



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOCHILAS EN EL CANTÓN PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE PARA EL AÑO 2016”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DE
GRADO INGENIERA COMERCIAL

AUTORA:

Liliana Jesus Chininin Cueva

DIRECTOR:

Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mg. Sc

LOJA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mg. Sc

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Haber dirigido, revisado minuciosamente y cuidadosamente el trabajo de tesis titulado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOCHILAS EN EL CANTÓN PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE PARA EL AÑO 2016”**, previo a la obtención del Grado de **Ingeniera Comercial**, de la postulante **Liliana Jesús Chininin Cueva**; autorizando su presentación debido que el mismo se sujeta a las normas y reglamentos generales de graduación exigido para la Carrera de Administración de Empresas

Loja, Noviembre del 2017

Atentamente,



Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mg. Sc

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Liliana Jesús Chininin Cueva**, 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: Liliana Jesús Chininin Cueva

Firma:



Cédula: 1900503382

Fecha: Loja, Noviembre del 2017

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

Yo, **Liliana Jesús Chininin Cueva**, declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOCHILAS EN EL CANTÓN PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE PARA EL AÑO 2016”**, como requisito para optar el Grado de **Ingeniera Comercial**; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de sus contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 30 días del mes de Noviembre del dos mil diecisiete, firma la autora:

Firma:



Autora: Liliana Jesús Chininin Cueva

Cédula: 1900503382

Dirección: Zamora Chinchipe, Paquisha, Nuevo Quito, Av. Principal.

Correo electrónico: lilianachininin1981@hotmail.com

Celular: 0982954093

Datos complementarios:

Tribunal de grado

Presidente: Dr. Luis Quizhpe Salinas, MAE

Vocal: Ing. Carlos Rodríguez Armijos, MAE

Vocal: Ing. Víctor Nivaldo Anquisaca, MAE

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios, por estar conmigo en cada momento de mi vida, iluminado mi mente y fortaleciendo mi corazón, y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo este periodo.

Además, agradecer de manera muy especial al Ing. Galo Salcedo López, quien con sus sabios conocimientos ha sabido guiarme para el desarrollo de la investigación.

A la Universidad Nacional de Loja por la formación académica profesional que he recibido durante estos años de estudio. A todos y cada uno de los maestros que día a día me entregaron lo mejor de sí para que logre alcanzar la meta tan anhelada de ser una profesional capaz.

La Autora

DEDICATORIA

Dedico este presente proyecto, y toda mi carrera universitaria primeramente a mi Dios, luego a mi esposo, Freddy Jiménez, por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todos los obstáculos que se me presenten, agradecer a mis hijos Jhosselin Jonathan Jiménez, por la comprensión que me han tenido durante todos estos años de estudio.

También quiero dedicar este proyecto a muchas personas especiales porque gracias a su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en el corazón. Sin importar en donde estén o si alguna vez llegan a leer esta dedicatoria quiero darles las gracias por formar parte de mí. Por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Liliana Jesús Chínín Cueva

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOCHILAS EN EL CANTÓN PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE PARA EL AÑO 2016”

b. RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOCHILAS EN EL CANTÓN PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, PARA EL AÑO 2016”, tuvo como objetivo determinar la factibilidad comercial de crear una microempresa productora y comercializadora en el Cantón Paquisha, para ello se utilizaron los métodos: inductivo, deductivo, analítico, estadístico; técnicas de observación directa y encuesta aplicada a la Población Económicamente Activa del Cantón Paquisha y a los oferentes de mochilas del mismo cantón.

Para determinar la población en estudio fue necesario recurrir al censo de realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo en el año 2010, donde se estableció que existen 3.854 habitantes, la cual fue proyectada para el año 2016 con una tasa de crecimiento poblacional de 1.75%; dando un total de 4.277 personas, donde se procedió a segmentar por familias para lo cual se divido para 4 integrantes del núcleo familiar dando un total de 1.069 familias que existen en el cantón Paquisha, resultado que se aplica la fórmula para la muestra, determinando así un total de 291 encuestas a aplicar.

Al efectuar el trabajo investigativo se obtuvo información importante sobre la demanda y oferta existen mediante el estudio de mercado del Cantón

Paquisha, así también determinar si es proyecto es factible, por medio del estudio técnico, organizacional, económico y financiero.

Al efectuar el estudio de mercado se pudo determinar que existe una demanda potencial de 1.069, en relación a la demanda real es de 2.20 y la efectiva de 1.656 de igual manera se estableció una oferta de 284 permitiendo obtener una demanda insatisfecha de 1.372.

Al aplicar el instrumento de recolección de información en la población de Paquisha sobre la demanda y oferta que permitieron determinar que existe una considerada demanda insatisfecha debido a que no hay mucha oferta sobre el producto en estudio; por lo que la microempresa contará con una capacidad instalada de 2.340 mochilas anuales, utilizando el 80% para el primer año.

Al efectuar el estudio económico se pudo determinar que la inversión inicial del presente constara de activos fijos por el valor de \$ 4.257,75 los activos diferidos representan una cantidad de \$1.428,00 y los activos circulantes el valor de \$6.864,80 dando un total de inversión de \$12.550,55 dólares. El costo total que tendrá el proyecto para el primer año es de 79.947,2 con un precio unitario de \$42,71 dólares, el mismo que se añade un valor de rentabilidad del 20% lo que da un precio de venta al público de \$51,25. El punto de equilibrio determinado para el primer año según la capacidad instalada es de 76,15% y en función a las ventas un total de \$ 73.052,50.

En la evaluación financiera se pudo obtener un VAN de \$ 46.990,75 la TIR es de 82,19%; la Relación Beneficio Costo es de 1.20, la inversión se recuperará en 1 año 3 meses y 7 días, el análisis de sensibilidad con el incremento del 13,28% en incremento en costos y una disminución del 11,07% en ingresos.

Con la información obtenida del proceso de investigación se pudo determinar que es factible llevar a cabo la implementación del proyecto de factibilidad en el Cantón Paquisha, por lo que se recomienda ponerlo en ejecución, dada su alta rentabilidad para la inversionista y además aportara significativamente al desarrollo productivo del sector.

ABSTRACT

This so-called research work "project of feasibility studies for the creation of a micro-producer and marketer of BACKPACKS in the CANTON PAQUISHA, province of ZAMORA CHINCHIPE, for the year 2016", was aimed to determine the feasibility of commercial to create a micro-producer and marketer in the Paquisha Canton, it used methods: inductive, deductive, analistico, statistical; techniques of direct observation and survey the population economically Paquisha canton Actica and providers of the same canton backpacks.

To determine the population under study it was necessary to resort to the census conducted by the National Institute of Statistics and Census in 2010, which established that there are 3,854 inhabitants, which was projected for 2016 with a population growth rate of 1.75. %; giving a total of 4,277 people, where we proceeded to segment by families for which it was divided for 4 members of the family nucleus giving a total of 1,069 families that exist in the Paquisha canton, result that the formula for the sample is applied, thus determining a total of 291 surveys to apply.

When carrying out the research work, important information on demand and supply was obtained through the study of the Paquisha Canton market, as well as determining if a project is feasible, through technical, organizational, economic and financial study.

When carrying out the market study it was possible to determine that there is a potential demand of 1,069, in relation to the real demand is 2.20 and the effective of 1,656, in the same way, an offer of 284 was established, allowing an unsatisfied demand of 1,372.

By applying the information collection instrument in the Paquisha population on the demand and supply that allowed to determine that there is a considered unmet demand because there is not much supply on the product under study; so the microenterprise will have an installed capacity of 2,340 backpacks per year, using 80% for the first year.

When carrying out the economic study it was possible to determine that the initial investment of the present will consist of fixed assets for the value of \$ 4,257.75, the deferred assets represent an amount of \$ 1,428.00 and the current assets the value of \$ 6,864.80 giving a total of \$ 12,550.55 investments. The total cost that the project will have for the first year is 79,947.2 with a unit price of \$ 42.71 dollars, the same one that adds a profitability value of 20% which gives a retail price of \$ 51.25. The equilibrium point determined for the first year according to the installed capacity is 76.15% and based on sales a total of \$ 73,052.50.

In the financial evaluation it was possible to obtain a NPV of \$ 46,990.75, the IRR is 82.19%; The Benefit Cost Ratio is 1.20, the investment will be recovered in 1 year 3 months and 7 days, the sensitivity analysis with the

increase of 13.28% in increase in costs and a decrease of 11.07% in revenues.

With the information obtained from the research process it was possible to determine that it is feasible to carry out the implementation of the feasibility project in the Paquisha Canton, for which it is recommended to implement it, given its high profitability for the investor and also contribute significantly to the development productive sector.

c. INTRODUCCIÓN

La actividad textil constituye una importante fuente generadora de empleo, demanda mano de obra no calificada y es además una industria integrada que requiere insumos de otros sectores como el agrícola, ganadero, industria de plásticos, industria química.

Dentro del ámbito textil se encuentra la elaboración de mochilas siendo esta una actividad económica que ha tenido un gran aporte debido al beneficio que ha tenido desde la prehistoria para transportar artículos, enseres, entre cosas, cuando tenían que desplazarse de un lugar a otro.

En el Cantón Paquisha no existen empresas que se dedique a la fabricación de mochilas estas son traídas de otros lugares aledaños para ser comercializadas en este sitio, además no son de buena calidad no cuentan con los requerimientos de la demanda, es por ello que los compradores deben adaptarse y conformarse al producto ineficiente que se encuentra en el mercado, aunque no se sientan conformes con las características y precio.

Por ello se ha creído importante el promover un negocio de emprendimiento que permitirá satisfacer exitosamente las necesidades y requerimientos de la población de Paquisha, ya que a más de traer beneficios económicos para la persona emprendedora permitirá fomentar fuente de trabajo que permitirá el desarrollo socio-económico del sector.

Para poder determinar la factibilidad de crear la microempresa productora y comercializadora de mochilas fue importante desarrollar las diferentes etapas de estudio de un proyecto de inversión ya que cada una de estas permitió conocer la posibilidad de ejecutar el negocio. Es importante tener en cuenta que para iniciar un negocio se debe realizar este tipo de estudio para poder conocer previamente si es factible emprender el negocio y con ello evitar fracasos empresariales.

Se llevó a cabo el desarrollo investigativo en el Cantón Paquisha lugar tomado en consideración debido al bajo nivel de emprendimiento que existe y con ello se pretende contribuir a mejorar la situación tanto social y económicamente de la población.

La presente tesis está estructurada de la siguiente manera: **TITULO** donde consta el nombre de la investigación. Se inicia con el **RESUMEN** donde se encuentra resumido el trabajo en términos precisos y concretos; la **INTRODUCCIÓN** donde determina el motivo de la investigación y en la **REVISIÓN DE LITERATURA**, se fundamenta la investigación de manera teórica que contiene la recopilación bibliográfica, que nos permite comprender los elementos y conceptos más relevantes; los **MATERIALES Y MÉTODOS**, donde se describen la metodología y técnicas, utilizados para la investigación, luego se encuentran los **RESULTADOS**, que permitieron obtener información para desarrollar las etapas de estudio de factibilidad. La **DISCUSIÓN** se constituye en el estudio de mercado donde se determinó la oferta y la demanda; el estudio técnico se estableció a la

capacidad instalada, la capacidad utilizada, tamaño y localización adecuada para la empresa; El estudio Organizacional, en el que se describe la base legal de la constitución de la empresa. En el estudio financiero se determinan los activos fijos, activos diferidos, capital de trabajo, estados financieros y la evaluación financiera aplicando los indicadores de evaluación: VAN, TIR, RBC, PRC y Análisis de Sensibilidad que permitieron conocer la factibilidad del proyecto y el logro de los objetivos.

Finalmente se describen las **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES** a fin de que sean considerados para la adecuada y oportuna toma de decisiones; además se encuentran la **BIBLIOGRAFÍA** que es un listado de los libros publicaciones e internet utilizado en la revisión de la literatura, y en **ANEXOS** se encuentran los formatos de las encuestas utilizadas para el estudio de mercado.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

Mochilas

La Lengua Española (2005) expresa que mochila es un “Saco o bolsa que se sujeta a la espalda por medio de correas y sirve para transportar diversos artículos personales”.

La mochila hace referencia a un equipaje que se puede llevar en la espalda por medio de dos bandas que pasan por los hombros, son preferidos para transportar carga pesada en un periodo largo de tiempo ya que los hombros soportan mejor el peso que las manos. Las mochilas más grandes descargan la mayor parte del peso en cinturones que rodean las caderas, dejando las bandas que pasan por los hombros solo para estabilizar la carga. La mochila tiene su origen en la prehistoria, cuando el hombre necesitó transportar sus enseres en la espalda. Con el tiempo este artículo ha ido evolucionando con la necesidad de transportar más y más pesados objetos. Las guerras han sido grandes impulsoras de su desarrollo, tanto en diseño como en materiales. (Lexicoom, 2016)

“Especie de saco o bolsa que se lleva en la espalda u se utiliza generalmente para transportar comida, ropa y otros enseres necesarios en excursiones y marcha a pie”(Ecured, 2015).

La mochila es una herramienta de transporte, para el ser humano, donde se puede cargar uno o varios materiales; por lo que debe ser fiable y

cómoda al ser humano, con el fin de que no pueda causar ningún perjuicio en su salud.

Historia de las mochilas

El origen de la mochila se remota a la prehistoria; debido a que los desplazamientos del hombre eran lejos, y si tenían que llevar o cargo algo, no tenían donde hacerlo; de ahí nace la idea de hacer algo que podrían llevarlo a sus espaldas. Con el avance del hombre poco a poco de ah ido mejorándola, poco a poco para cargar cosas más pesadas.

En la actualidad las mochilas son livianas, no como en tiempos pasado donde eran fabricadas con cuero por lo que se hacían mucho más pesadas; ahora están fábricas de fibras sintéticas impermeables y ligeras con resistencia acondicionadas para la utilización de uno u otros materiales, además son adaptables a la anatomía humana con suspensión y regulación.(Ecured, 2015)

Tipos de mochilas

Existen diversos tipos de mochilas los cuales cada uno tiene sus peculiaridades.

Carlos Cedeña:

- **Mochila Clásica.** - Es aquella que consta de dos asas que cuelgan en los hombros se caracteriza por poseer bastante espacio.
- **Mochila con ruedas.** - Consta de un asa extensible para que no se tenga que agachar por ella.

- **Bandolera.-** Es aquella que se puede llevar cruzada en un solo hombro posee un espacio menor a la mochila tradicional. (Cedeña, 2013)

Tipos de material

Las mochilas pueden estar elaboradas de diferente textura, forma así como el material que se usa para su fabricación, por lo cual a continuación se determinan las mochilas más comunes (Chicaetc., 2014):

Canvas (Lienzo): Usualmente este tipo de mochilas da un look más relajado. Es prácticamente tela, por lo tanto, es muy suave al tacto y ligero.

Imitación de piel (poliuretano): Esta es una excelente opción para un look más profesional o maduro, pero principalmente como una alternativa a la piel animal.

PVC / Plástico: Estas mochilas dan un look más informal, pero muy divertido. Son muy resistentes a manchas por líquidos o raspones a diferencia de las anteriores, sin embargo al ser plástico pueden llegar a romperse si se llegase a atorar con algo o jalarse con mucha fuerza. (Chicaetc., 2014)

Partes de una mochila

1. Ajuste en la altura de la tapa.
2. Asa de izado.
3. Tirantes superiores de los hombros.
4. Hombreras anatómicas
5. Espalada acolchada
6. Ajuste pectoral.
7. Tensores de Hombreras
8. Cinturón acolchado y anatómico.
9. Ajuste de cintura.



