas que considere conveniente

•Radio

- Radio Poducarpus ()
 Radio Amazonas ()
 Radio Romántica ()
 Radio La Voz de Zamora ()
 Radio Integración ()

•Televisión

- Canal de los encuentros ()

•Prensa Escrita

- La Hora ()
 Diario Centinela ()

16. En qué horarios usualmente usted tiene acceso a estos medios publicitarios?

- 6H00 - 12H00 ()
- 13H00 – 18H00 ()
- 19H00 en adelante ()

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

- SI ()
 NO ()

POR QUE?.....

18. ¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa?

Sorteos mensuales ()

Descuentos personales ()

Producto gratis ()

Gracias por su colaboración!!!

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	4
c. INTRODUCCIÓN.....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	8
e. MATERIALES Y MÉTODOS	51
f. RESULTADOS.....	58
g. DISCUSIÓN	76
h. CONCLUSIONES.....	144
i. RECOMENDACIONES	146
j. BIBLIOGRAFÍA.....	148
k. ANEXOS.....	150
FICHA RESUMEN.....	150
ÍNDICE.....	161