Figura 1: Parte de la mochila
Fuente: Investigación de campo

10. Ceñidores de balanceo del cinturón
11. Acolchado lumbar.
12. Cuelga de dedos.
13. Ajuste de altura.
14. Cintas de comprensión y porta esquís.
15. Cruceta anatómica.
16. Bolsillo en la etapa.
17. Porta materiales.(Ecured, 2015)

MARCO TEÓRICO

Proyecto

Dácido Guirmanes & Eduardo Barbosa:

El concepto del proyecto determina una visión inicial de lo que será posible alcanzar y de cómo se pretende conseguir los resultados deseados, el proyecto debe transmitir una visión clara, concisa y completa, el cual informa de manera adecuada sobre el tema, del porqué se lo realizar y que beneficios ocasionan, esta información es importante para la aprobación de proyectos.(Barbosa & Guimaraes, 2013, pág. 77)

Un proyecto dentro de una organización se determina como una actividad compleja, esto se debe a que se enfrenta a algo inexistente que con el pasar de los tiempos se identificara el proyecto en el momento de la concepción de una idea.(Campoy, 2007, pág. 2)

El proyecto es una visión hacia el futuro; primeramente, hay que tener un plan para realizar un programa de como se lo va a realizar y llegando a realizar un proyecto.

Ciclo del Proyecto

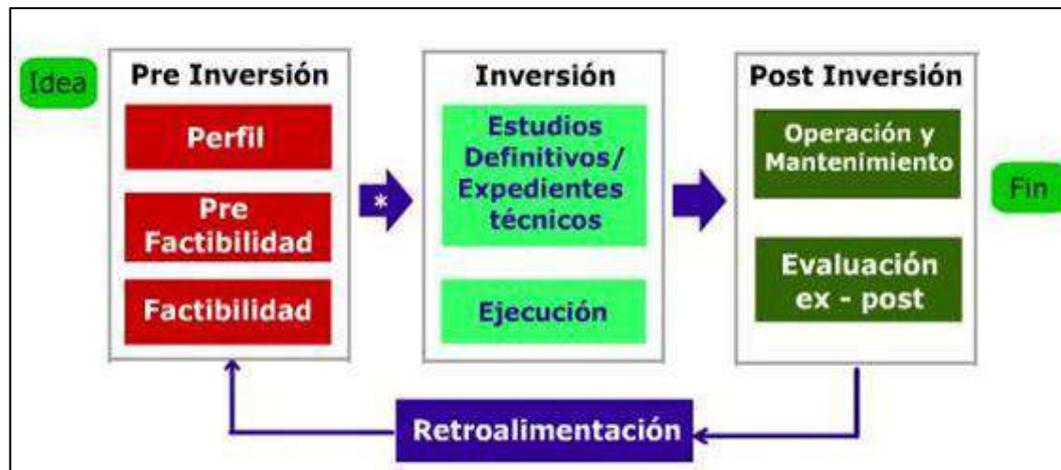


Figura 2: Ciclo del Proyecto

Fuente: González, Roberto (2015) Ciclo del proyecto.

Roberto González define:

Fase de Preinversión: se identifica un problema determinado y luego se analizan y evalúan, brinda alternativas de solución que permite encontrar la mayor rentabilidad social. (p.23)

Fase de Inversión: Se pone en marcha el proyecto conforme a los parámetros aprobados en la declaratoria de viabilidad para la alternativa seleccionada.

Fase de Postinversión: Entra a operación y mantenimiento y se realiza la evaluación ex post. (Gonzalez, 2015) (p.25)

Proyecto de factibilidad

Según las investigaciones de Varela:

Se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto". 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 (Varela, 2011)

Córdova (2011) determina que es el análisis del entorno (demográfico, cultural, tecnológico) donde se sitúa la empresa y del proyecto que se evalúa, implementar es fundamental para determinar el impacto de las variables controlables y no controlables.

El proyecto de factibilidad está estructurado por diferentes estudios como son:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio administrativo
- Estudio financiero
- Evaluación Financiera

ESTUDIO DE MERCADO

Quintanilla (2013) establece que “Es importante hacer un estudio de mercado antes de lanzarse a la ejecución para minimizar el riesgo de error y tratar de asegurarse el mayor éxito posible” (Pág. 26)

Gonzales Nieto:

El estudio de mercado es más que el análisis de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden pronosticarse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial, mediante el conocimiento de los siguientes aspectos:

1. El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
2. La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
3. Comercialización del producto o servicio del proyecto.

Por su Parte Varela (2011) señala que el estudio de mercado tiene la finalidad de determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto, en un espacio de tiempo.

Uno de los factores más crítico de todo proyecto, es la estimación de la demanda, y conjuntamente con ella los ingresos de operación, como los costos e inversiones implícitos.

Según las investigaciones de Jonny de Jesús Meza:

La importancia del estudio de mercado está en recoger toda la información sobre los productos o servicio que supone suministrará el proyecto, y porque aportar información valiosa para la decisión final de invertir o no en un proyecto de inversión, el estudio de mercado es vital para cualquier proyecto, ya que a través de él se conoce el medio ambiente en el cual la empresa realizara sus actividades económicas. (Meza, 2013, pág. 22)

“El estudio de mercado es el conjunto de investigaciones que permiten la obtención el registro y el análisis de los hechos relacionados con la transferencia y la venta de bienes y servicio del fabricante consumidor”(Martín & Pezo, 2005, pág. 36).

Demanda

“Demanda es la cantidad de bienes o servicios que pueden ser adquiridos o se han adquirido por los consumidores de un sector o producto específico” (Cebrián & Olmos, 2011)

González Nieto considera:

El análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto del bien o servicio; así también como para determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. “La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etc.”(Gonzalez, 2014)

La demanda total del mercado de un producto es el volumen total que compraría un grupo definido de consumidores, en un área geográfica definida, en tiempo definido, en un entorno de marketing definido, y bajo unos programas de marketing definidos (Viscarri, Mas, & Pinto, 2010, pág. 26)

Demanda potencial

La demanda potencial ayuda a pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas de la futura empresa; es el volumen máximo que se podría alcanzar en un tiempo y espacio determinado.

Rubén Valbuena nos relata:

La demanda del mercado es una expresión de la forma en que la sociedad desea distribuir sus recursos, así es que por parte de los consumidores. El esfuerzo más o menos consciente para alcanzar la satisfacción máxima con un ingreso limitado determina la demanda individual de bienes y servicios(Valbuena, 2005, pág. 202)

De acuerdo a Rubira (2013) existen determinantes que ayuda a determinar la demanda potencial:

- Los determinantes genéricos de la demanda: precios, renta y preferencias.
- Esfuerzo comercial realizada en su máxima intensidad.
- Demanda futura que hay que considerar.
- La evolución de la industria.

Demanda actual

“La demanda actual del producto y su proyección. Magnitud estimada para la fecha presente y para algunas fechas futuras que sean significativas en el periodo de vida útil del proyecto.”(Gómez, 2012, pág. 167)

Demanda efectiva

Miguel Sabales:

Conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado. La demanda efectiva es el deseo de adquirir un

bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo. Punto de equilibrio entre demanda global y oferta global; es decir, combinación de puntos en donde el sector gasto monetario y los sectores producción y empleo están en equilibrio. (Sabales, 2010)

La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o un servicio; sumándole la capacidad que tienen para hacerlo; es el punto de equilibrio entre la demanda global y la oferta global.

Demanda insatisfecha

“Aquella parte de la demanda planeada en términos reales en que este excede a la oferta planeada y que por lo tanto no puede hacerse compra efectiva de bienes y servicios” (Torres, 2013, pág. 36).

Es la demanda que no ha sido cubierta en el mercado; y que puede ser cubierta con la nueva empresa.

Uso per cápita

Según las investigaciones de Jhoell Pérez:

El concepto conocido de per cápita es un término que proviene del idioma latín y que significa en otras palabras ‘por cada cabeza’. Este término es utilizado normalmente en el ámbito de las estadísticas, ya sean estas sociales, económicas o de cualquier tipo y también es común usarlo para hacer referencia a diferentes tipos de divisiones o distribuciones entre grupos o comunidades de personas ya que siempre da a entender cuánto recibe o percibe cada una de esas personas. (Perez, 2012)

Análisis de Oferta

La relación entre precios y cantidades ofrecidas es directa, o sea, cuando los precios son mayores los proponentes estarán dispuestos a colocar mayores cantidades en el mercado y viceversa.

Al igual que la demanda, la oferta puede representarse como una función en la cual las principales variables son el precio y los costos de producción (Grajales, 2010)

Santillán García considera el análisis de la oferta a:

Determinar la cantidad de suministros disponibles para la población consumidora, producidos por fabricantes locales o importados desde otras localidades, discriminados según calidades, variedades y precios. Así mismo, se deben especificar las condiciones de venta y de despacho de dichos bienes. (García, 2006, pág. 35)

La oferta es la cantidad del producto o servicio que una persona está en condiciones de brindarlo en un determinado periodo; dependiendo del precio de producto en relación a los costos que se utilizaron para producirlo.

Plan de comercialización

El plan de comercialización se enfoca en cómo se va a vender el producto o servicio, es decir que técnicas de ventas se va a utilizar. Cuando se decide crear una empresa, primero se tiene una idea, luego se estudia el

mercado y después se decide cuál va a ser la estrategia de penetración y de distribución en ese mercado.

William Stanton & Michael Etzel; exponen las funciones que cumple un plan de comercialización:

- Sintetiza las estrategias y tácticas de comercialización que se aplicarán para alcanzar los objetivos específicos durante el siguiente año. Se convierte, pues, en un documento práctico que guía a los ejecutivos y al resto de los empleados que participan en la comercialización.
- Señala lo que ha de hacerse en relación con otros pasos del proceso gerencial, a saber: realización y evaluación del programa de comercialización.
- Indica quién se encargará de efectuar determinadas actividades, cuándo habrán de realizarse y cuánto tiempo y dinero se invertirán. (pp. 90-91)

El plan de comercialización es un programa de actividades que se realizan durante un año; organizando un plan por cada producto, según las circunstancias en que se encuentre.

Producto

El producto es un conjunto de atributos físicos y tangibles reunidos en una forma identificable. Cada producto tiene un nombre descriptivo o genérico.

Rafael Muñiz:

Los atributos del producto que suscitan la motivación del consumidor o provocan los patrones de compra no se incluyen en esta definición tan

estricta. Una interpretación más amplia del término reconoce que cada marca es un producto individual. Pero el nombre de marca indica una diferencia en el producto al consumidor, y ello introduce en la definición el concepto de satisfacción de necesidades o deseos del consumidor (Muñiz, 2008, pág. 424)

Por su parte Fernández (2011) determina que el producto es tangible que satisface la necesidad de la demanda; es la integración de una serie de satisfacciones visuales combinados con elementos de satisfacción que no son perceptibles; pero en conjunto dan al consumidor la sensación de llenar sus necesidades.

Clasificación del producto

- **Productos de Consumo.** - Destinados al consumo personal o del hogar.
- **Productos de Negocios.** - Elaboración de los productos para su reventa.
- **Productos de Duración y Tangibilidad.**- De acuerdo al uso que se le dé al producto, el tiempo que dura y si es tangible o un servicios intangible. (Stanton & Etzel, 2015)

Distribución y plaza

Según las investigaciones de Adela Cortina se considera:

La distribución de la planta hace referencia En función del tipo de producto, la distribución se hará de forma diferente. Por tanto, se debe definir des del inicio qué tipo de canal de distribución se utilizará y

porqué. Un aspecto muy importante a valorar es si la distribución será directa o indirecta. En el primer caso, el canal de distribución está formado únicamente por los productores y los consumidores, mientras que, en el segundo caso, entre el productor y el consumidor existen uno o más intermediarios. (Cortina, 2002, pág. 349)

Incluye las actividades de la empresa que pone al producto en disposición de mercado meta, considerando canales, cobertura, surtido, ubicación, inventario, transporte y logística (Kotler, Cámara, & Cruz, 2013, pág. 63)

Precio

El precio es el importe económico que los clientes están dispuestos a pagar con la finalidad de adquirir un cierto producto o servicio. A la hora de fijar el precio, es muy importante saber si el cliente está dispuesto a pagar por precio fijado. (Bernues, 2003)

Kotler, Cámara y Cruz (2013) definen al precio como la cantidad de dinero que los clientes tienen que cancelar por el producto o servicio, es la única variable de la mezcla de mercadotecnia que genera ingresos para la empresa.

Ingeniería del Proyecto

Es la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

Carlos Antón según sus investigaciones determina que la ingeniería del proyecto tiene dos funciones:

Primero: aportar la información necesaria para hacer una evaluación económica del proyecto.

Segundo: establecer las bases técnicas sobre las que se construirá e instalará la planta, en caso de que el proyecto demuestre ser económicamente atractivo. (Antón, 2011)

Flujograma

Son una representación gráfica de las tareas, movimientos y recursos, teniendo una secuencia lógica, que permite definir inmediatamente los requisitos o actividades que pasan durante el proceso y la relación entre las mismas. (Cruz, 2012)

Ricardo Enríquez Caro:

Son representaciones geométricas que ayudan en la definición, formulación, análisis y solución de problema. El diagrama de flujo ayuda al análisis a comprender el sistema de información de acuerdo con las operaciones de procedimientos incluidos, colabora con el análisis de las etapas con el propósito de mejorarlas e instalar un sistema de información para la administración. (Caro, 2012)

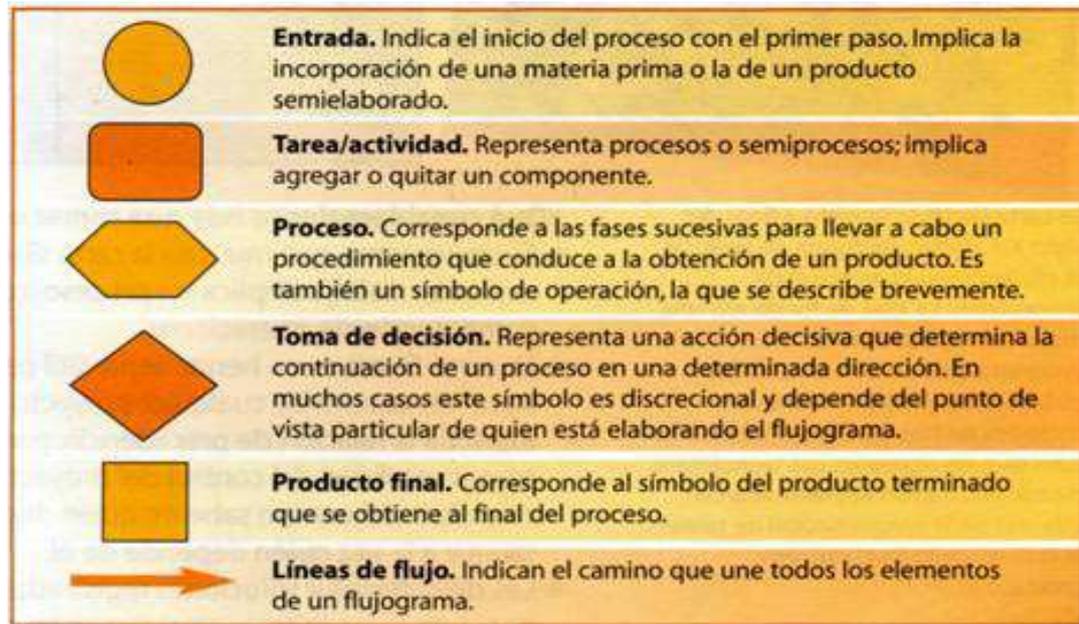


Figura 3: Simbología usada en el Flujograma

Fuente: Cruz, Patricia (2012) Flujogramas en la gestión de proyectos

ESTUDIO TÉCNICO

Es un proceso interactivo al cual las demás investigaciones se refieren varias veces hasta que finalmente se establece el concepto entero en el estudio de factibilidad. Evidencian los conocimientos profundos de los planificadores del proyecto en cuanto a las características sobresalientes. (Erossa, 2010, pág. 99)

Breyner Martínez:

El estudio técnico permite analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Martinez, 2011)

Tiene como objetivo proveer información, para determinar el monto de las inversiones y el costo de las operaciones que se van a realizar en el proyecto; para determinar si es factible o no.(Varela, 2011)

Tamaño de un proyecto

El tamaño de un proyecto según Enrique Guerrero:

El tamaño de un proyecto está dado por el nivel de inversión y de producción es la capacidad que ha decidido la empresa operar durante un lapso de tiempo, a ello se suman las dimensiones de las instalaciones, aspectos económicos y técnicos, para lo cual se debe realizar un análisis de aspectos como la localización, tamaño óptimo, el proceso productivo, insumos, materia prima, disponibilidad de la mano de obra, equipos e instalaciones, tomando en consideraciones estos puntos se podrá definir de una forma adecuada el tamaño del proyecto.(Guerrero, 2009)

Capacidad del proyecto

Meza (2013) establece que la capacidad del proyecto es necesario definir los siguientes términos:

Capacidad Diseñada

Hace referencia al nivel de producción o de prestación de servicio en condiciones normales de operación; es decir es la capacidad o volumen de producción que puede llegar alcanzar la maquinaria y al momento de utilizar la maquinaria sea al máximo posible de producción.

Capacidad Instalada

Es aquel nivel máximo de producción o de prestación de servicio que los trabajadores o máquinas y equipos e infraestructura disponibles puede generar; es decir es la capacidad máxima disponible permanentemente en cantidad de servicios por tiempo.

Capacidad Utilizada

Es el porcentaje de la capacidad instalada que se alcanza teniendo en consideración las contingencias de producción y ventas; es la relación entre la capacidad de operación que trabajan las maquinarias con el equipo existente.

Localización del proyecto

En lo relacionado a la localización de un proyecto consiste el identificar las variables y analizarlas con la finalidad de poder buscar el mejor sitio para la producción máxima de la planta productiva, el cual debe ser realizado de una forma detalla tomando en consideración factores que permiten determinar la localización adecuada para la empresa. (Zambrano, 2009, p. 29)

Icaza Roberto (2012) establece que los aspectos a tomarse en consideración en lo relacionado a la localización de la planta de producción se determinan los siguientes:

- Disponibilidad y costes del suelo
- Disponibilidad y calificación de la mano de obra
- Disponibilidad de personal directivo y técnico.

- Mercados para el producto acabado accesibles desde la localización.
- Aprovisionamiento de los materiales necesarios, su disponibilidad y precio.
- Comunicación, tipo, niveles.
- Sistema de transporte y facilidades.
- Disponibilidad de la tecnología necesaria.
- Salarios y clima social
- Reglamentaciones e impuestos. (Icaza, 2012) (p.318)

Macro localización

Llamada también macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Micro localización

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.

Distribución de la planta

Grimaldo, Luis Miguel determina:

La distribución de la planta se constituye en la disposición de las unidades de trabajo tanto administrativas como operativas dentro de las instalaciones de la organización, el cual se lo realiza con la finalidad de poder mejorar el desempeño evitando contratiempos y barreras para un adecuado desarrollo del proceso productivo del proyecto. Grimaldo (2012)

La distribución de la planta consiste en la distribución de la maquinaria, materiales y servicios; para realizar el producto y así poder mejorar los costos y mejorar la productividad. Su objetivo principal es dar unas buenas condiciones de trabajo, manteniendo condiciones óptimas de seguridad y bienestar de trabajo.

Principios para distribuir la planta

Breyner Martínez:

- Integración total, obteniendo una visión de conjunto.
- Seguridad y bienestar del trabajador
- Mínima distancia recorrida
- Utilización del espacio cúbico
- Flexibilidad ante los cambios (Martínez, 2011, p. 28).

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

“En este estudio se examinan: objetivos, metas, políticas, normas o reglas, plantillas de personal, estructura de sueldos, políticas operativas, horarios de trabajo, prestaciones a los trabajadores y documentos legales”(Lerma & Márquez, 2011, pág. 632).

Karla Espinoza considera que el estudio administrativo:

Proporciona las herramientas guías para poder administrar el proyecto; mostrando los elementos administrativos como la planeación estratégica que define el rumbo y las acciones para lograr alcanzar los objetivos de la empresa; además se podrá definir los organigramas y la planeación del recurso humano que se va utilizar Espinoza (2011)

Este estudio determina que parte del estudio administrativo se definen las relaciones de dependencia entre las diferentes instancias o niveles de organización, así como las funciones y relaciones, internas entre ellas, y externas al sector al que pertenece el proyecto.

Base Legal

Sergio Bernues:

Es el conjunto de normas por el cual se rige una empresa, esto dependerá del tipo y giro con el cual se encuentre creado dicha empresa. La base legal proporciona las plataformas sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En la base legal regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí.(Bernues, 2003)

Con este rubro se deja en claro la personalidad jurídica que va a tener la empresa, como persona natural o jurídica; o si es una sociedad; de acuerdo al reglamento que se acoge la misma.

Aspecto Fiscal

En este aspecto se trata de cumplir con todos en cuanto a lo fiscal, mediante la inscripción al Servicio de Rentas Internas SRI, Municipio, entre otras; para constituir bien la empresa y poder a cumplir a cabalidad con estas obligaciones.

Aspecto Laboral

Toda empresa bien constituida debe tener encuentra todos los aspectos como el aspecto laboral; acogíendose y respetando las leyes que disponga la ley.

Según María Elvia Parra todo aspecto laboral está conformado por:

Contrato de trabajo. - contrato individual por cada trabajador, en el mismo donde se obliga a prestar un trabajo por un salario.

Reglamento de Trabajo.- Instrumento donde se establecen normas, reglas, que tanto los trabajadores, como gerentes de las empresas deben respetar.(Parra, 2013)

Tipos de organigramas

Los organigramas son representaciones que representan los puestos de una organización y sus niveles jerárquicos, a través de líneas, canales de autoridad y responsabilidad; por lo que deben ser claros, precisos y concretos.(Parra, 2013)

Por su parte manifiesta que existe diversos tipos de organigramas, pero entre los más destacados se describen a continuación García (2014):

Según su contenido

Organigramas estructurales, tienen como finalidad la representación gráfica todas unidades administrativas de la empresa y sus relaciones jerárquicas.

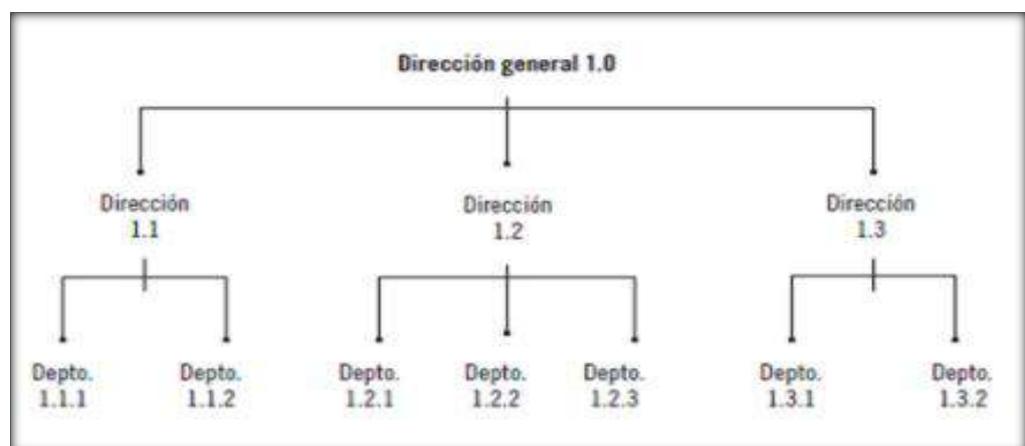


Figura 4: Organigrama estructural

Fuente: García (2014). Gestión de la atención al cliente/consumidor

Organigrama funcional, permite conocer además de los órganos, las funciones principales que estos efectúan.

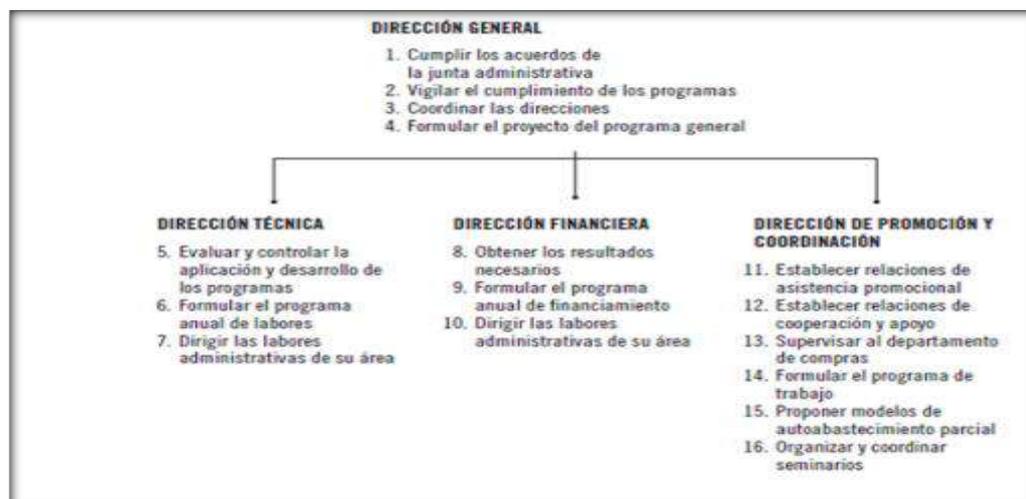


Figura 5: Organigrama funcional

Fuente: García (2014). Gestión de la atención al cliente/consumidor

Organigrama de integración de puestos, indica en cada área los diferentes puestos.

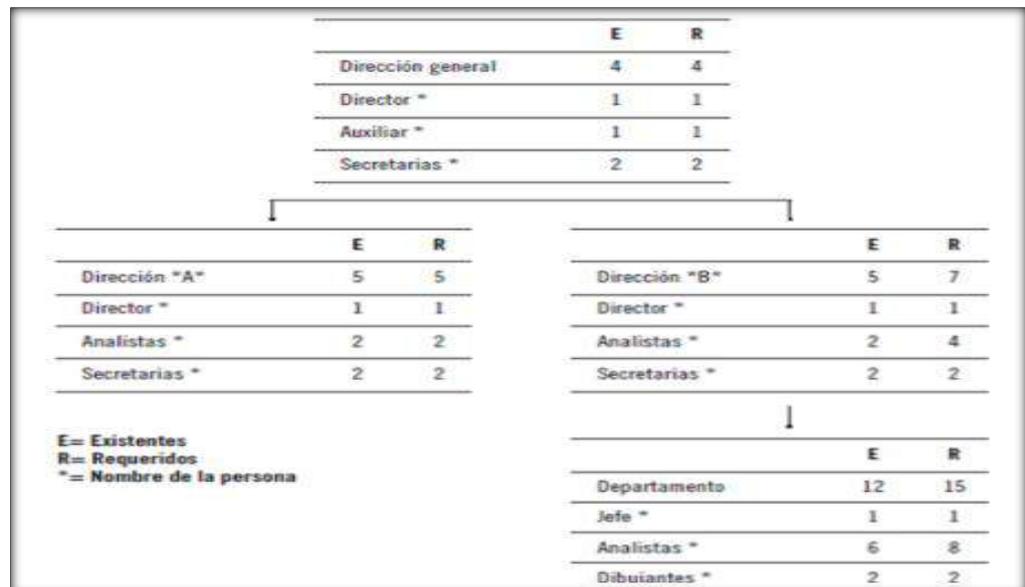


Figura 6: Organigrama de integración de puestos

Fuente: García (2014). Gestión de la atención al cliente/consumidor

Según su ámbito de aplicación

- **Organigramas generales**, contienen información representativa de una entidad hasta un determinado nivel jerárquico.

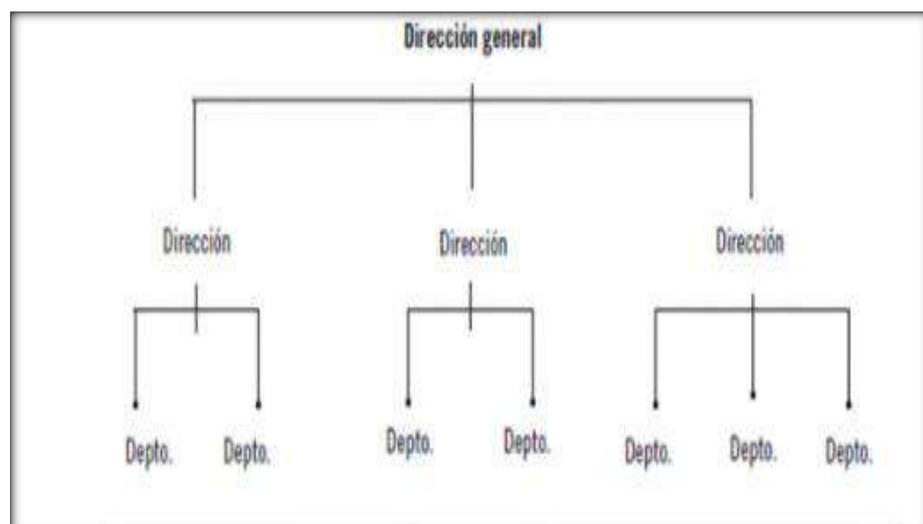


Figura 7: Organigrama general

Fuente: García (2014). Gestión de la atención al cliente/consumidor

- **Organigramas específicos**, permite observar la estructura de un área o unidad de la empresa.

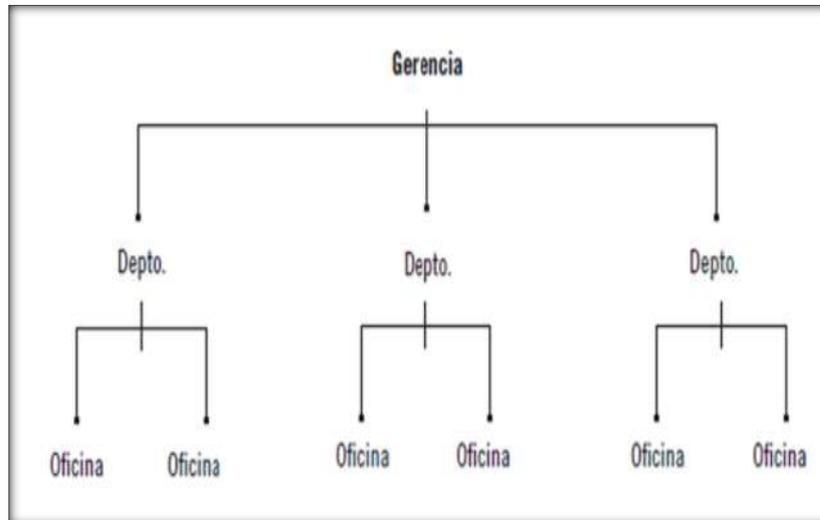


Figura 8: Organigrama específicos

Fuente: García (2014). Gestión de la atención al cliente/consumidor

Según su representación o disposición gráfica

- **Organigrama vertical**, en la parte superior de la estructura se ubica los órganos con más autoridad, descendiendo en diversos niveles el resto de puestos.

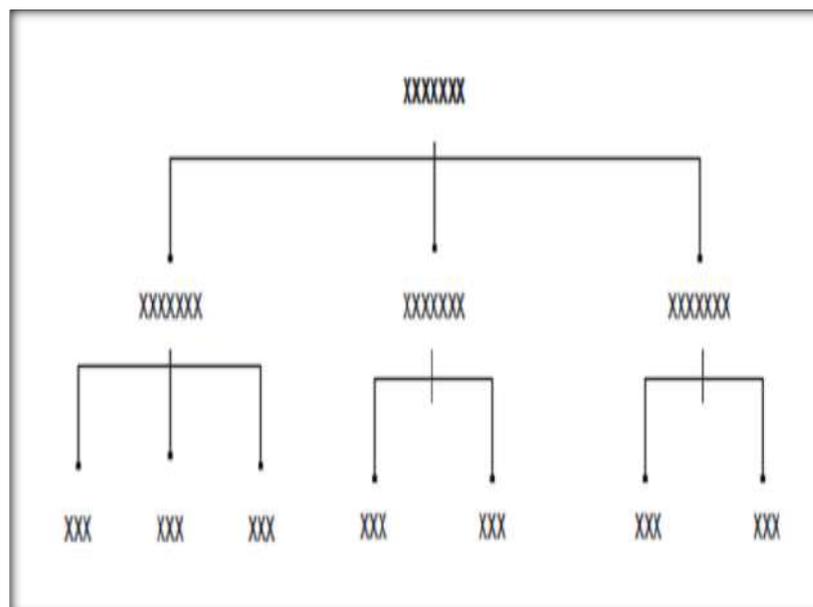


Figura 9: Organigrama vertical

Fuente: García (2014). Gestión de la atención al cliente/consumidor

- **Organigrama horizontal**, permite desplazar los puestos de trabajo de menor rango hacia la derecha, colocando a la izquierda los cargos con más poder.

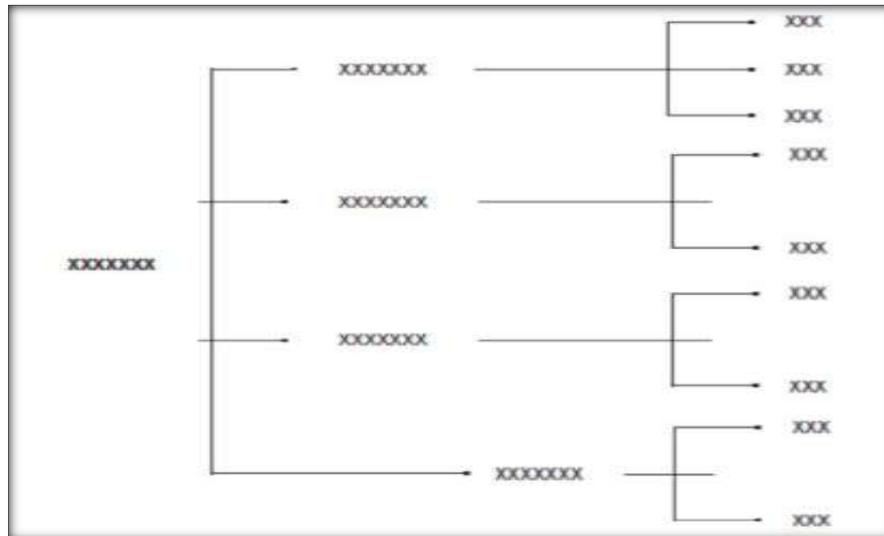


Figura 10: Organigrama horizontal

Fuente: García (2014). Gestión de la atención al cliente/consumidor

- **Organigrama circular**, el órgano de mayor jerarquía se ubica en el centro, las líneas de autoridad parten del centro círculos concéntricos.

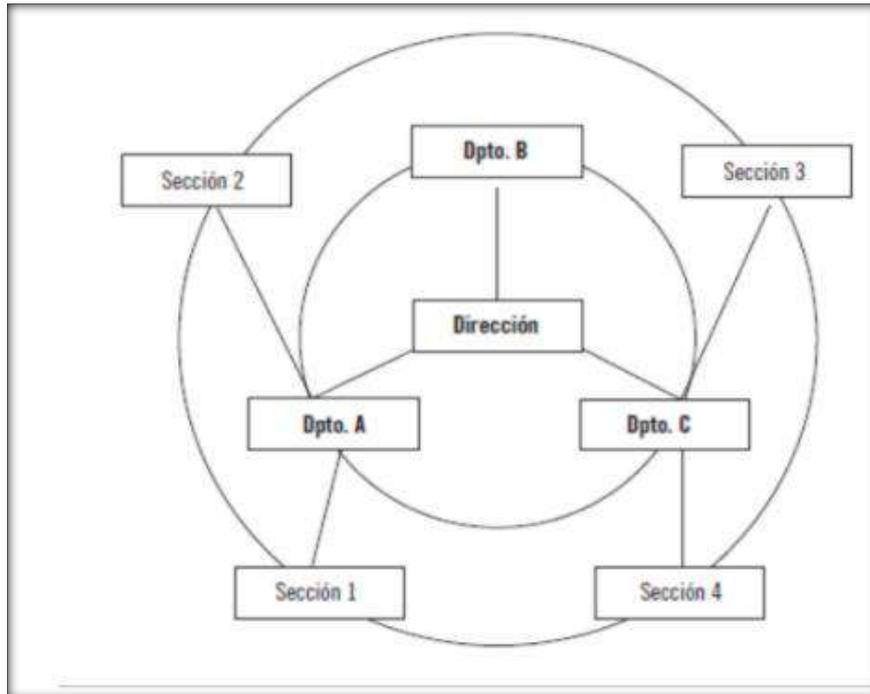


Figura 11: Organigrama circular

Fuente: García (2014). Gestión de la atención al cliente/consumidor

- **Organigramas mixtos**, hace referencia a la combinación del formato vertical, horizontal.

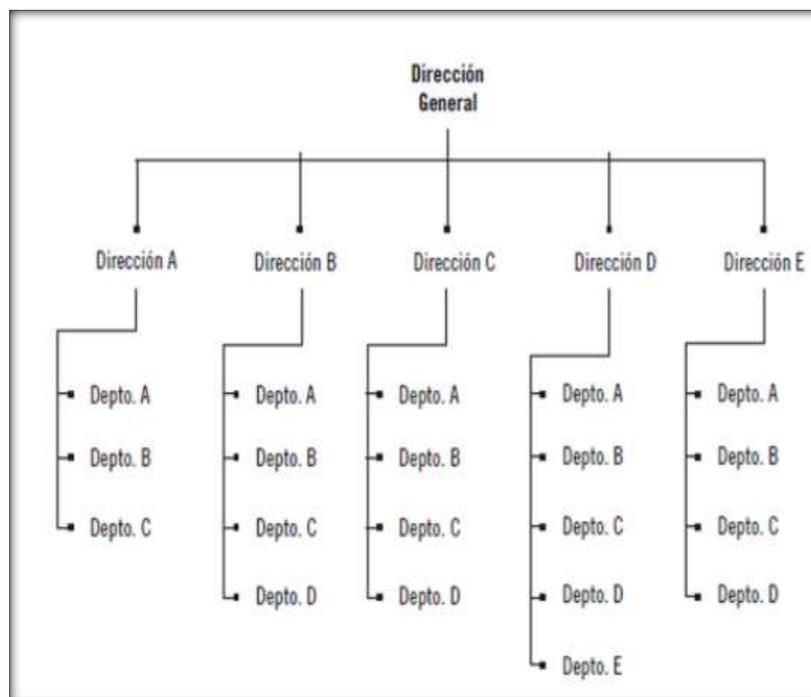


Figura 12: Organigrama mixtos

Fuente: García (2014). Gestión de la atención al cliente/consumidor

Manual de funciones

Engloba el análisis y descripción de los diferentes cargos, herramientas que originan la eficiencia de la administración de los Recursos Humanos y permiten establecer normas de coordinación entre cargos.

Según las investigaciones de Juan Rodríguez manual de funciones es:

Esta herramienta que permite verificar a cada servidor, según el nivel jerárquico en que se encuentra ubicada dentro de la organización. Pretende mejorar la calidad, eficacia y productividad el talento humano y su objetivo principal es propiciar en la empresa la dinámica del cambio tendiente al logro de la competitividad. (Rodríguez, 2016)

Reglamento Interno

Son herramientas utilizadas por las organizaciones, con el objeto de regular el comportamiento de las personas de una institución, en donde se requiere facilitar la convivencia interna y su avance hacia el logro de los objetivos.

Según Camilo Cortés el reglamento interno debe contener:

Las horas en que empieza y termina la jornada de trabajo, los descansos, los tipos de remuneración, el lugar, día y hora de pago, la persona a la cual pueden dirigir sus reclamos, consultas y sugerencias; normas de prevención, higiene y seguridad; y dar a conocer las infracciones por el incumplimiento. (Cortés, 2015)

ESTUDIO FINANCIERO

Es ordenar y sistematizar la información derivada de las etapas anteriores y elaborar los cuadros que servirán de base para la evaluación de resultados. Para lograrlo es necesario analizar en detalle los puntos siguientes. (Joch, 2006, pág. 15)

En su investigación ILPES considera:

Comprende la inversión, la proyección de los gastos e ingresos y cual serán las fuentes de financiamiento para la ejecución del proyecto de inversión. El estudio financiero deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles, además deberá evaluar la decisión de comprometer los recursos financieros en el proyecto en comparación con otras posibilidades conocidas de la localización (ILPES, 2006, p. 121)

A través de este estudio se puede ordenar, sistematizar la información de todos los estudios anteriores; elaborando cuadros analíticos para poder evaluar el proyecto y determinar su rentabilidad.

Jhonny de Jesús Meza:

Corresponde a la etapa de formulación del proyecto donde se recoge, cuantifica información proveniente de los estudios de mercado, técnico y organizacional, mediante estas etapas permiten continuar la secuencia, ya que con una vez determinado el mercado para el servicio o bien y al no existir impedimento de carácter técnico y legal se procede a cuantificar el monto de inversión necesarios para el desarrollo productivo

y mediante ello poder determinar los ingresos y egresos para la evaluación del proyecto. (Meza, 2013, p. 63)

Activos

En sus investigaciones José Martínez define al activo fijo como el circulante:

Activo Fijo: hace referencia a aquellos bienes y derechos duraderos, que han sido obtenidos con el fin de ser explotados por la empresa. Se trata de aquellos bienes inmuebles, materiales, equipamiento, herramientas y utensilios con los que no se va a comercializar, es decir que no se van a convertir en líquido al menos durante el primer año.

Activo circulante: también denominado corriente o líquido, hace referencia al dinero del que dispone la empresa o puede disponer en menos de un año. Es decir, aquellos bienes, derechos o créditos, que pueda utilizarse o convertirse en líquido cuando se necesite. (Martínez, 2014)

Capital de trabajo

Luis Pérez:

Es la medida de efectivo y activos líquidos disponibles para financiar las operaciones diarias de una empresa; ayuda a administrar el negocio y tomar decisiones de inversión. Mediante el cálculo del capital de trabajo se puede determinar por cuanto tiempo un negocio podrá cumplir sus obligaciones actuales. Una empresa con un capital muy bajo o nula más seguro que no tendrá un futuro comprometedor. (Pérez, 2010)

Capital de trabajo es la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Se calcula considerando los activos que sobran en relación a los pasivos de corto plazo.

Financiamiento

Son los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamos que complementan los recursos propios.

Juan Ricaldi nos habla sobre los tipos de financiamiento:

Financiamiento Interno

Es la capacidad que tiene una empresa para obtener recursos de financiamiento ya sea en dinero o en especie, para poder cubrir sus necesidades y poder cumplir con sus objetivos a corto o a largo plazo.

Financiamiento Externo

Se genera cuando no es posible seguir trabajando con recursos propios, es decir cuando los fondos generados por las operaciones normadas más las aportaciones de los propietarios de la empresa, son insuficientes para hacer frente a desembolsos exigidos para mantener el curso normal de la empresa, es necesario recurrir a terceros como préstamos, etc. (Ricaldi Guere, 2013)

Aportaciones

Son los recursos que se otorgan a las unidades productoras de bienes y servicios, con la finalidad de financiar la adquisición de activos fijos, activos financieros, o apoyar la liquidación de pasivos.

Saúl Jiménez:

Es la prestación que efectúa el socio como medio para la consecución del fin común que la sociedad anónima persigue a través del ejercicio de la actividad propia del objeto. Lo aportado pasa a formar parte del patrimonio de la sociedad. (Jimenez, 2013)

Depreciaciones

Roberto Vásquez

Reconoce el desgaste de los activos por su esfuerzo en la generación del ingreso, de modo pues que su reconocimiento es proporcional al tiempo en que el activo puede generar ingresos. Esto es lo que se llama vida útil de un bien o un activo. Es el tiempo en que el activo se mantiene en condiciones de ser utilizado y de generar ingresos. (Vásquez, 2015)

Supone valorar un bien de forma racional y debe analizarse con mucho rigor, especialmente en aquella donde el valor de los activos es muy elevado.

Costos

Según las investigaciones de Verónica Pizarro costos es:

El valor de los recursos necesarios para producir y vender los productos o servicios que ofrece la empresa. Al conocer el costo se puede establecer la meta de venta que permita obtener los ingresos necesarios para cubrirlos, así como fijar el precio de venta, bajar algunos gastos y utilizar bien el dinero. (Pizarro, 2011)

Costos fijos

Son los que no varían con los cambios en el volumen de las ventas o en el nivel de producción. Los costos fijos se producen efectúese o no la producción o la venta.

Costos variables

José Montoya:

Son aquellos que varían de acuerdo al volumen de producción, están estrictamente relacionados con el nivel de producción: si la producción baja los costos variables son bajos, si el volumen de producción incrementa los costos variables también aumentan. (Montoya, 2016)

Costos totales de producción

Los costos totales son la suma de los costos fijos y variables para cualquier determinado de producción.

Ingresos

Las investigaciones de María Romero determinan:

Un ingreso es un incremento de los recursos económicos. Este debe entenderse en el contexto de activos y pasivos, puesto que es la recuperación de un activo. Los ingresos suponen incrementos en el patrimonio neto de la empresa. (Romero, 2015)

Los ingresos pueden tratarse del aumento del valor de los activos o la disminución de un pasivo en la empresa.

Punto de Equilibrio

Raúl García:

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa. (Garcia, 2016)

Es aquel punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados con la venta o creación de un producto.

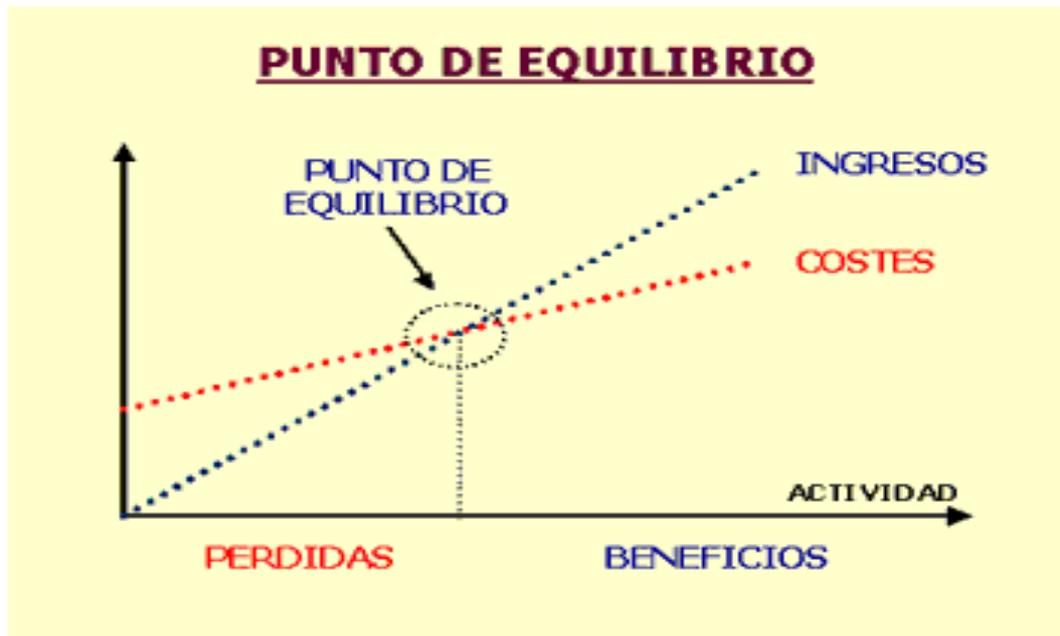


Figura 13: Punto de equilibrio
Fuente: García, Raúl (2016) Punto de equilibrio

EVALUACIÓN FINANCIERA

Flujo de Caja

El flujo de caja es uno de los elementos más importantes en el proyecto; debido a que la evaluación se realiza en base a los resultados; para realizar el flujo de caja se toma la información de los estudios de mercado, técnico y organizacional.

Según las investigaciones de Paúl Lira el flujo de caja:

Se proyecta a plazos muy cortos que permiten saber, al tesorero cuánto faltará o sobrá el efectivo y por lo tanto actuar en consecuencia, mediante el flujo de caja se busca estimar los ingresos y egresos en efectivo que se producirán en un horizonte temporal de largo plazo y saber cuánto del efectivo puede retirarse sin que esto afecte a la continuidad del proyecto.

(Lira, 2013, p. 24)

Elementos del Flujo de Caja

Canadá (2011); señala que el flujo de caja se compone de:

Los egresos iniciales de fondos

Los ingresos y egresos de operación

El momento en que ocurren estos ingresos y egresos

El valor de desecho o salvamiento del proyecto

Valor Actual Neto (VAN)

Los autores Carmelo León, Manuel Romero y Victoria Suarez determinan:

El valor actual neto de un proyecto de inversión se define como el valor actual de todos los flujos de caja generados por el proyecto de inversión menos el desembolso inicial necesario para la realización del mismo:(León, Romero, Ruiz, & Suárez, 2014, p. 160)

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

El valor actual neto es el más conocido al evaluar el proyecto; permitiendo determinar si se maximiza la inversión; dependiendo de la inversión inicial previa, inversión durante la operación y los flujos netos de efectivo, tasa de descuento y los números de periodos que dure el proyecto.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno o TIR es un parámetro que te indica la viabilidad de un proyecto basándose en la estimación de los flujos de caja que se prevé tener.

Por decirlo de forma sencilla, para calcular la TIR se toman la cantidad inicial invertida y los flujos de caja de cada año (ingresos de cada año, restándole los gastos netos) y en base a eso calcula el porcentaje de beneficios que se obtendrá al finalizar la inversión. Cuánto mayor se la TIR, más rentable será el proyecto.

Su fórmula es la siguiente:

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VANMenor}{VANMenor - VANMayor} \right)$$

Es la tasa efectiva anual conformada por la tasa de retorno que hace el valor actual neto de todos los flujos de efectivo de una determinada inversión; es decir es el valor actual neto de los costos de la inversión.

Relación de Beneficio/Costo

La Relación Beneficio- Costo (B/C) este método compara los costos y beneficios actualizados.

Su fórmula es la siguiente:

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{Valor actual de los beneficios brutos}}{\text{Valor actual de los costos}}$$

Otoniel (2008) determina que esta relación se utiliza sólo para medir la rentabilidad del proyecto, para el cálculo hay que predeterminar la tasa de actualización que se utilizará. El uso de la Relación Beneficio- Costo para evaluar los proyectos indica que el criterio de decisión es:

Si $B/C > 1$ Se acepta la ejecución del proyecto.

Si $B/C < 1$ Se rechaza la ejecución del proyecto.

Si $B/C = 1$ Indiferente. Significa que $B=C$ (costo de oportunidad del dinero). (p.168)

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Carmelo León, Manuel Romero y Victoria Suarez:

El análisis de sensibilidad investiga la variabilidad de los resultados obtenidos, teniendo en cuenta posible errores en la estimación de las distintas variables que definen la inversión, con la finalidad de poder contar con un grado de confianza de la decisión tomada. De esta forma se encontraran variaciones en ciertos parámetros que ocasionan cambios en la decisión de aceptar o rechazar el proyecto (Carmelo, Romero, Ruiz, & Suárez, 2015)

Determina que el análisis de sensibilidad no es un método formalizado de valoración es una proxy de los peligros que pueden acontecer al proyecto. Se basa en cálculos donde se estima cuáles serían los resultados del

proyecto cuando se modifica una variable mientras el resto de componentes permanecen constantes (Medina & Correa, 2011)

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

1) DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
DIFERENCIA DE TIR= TIR PROYECTO - NUEVA TIR	PORCENTAJE DE VAR= (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	SENSIBILIDAD= %VAR ÷ N TIR

Estudio de Impacto Ambiental

Es el instrumento básico para la toma de decisiones sobre los proyectos, obras o actividades que requieren licencia ambiental y se exigirá en todos los casos en que se requiera licencia ambiental de acuerdo con la ley y este reglamento. (Gomez, 2016)

Meliza Corral:

Es un documento técnico identificando los posibles impactos, la posibilidad de corregirlos, los efectos que producirán. Es un estudio multidisciplinar con datos que deben indicar cómo el proyecto afectará al clima, suelo, agua, valores culturales y/o históricos. También debe analizar la legislación, como afectará a las actividades humanas: agricultura, empleo, calidad de vida. (Corral, 2015)

Estudio de Impacto Social

Un estudio de impacto social está basado en la caracterización, evaluación, seguimiento y gestión de las consecuencias y riesgos sociales de un proyecto sobre su entorno socio-económico.

Khublai Villafuerte:

La evaluación de impacto social busca, parcialmente, terminar con malas prácticas sobre todo de las empresas y un tanto de grupos disruptivos. La hipótesis es que al incluir a la comunidad en los procesos que implica la relación de un proyecto energético, se minimizarán descontentos, disminuyendo los riesgos al proyecto y garantizando que este tenga el mayor impacto positivo posible. (Villafuerte, 2015)

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Entre los materiales que se hicieron uso para realizar el presente trabajo investigativo tenemos:

- Computadora
- Calculadora
- Cartucho de tinta
- Esferos
- Hojas de papel boom
- Internet

Tipos de investigación

Para realizar el presente trabajo investigativo se ha utilizado un estudio de investigación descriptivo, ya que para el desarrollo de la creación de la microempresa productora de mochilas se requirió el diseño y formulación del proyecto, además permitirá realizar un análisis de los fenómenos que se van estudiar en las diferentes etapas para determinar la viabilidad del proyecto de inversión.

MÉTODOS

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo, se utilizaron algunos métodos como:

Método Inductivo. - Se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El presente método se utilizó para identificar la existencia de microempresas competidoras que se dediquen a la producción y comercialización de mochilas en el cantón Paquisha.

Método deductivo. - Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares.

En referencia al Método deductivo se utilizó para obtener datos de carácter general y llegar a conclusiones de carácter particular, necesarias en la revisión de literatura y posterior en la aplicación de la práctica.

Método Analítico. - Este método es un proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separado de cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual.

Se utilizó el método analítico en el estudio de mercado para analizar e interpretar los datos obtenidos de la encuesta; además fue aplicado en el estudio técnico donde se detalló el proceso para la elaboración de las mochilas.

Método Estadístico. - El presente método estadístico consiste en procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos.

Se utilizó el método estadístico para la elaboración de cuadro y gráficos estadísticos resultados de la tabulación de las encuestas; así como en la

aplicación de los diversos indicadores que permitieron determinar la viabilidad del proyecto.

Técnicas

En el presente proyecto se utilizaron las siguientes técnicas

Observación directa. - Es una técnica que consistió en observar atentamente el fenómeno, el mismo que se utilizó para efectuar visitas a lugares donde se comercializan las mochilas, y con ello poder obtener información relevante sobre la oferta existente en el cantón Paquisha.

Encuesta. - Se aplicaron encuestas con preguntas estratégicas a los habitantes del Cantón Paquisha, que permitieron recolectar información de la oferta y demanda para determinar la muestra se utilizó una fórmula; y sirvió para verificar el cumplimiento de los objetivos específicos.

Población y Muestra. - Para determinar la población del Cantón Paquisha, fue necesario recurrir al Censo Poblacional realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo en el año 2010, donde se estableció que la población es de 3.854 habitantes, la que fue proyectada con una tasa de crecimiento poblacional de 1.75%; la cual fue tomada en referencia a la tasa de crecimiento de la provincia de Zamora Chinchipe.

Datos

Tabla 1: Datos

Población de Paquisha	
Tasa de crecimiento anual	1,75%
Tasa margen de error	5%
Años de vida útil	5 años
Ano base	2016

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

Fórmula para la proyección de la población

$$PF = P_0 (1 + i)^n$$

Dónde:

Pf = Población Final

Po= Población Inicial

I = Tasa de crecimiento poblacional

N = Número de años

$$p = P_0(1 + i)^n$$

$$P = 3.854 (1 + 1,75\%)^6$$

$$P = 3.854(1 + 0,0175)^6$$

$$P = 4.277 \text{ año } 2016$$

Tabla 2: Proyección de población

Año	Población total	Familias
2016	4.277	1.069
2017	4.352	1.088
2018	4.428	1.107
2019	4.505	1.126
2020	4.584	1.146
2021	4.664	1.166
2022	4.746	1.186
2023	4.829	1.207
2024	4.914	1.228
2025	5.000	1.250
2026	5.087	1.272

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

Luego de haber obtenido el resultado, se procede a segmentar por familias, para lo cual se divide la población de 4.277 para el año 2016 para cuatro personas que conforman un núcleo familiar, de dicho proceso nos da un total de 1.069 familias que existen en el cantón Paquisha.

Con este resultado se procede a aplicar la fórmula para determinar la muestra.

Fórmula para obtener la muestra

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

Dónde:

M= Muestra

N= Número de población

1= Constante

e (2)= margen de error:

Aplicando la fórmula

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

$$M = \frac{1.069}{1 + 1.069 (5\%)^2}$$

$$M = \frac{1.069}{1 + 1.069 (0,0025)}$$

$$M = \frac{1.069}{3,6725}$$

$$M = 291$$

Aplicando la formula correspondiente y con la proyección para el año 2016 nos da como resultado que se debe aplicar 291 encuestas en las familias del cantón Paquisha.

Oferta

En referencia a la oferta existente en el cantón Paquisha que se dedican a la comercialización de mochilas se determinaron cuatro comerciales a quienes se aplicaran la encuesta.

- Comercial Maly
- Comercial Leidy
- Comercial Anahí
- Comercial Angie

f. RESULTADOS

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA ENCUESTA A DEMANDANTES

Pregunta Nº 1

¿En su familia usted utiliza mochilas?

Tabla 3: Uso de mochilas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	231	79%
No	60	21%
Total	291	100%

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

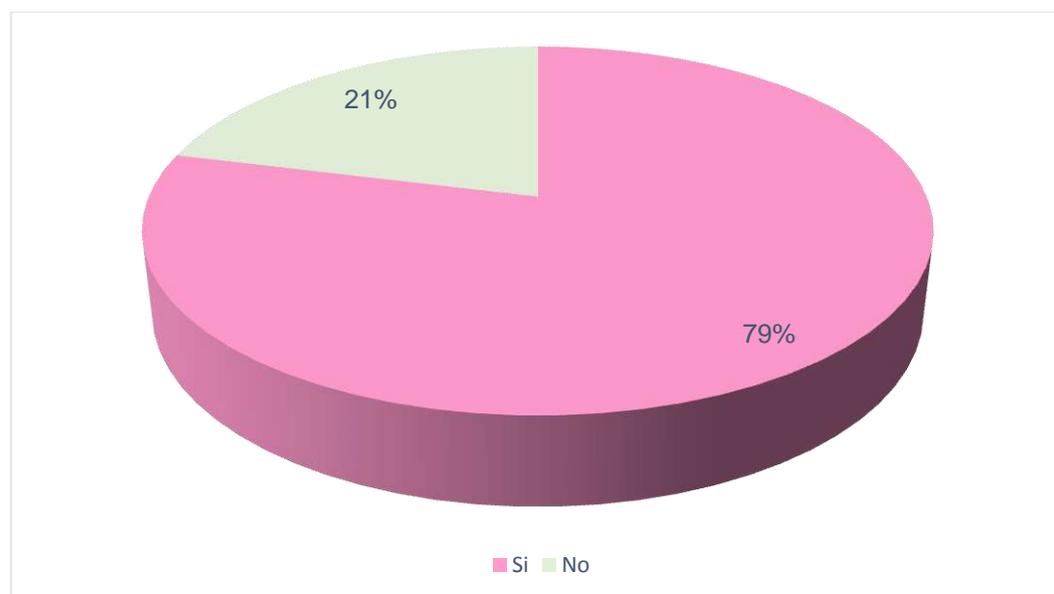


Figura 14: Uso de Mochilas

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Con la investigación se pudo determinar que el 79% de la población de Paquisha compran mochilas y el 21% manifestaron que no lo hacen. Evidenciándose que la mayor parte de los ciudadanos compran las mochilas para diferentes usos.

Pregunta N° 2

¿Qué tipo de mochilas adquiere con frecuencia?

Tabla 4: Tipo de mochila

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Tipo clásica	162	70%
Mochila con rueda	26	11%
Bandolera	43	19%
Total	231	100%

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

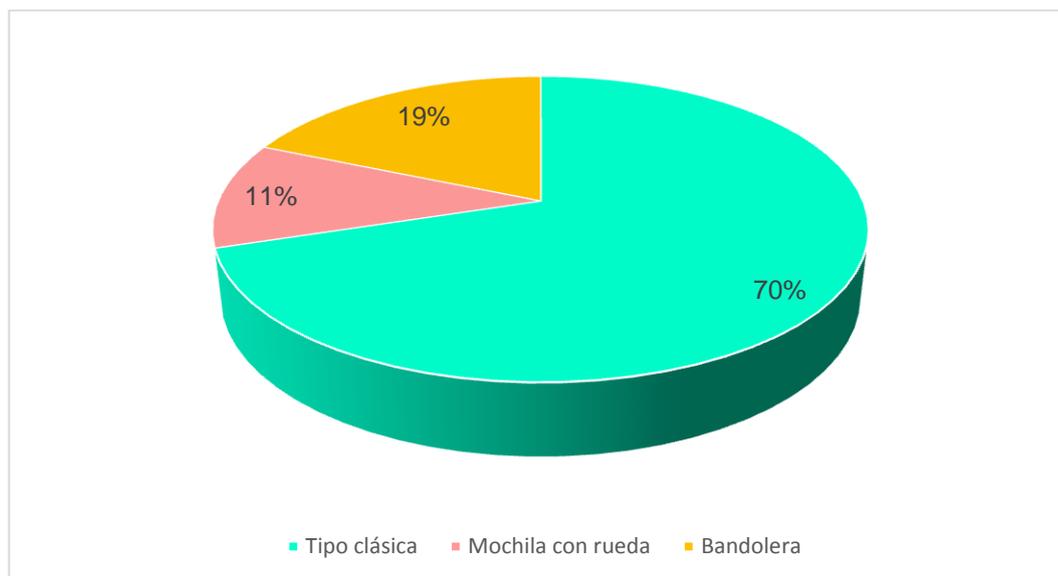


Figura 15: Tipo de mochila

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

A la muestra encuestada se les preguntó acerca del tipo de mochilas que les agrada comprar, determinándose que el 70% manifestó que el modelo clásico, el 19% las bandoleras y el 11% las mochilas con ruedas.

Pregunta N° 3

¿Qué cantidad de mochilas adquiere usted al año?

Tabla 5: Cantidad de mochilas adquiridas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 unidades	128	55%
3 a 4 unidades	103	45%
Total	231	100%

Fuente: Encuesta a la población Económicamente Activa del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

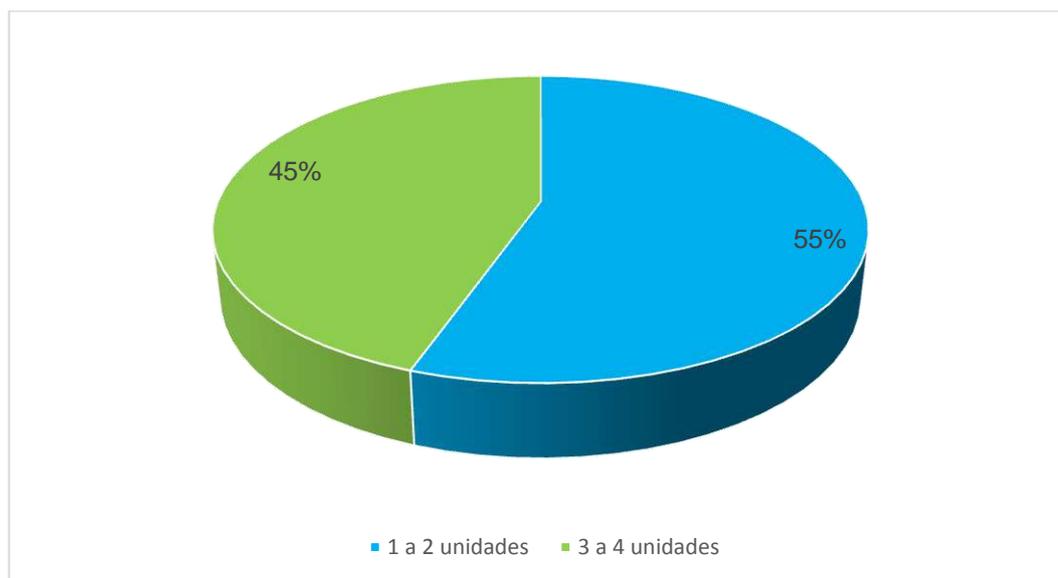


Figura 16: Cantidad de mochilas adquiridas

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

La cantidad que adquieren al año los pobladores de Paquisha es de 1 a 2 unidades dando mayor porcentaje 55% y el 45% expresó que compran entre 3 a 4 unidades.

Pregunta N° 4

¿Usted qué opina de la calidad de las mochilas que ha comprado?

Tabla 6: Calidad de mochilas adquiridas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0%
Buena	93	40%
Mala	131	60%
Total	231	100%

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

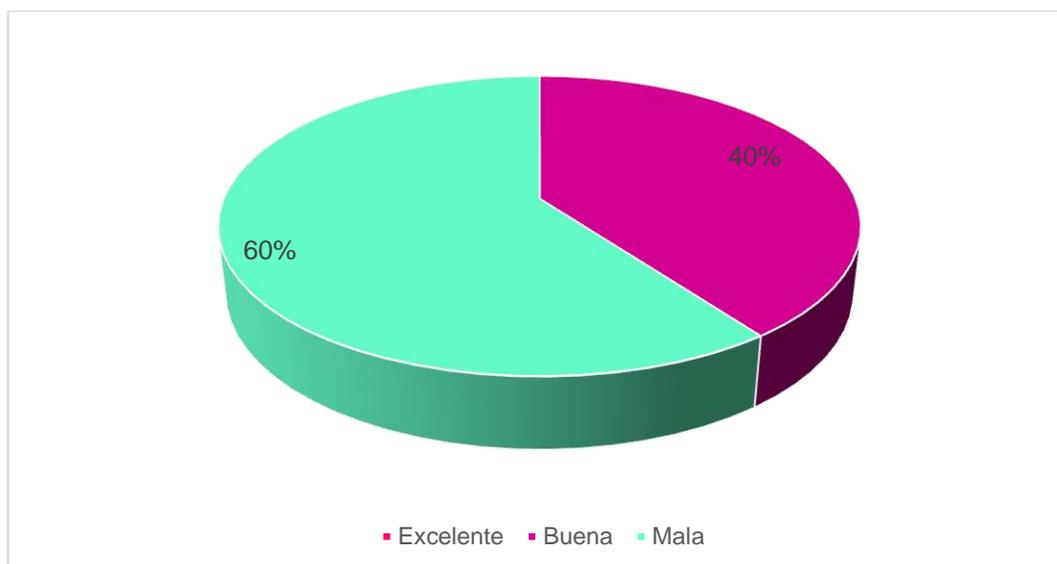


Figura 17: Calidad de las mochilas adquiridas

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Referente a la calidad de las mochilas que actualmente se comercializan en el sector se pudo determinar que el 60% expreso que es mala y el 40% de las personas encuestadas expresaron que es buena.

Pregunta N° 5

¿Cuál es el precio que usted paga por cada mochila?

Tabla 7: Precio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
\$10 a \$20 dólares	30	13%
\$21 a \$31 dólares	45	19%
\$32 a \$42 dólares	53	23%
Más de \$43 dólares	103	45%
Total	231	100%

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

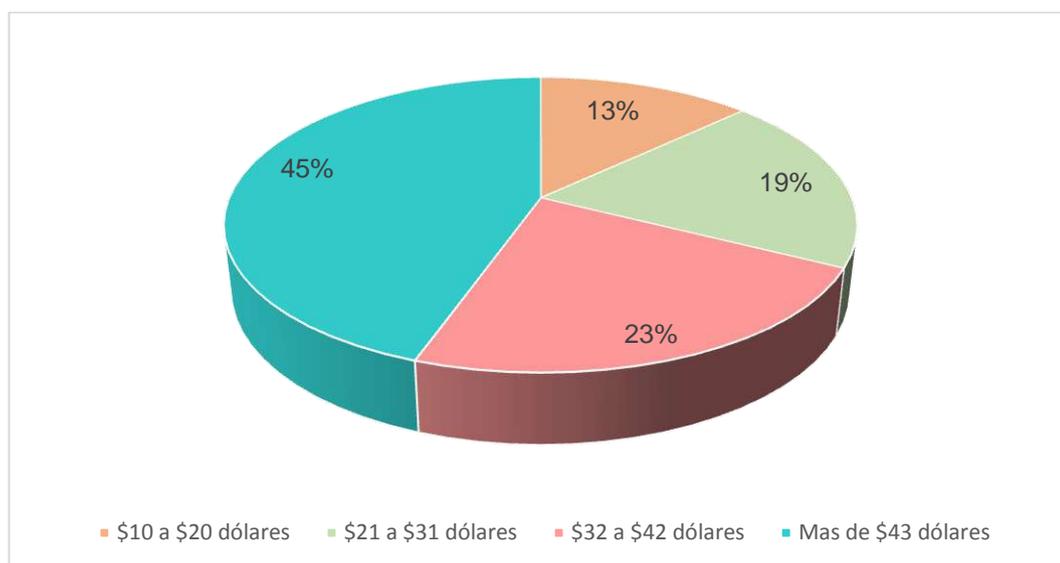


Figura 18: Precio

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

El precio que pagan por las mochilas están considerados entre \$10 a \$20 dólares dando el 13% de la población investigada, el 19% expreso que cuestan entre \$21 a \$ 31 dólares, el 23% manifestó que compran este artículo en un valor de \$32 a \$42 dólares, y finalmente el 45% opinaron que los adquieren entre un valor que sobrepasa los \$43 dólares.

Pregunta N° 6

¿De crearse una microempresa productora y comercializadora de mochilas en el Cantón Paquisha, usted estaría dispuesto a adquirir el producto?

Tabla 8: ¿Usted estaría dispuesto a adquirir los productos de la microempresa?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	190	82%
No	41	18%
Total	231	100%

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

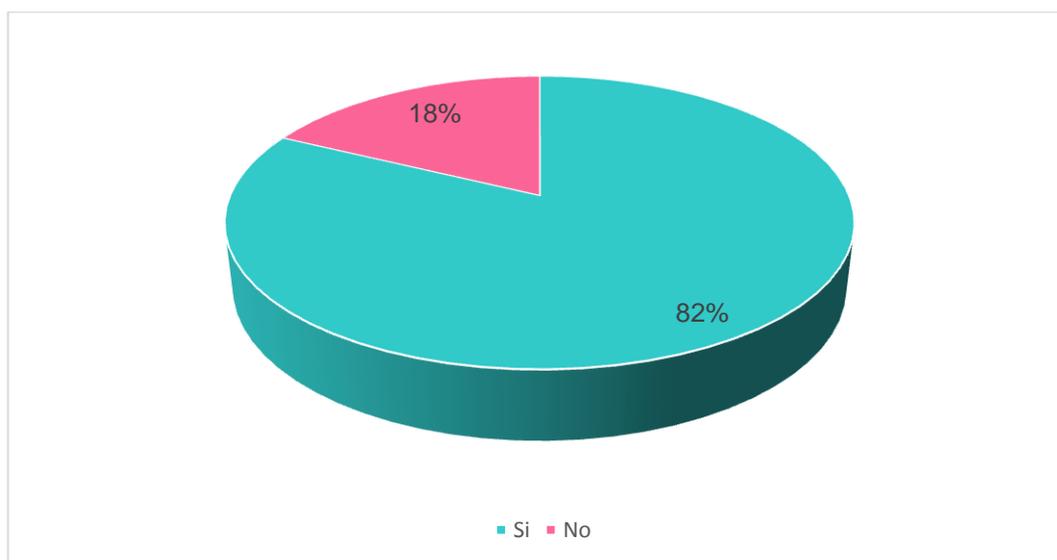


Figura 19: ¿Usted estaría dispuesto a adquirir los productos de la microempresa?

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Al momento de preguntarles a la muestra investigada si estarían dispuestos a comprar los artículos de la nueva microempresa, se determinó que el 82% adquirirían las mochilas, mientras que el 18% expresaron que no comprarían.

Pregunta N° 7

¿Usted como desearía que sea el tamaño de las mochilas?

Tabla 9: Tamaño

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Pequeñas	39	21%
Medianas	56	29%
Grandes	95	50%
Total	190	100%

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

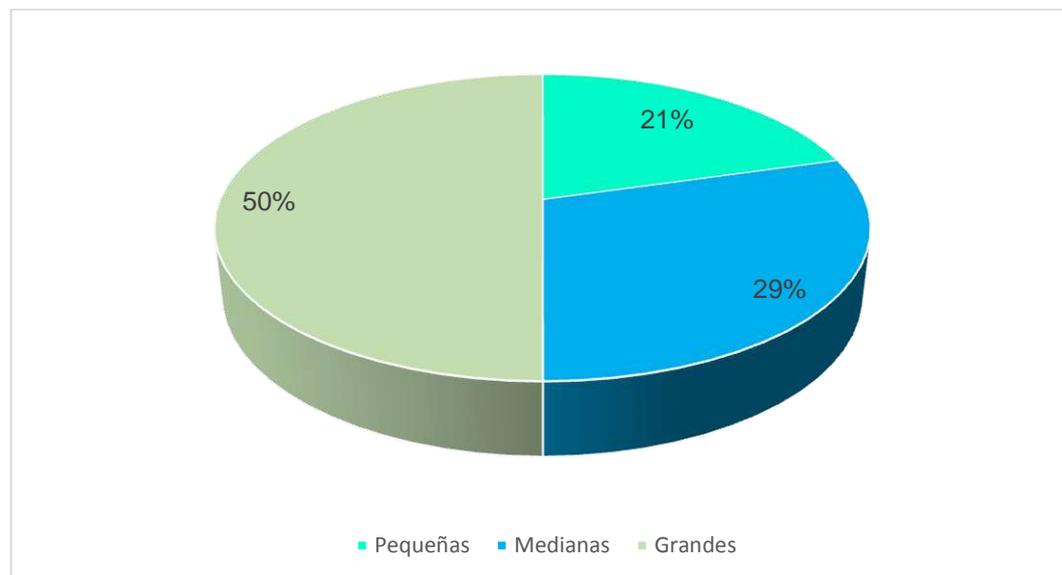


Figura 20: Tamaño

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Los demandantes de las mochilas desearían que sean grandes estos artículos dando el 50% de la investigación, el 29% opinaron que estas sean medianas y el

21% manifestaron que las mochilas sean pequeñas.

Pregunta N° 8

¿Qué es lo que toma en consideración al momento de comprar una mochila?

Tabla 10: Aspectos en consideración al momento de comprar

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Tamaño	53	26%
Color	19	9%
Logotipo	20	10%
Calidad	190	54%

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

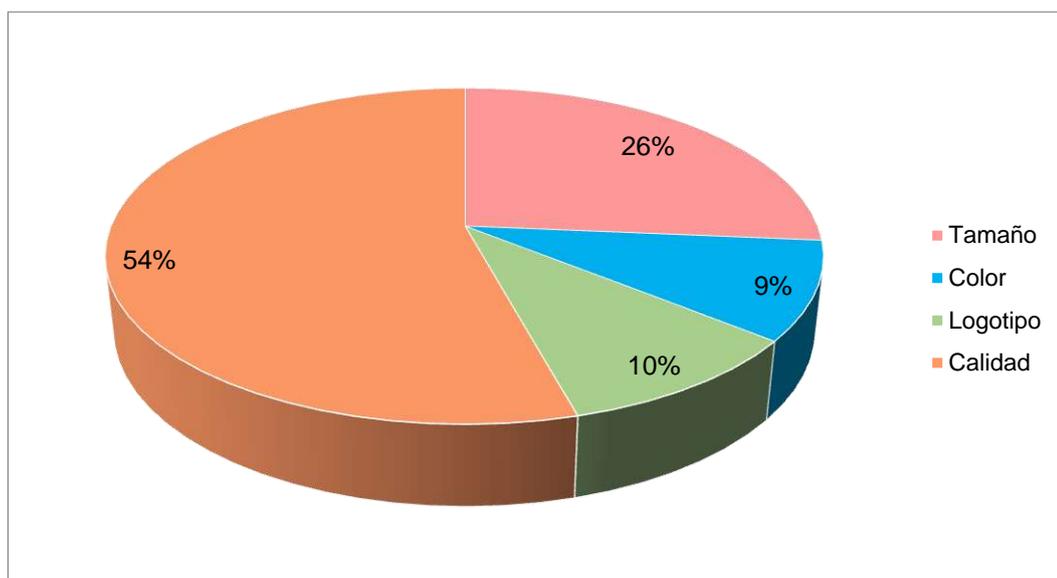


Figura 21: Aspectos en consideración al momento de comprar

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Se les pregunto a la muestra de la población de Paquisha; que aspectos toma en consideración al momento de comprar las mochilas, el 54% expreso que la calidad el 26% el tamaño, el 10% opinaron el logotipo y finalmente el 9% expresaron que el color.

Pregunta N° 9

¿Cuál es el medio de comunicación que le gustaría que se de conocer las mochilas?

Tabla 11: Medios de comunicación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Radio	102	54%
TV	36	19%
Prensa escrita	52	27%
Otros	0	0%
Total	190	100%

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

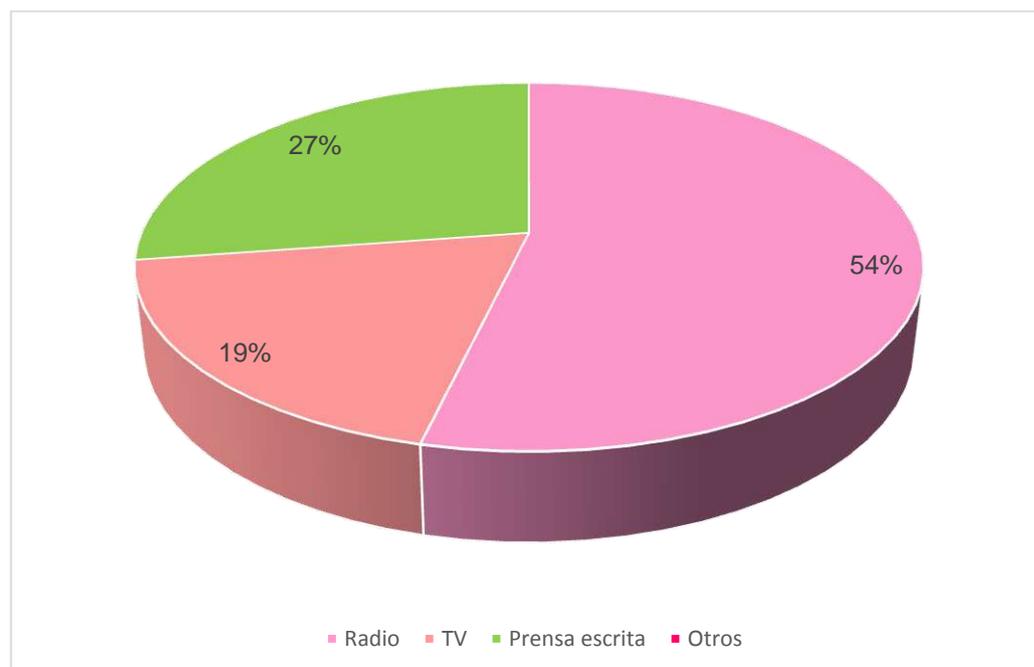


Figura 22: Medios de comunicación

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Los medios comunicación que les agradaría al demandante conocer del negocio sería en un 54% por medio de la radio, un 27% expreso que en la prensa escrita y un 19% que la TV.

Pregunta 10

¿Le gustaría que la microempresa ofrezca promociones?

Tabla 12: Promociones

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	190	100%
No	0	0%
Total	190	100%

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

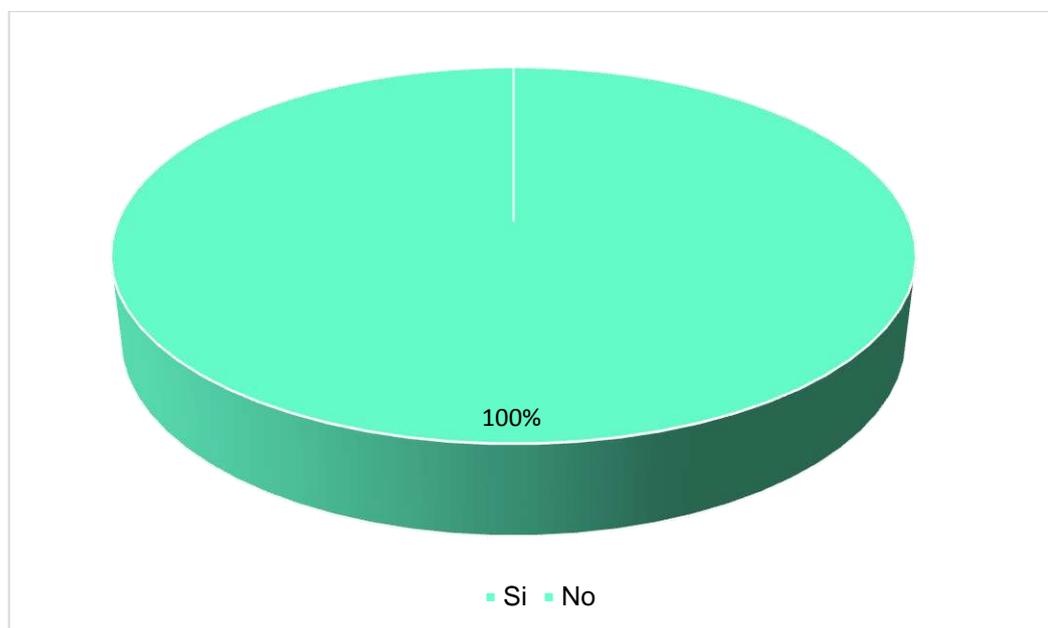


Figura 23: Promociones

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Referente si les agradaría recibir promociones de implementarse la microempresa en el cantón Paquisha, todos los encuestados manifestaron que si dando el 100% de la muestra.

CUESTIONARIO PARA ENCUESTA A OFERENTES

Pregunta N° 1

¿Cuánto tiempo se encuentra en el mercado?

Tabla 13: Tiempo de la empresa en el mercado

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De 6 meses a 1 año	0	0%
De 1 año y un mes a 2 año	2	50%
De 2 año y un mes a 3 año	2	50%
De 3 año y un mes a 4 año	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta a los oferentes de mochilas del Cantón Paquisha

Elaboración: La Autora

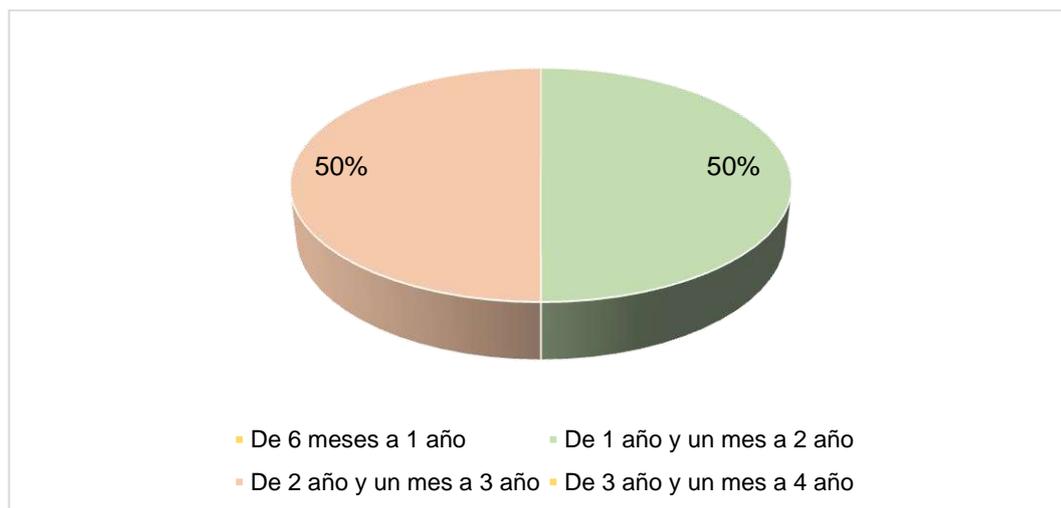


Figura 24: Tiempo de la empresa en el mercado

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la presente encuesta realizada a los ofertantes de mochila en el Cantón Paquisha se pudo conocer que el 50% de los negocios tienen de 1 año a 2 años en el mercado y el otro 50% entre 2 año un mes a 3 años en el mercado. Donde se deduce que tienen un tiempo considerable en el mercado.

Pregunta N° 2

¿Qué cantidad de mochilas vende mensualmente?

Tabla 14: Ventas mensuales

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
10 a 20 unidades	0	0%
21 a 40 unidades	3	75%
41 a 60 unidades	1	25%
61 a 80 unidades	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta a los oferentes de mochilas del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

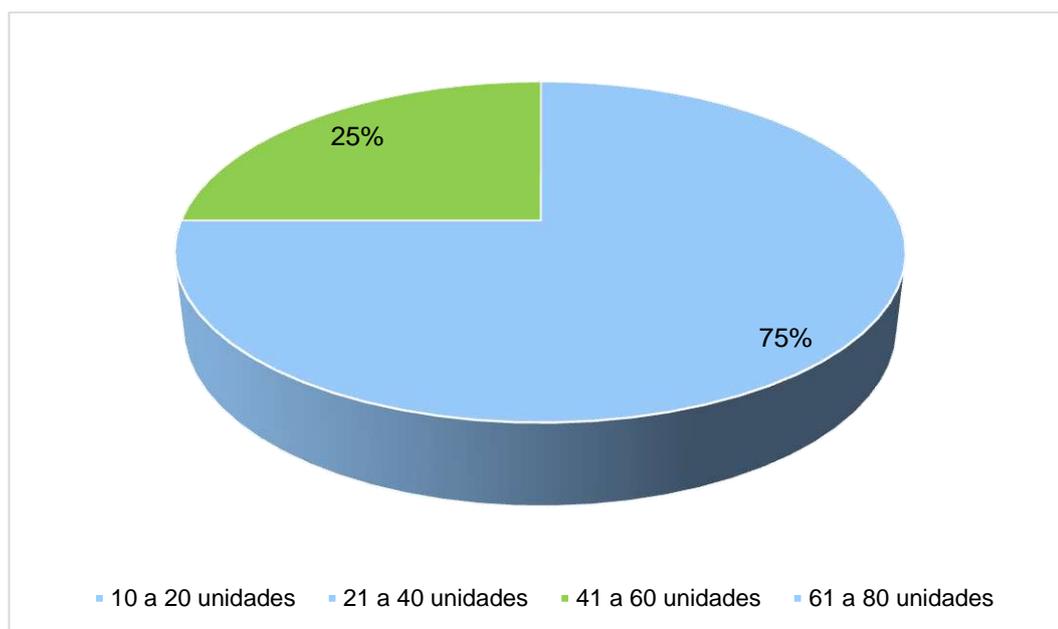


Figura 25: Ventas mensuales

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

La cantidad de mochilas que comercializan los negocios son de 21 a 40 unidades dando el 75% de los encuestados y el 25% venden entre 41 a 60 unidades mensualmente.

Pregunta N° 3

¿A qué precio comercializa las mochilas?

Tabla 15: Precio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
\$10 a \$20 dólares	0	0%
\$21 a \$31 dólares	1	25%
\$32 a \$42 dólares	1	25%
Más de \$43 dólares	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta a los oferentes de mochilas del Cantón Paquisha

Elaboración: La Autora

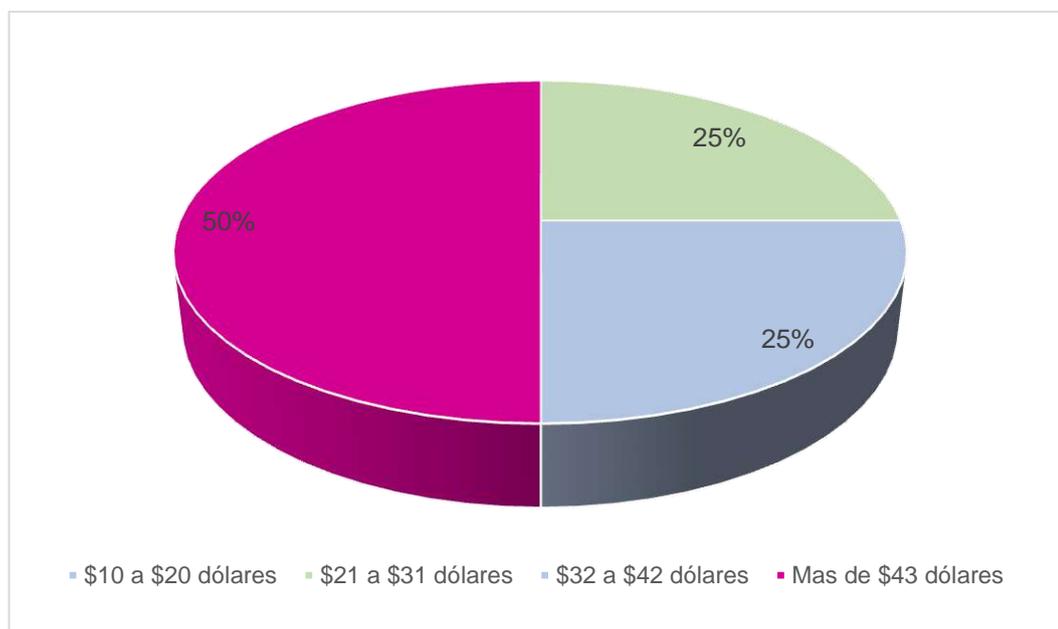


Figura 26: Precio

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Con la investigación realizada a la oferta se pudo conocer que el 50% de los comerciantes venden las mochilas entre un valor que sobrepasa los \$43 dólares, el 25% lo comercializan entre \$21 a \$31 dólares y \$32 a \$42 dólares.

Pregunta N° 4

¿Qué tipo de mochilas comercializa con mayor frecuencia?

Tabla 16: Tipo de mochila

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Tipo clásica	3	75%
Mochila con rueda	0	0%
Bandolera	1	25%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta a los oferentes de mochilas del Cantón Paquisha

Elaboración: La Autora

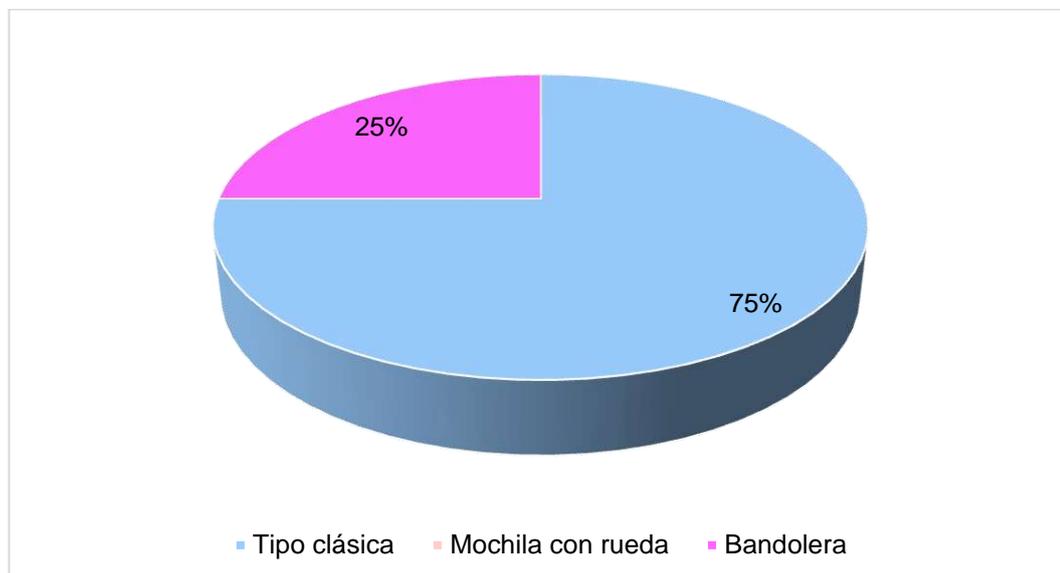


Figura 27: Tipo de mochila

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

En referencia al tipo de mochila que más se comercializan se pudo determinar que el 75% determino que el tipo clásico; y el 25% expreso que las bandoleras. Con los datos obtenidos se puede apreciar que la población tiene preferencia por las clásicas.

Pregunta N° 5

¿Qué medio publicitario utiliza su empresa?

Tabla 17: Medio publicitario

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Radio	0	0%
TV	0	0%
Prensa escrita	0	0%
Ninguno	4	100%

Fuente: Encuesta a los oferentes de mochilas del Cantón Paquisha

Elaboración: La Autora

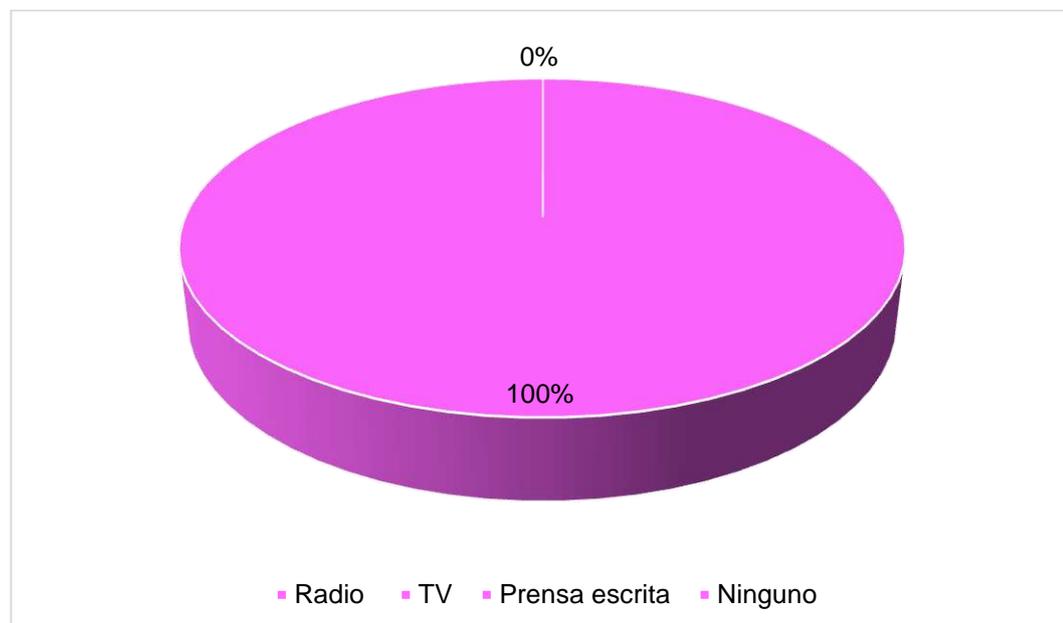


Figura 28: Medio publicitario

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Con los datos obtenidos de la investigación se puede determinar que los negocios encuestados no utilizan ningún tipo de publicidad, dando el 100% de la investigación.

Pregunta N° 6

¿Realiza promociones en su empresa?

Tabla 18: Promociones

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	4	100%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta a los oferentes de mochilas del Cantón Paquisha

Elaboración: La Autora

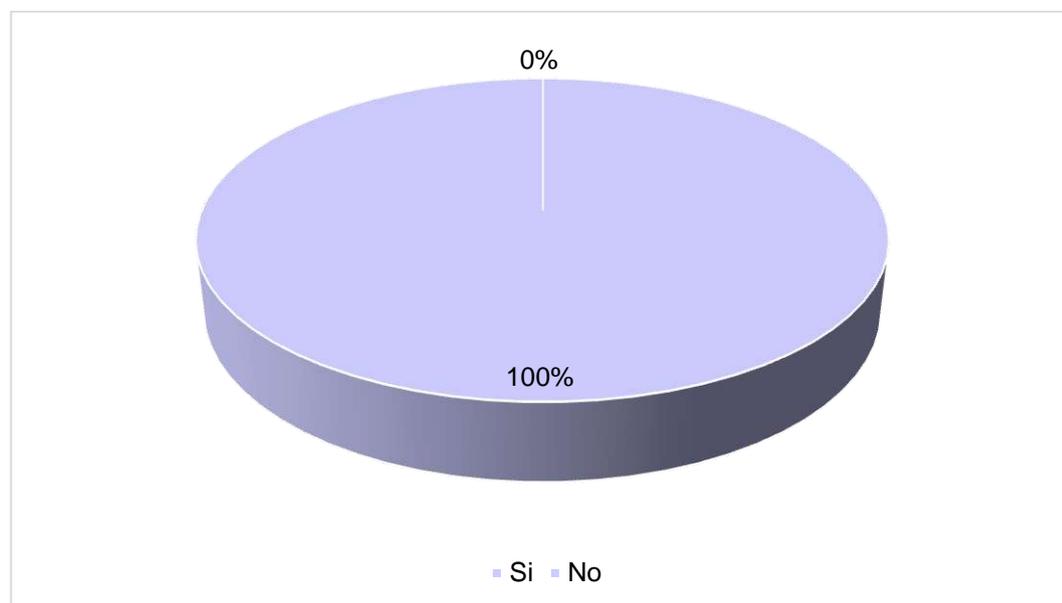


Figura 29: Promociones

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del Cantón Paquisha

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta se les pregunto si realizan algún tipo de promociones para los clientes, donde los 4 negocios investigados determinaron que no dando el 100% de la investigación.

g. DISCUSIÓN

Para poder verificar la veracidad de los resultados obtenidos de la investigativos, se los determinará mediante el cumplimiento de los objetivos establecidos para el presente trabajo.

Se estableció como primer objetivo específico: Evaluar la demanda local de mochilas en el Cantón Paquisha, a través de un estudio de mercado; para dar cumplimiento a este objetivo se desarrolló el estudio de mercado en el cual se detallan todo lo concerniente a la demanda, potencial, real, y la efectiva; así también un análisis de la oferta que permite determinan la demanda insatisfecha, información necesaria para el proyecto de investigación.

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado se constituye en un instrumento de mucha importancia para un proyecto de inversión o de factibilidad, ya que permite recolectar información referente a la demanda, oferta, precio y comercialización, sus resultados permiten orientar la propuesta técnica, es decir sirve de antecedentes necesarios para el análisis técnico, financiero y económico del proyecto de investigación.

Análisis de la demanda

Mediante el análisis de la demanda se podrá estudiar quienes consumirán o darán uso a los bienes producidos por el proyecto, en un sector

determinado. La demanda está conformada por el conjunto de bienes o servicios que los usuarios y consumidores están dispuestos a adquirir a un determinado precio. Dentro del análisis de la demanda se encuentra las siguientes clases: potencial, real y efectiva.

Demanda Potencial

El presente estudio se lo efectuará en el Cantón Paquisha que cuenta con una Población Económicamente Activa de 1.613 habitantes datos proporcionados por Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) en el año 2010, con una tasa de crecimiento de 1.75% se lo proyecta para el año 2016 dando un aproximado de 1.790 habitante.

Para determinar la población potencial de la investigación se proyecta la PEA a 10 años con una tasa de crecimiento de poblacional de 1.75%; la cual fue tomada en referencia a la tasa de crecimiento de la provincia de Zamora Chinchipe. Como se demuestra en la tabla 19.

Tabla 19: Demanda Potencial

Año	Familias de la provincia de Paquisha
2016	1.069
2017	1.088
2018	1.107
2019	1.126
2020	1.146
2021	1.166
2022	1.186
2023	1.207
2024	1.228
2025	1.250
2026	1.272

Fuente: Tabla 2

Elaboración: La Autora

Demanda Real

Constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan actualmente en el mercado. Para determinar cuál es la población Real del presente trabajo investigativo se toma en consideración las respuestas obtenidas en la pregunta N° 1 de la encuesta realizada a la demanda, donde se determinó que el 79% de la población de Paquisha utiliza mochilas.

Tabla 20: Demanda Real

Año	Demanda potencial	Porcentaje de personas que utilizan mochilas	Demanda Real
2016	1.069	79%	845
2017	1.088	79%	860
2018	1.107	79%	875
2019	1.126	79%	890
2020	1.146	79%	905
2021	1.166	79%	921
2022	1.186	79%	937
2023	1.207	79%	954
2024	1.228	79%	970
2025	1.250	79%	988
2026	1.272	79%	1.005

Fuente: Tabla 3 y Tabla 19

Elaboración: La Autora

Uso per cápita

Para poder establecer el uso per cápita del presente trabajo investigativo se los determino mediante los resultados obtenidos de la pregunta N° 3 donde se les pregunta ¿Qué cantidad de mochilas adquieren al año? Información que de detallan en la siguiente tabla:

Tabla 21: Uso Per-cápita

Descripción	Xm	Frecuencia	XM X F
1 a 2 unidades	1,5	128	192
3 a 4 unidades	3,5	103	360,5
Total		231	552,5

Fuente: Tabla 5

Elaboración: La Autora

A dicho resultado se aplica la siguiente formula

$$x = \frac{\sum f.X}{N}$$

En Donde:

X = Consumo promedio mensual

F = Frecuencia

Xm = Punto medio

N = Población Total

 Σ = Sumatoria Total

$$X = \frac{552,5}{231} = 2,39$$

El promedio de compras de mochilas en la población de Paquisha es de 2,39 anuales. Con los datos obtenidos se procede a realizar el cálculo de la demanda real según el uso per cápita.

Tabla 22: Demanda Real según el uso per-cápita

Años	Demanda Real	Uso Per cápita	Demanda Real de compra de mochilas
2016	845	2,39	2.020
2017	860	2,39	2.055
2018	875	2,39	2.091
2019	890	2,39	2.127
2020	905	2,39	2.163
2021	921	2,39	2.201
2022	937	2,39	2.239
2023	954	2,39	2.280
2024	970	2,39	2.318
2025	988	2,39	2.361
2026	1.005	2,39	2.402

Fuente: Tabla 20 y Tabla 21

Elaboración: La Autora

Demanda Efectiva

Para poder calcular la demanda efectiva se la determino mediante los datos obtenidos en la tabla 8 de la encuesta realizada a la demanda donde se les pregunta ¿De crearse una microempresa productora y comercializadora de mochilas en el Cantón Paquisha?, donde el 82% de la muestra investigada manifestaron que si adquirirán los productos de la entidad.

Tabla 23: Demanda Efectiva

Años	Demanda Real	Porcentaje	Demanda Efectiva
2016	2.020	82%	1.656
2017	2.055	82%	1.685
2018	2.091	82%	1.715
2019	2.127	82%	1.744
2020	2.163	82%	1.774
2021	2.201	82%	1.805
2022	2.239	82%	1.836
2023	2.280	82%	1.870
2024	2.318	82%	1.901
2025	2.361	82%	1.936
2026	2.402	82%	1.970

Fuente: Tabla 8 y Tabla 22

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Por oferta se entiende a los productos similares o sustitutos que se van a producir o que ya se encuentran en el mercado y los mismos se constituirán en competencia con los productos del proyecto. Analiza las condiciones de producción de las empresas, se refiere a la situación actual y futura y deberá proporcionar las bases para proveer las posibilidades del proyecto en las condiciones de la competencia existente.

Estimación de la Oferta

Para poder establecer la oferta actual se tomó en consideración los datos obtenidos de la comisaria municipal del Cantón Paquisha, donde determina que existen cuatro locales comerciales que se dedican a la venta de mochilas.

Proyección de la Oferta

A través de la investigación realizada se pudo establecer que el promedio de ventas semestrales de cada establecimiento es de 35,5 mochilas, esto multiplicado por los dos semestres que tiene el año da un total de 71 unidades que comercializa anualmente cada negocio y al inferir este resultado con los 4 negocios da un total de 284 mochilas al año. Para determinar la proyección de la oferta se tomará en cuenta la tasa de crecimiento empresarial es de 1,1%.

Tabla 24: Proyección de la Oferta

Años	Oferta (Tasa de crecimiento empresarial 1,1%)
2016	284
2017	287
2018	290
2019	293
2020	296
2021	299
2022	302
2023	305
2024	308
2025	311
2026	314

Fuente: INEC

Elaboración: La Autora

Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es el análisis entre la demanda efectiva y la oferta. El Balance entre la oferta y demanda se obtiene la demanda insatisfecha, la cual se la determino mediante los datos antes analizados. Siendo estos la cantidad de bienes o servicios sobre la cual se ha determinado que ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

Tabla 25: Demanda Insatisfecha

Años	Demanda efectiva	Oferta	Demanda insatisfecha
2016	1.656	284	1.372
2017	1.685	287	1.398
2018	1.715	290	1.425
2019	1.744	293	1.451
2020	1.774	296	1.478
2021	1.805	299	1.506
2022	1.836	302	1.534
2023	1.870	305	1.565
2024	1.901	308	1.593
2025	1.936	311	1.625
2026	1.970	314	1.656

Fuente: Tabla 23 y Tabla 24

Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

El plan de comercialización se constituye en un instrumento en el cual se determina las técnicas, estrategias a utilizarse para la implementación del proyecto, los cuales están enfocados en las 4p que son producto, precio, plaza, y promoción.

PRODUCTO

El producto que oferta la microempresa será mochilas las mismas que serán fabricadas en base a telas con diferentes modelos y diseño innovadores y que reúnan todas las características para comercializar un producto de calidad.

Nombre la de la empresa

La microempresa productora y comercializadora de mochilas se denominará de la siguiente manera:

“MOCHILAS MARY”

Slogan

El eslogan es un aspecto importante que permite promocionar, recordar en la demanda un producto, bien o servicio. Por ello para el slogan que tendrá la microempresa es el siguiente:

CALIDAD E INNOVACIÓN

Logotipo

EL logotipo permite ser un distintivo entre la competencia y los usuarios para poder ser reconocida.



PRECIO

El precio que tendrán estos productos se los fijara al final de la investigación en el estudio financiero donde se conocerán los costos incurridos y el margen de utilidad, además se tomara en consideración los precios que se encuentran en el mercado.

PLAZA Y /O COMERCIALIZACIÓN

Los productos de la microempresa se distribuirían en el Cantón Paquisha, donde se determinará un canal de comercialización adecuado para poder llegar hasta el consumidor final.

Canal de comercialización.

Para que el producto llegue hasta el cliente final se empleará el siguiente canal de distribución, el mismo que es considerado directo y además se utilizaran distribuidores para comercializar el producto

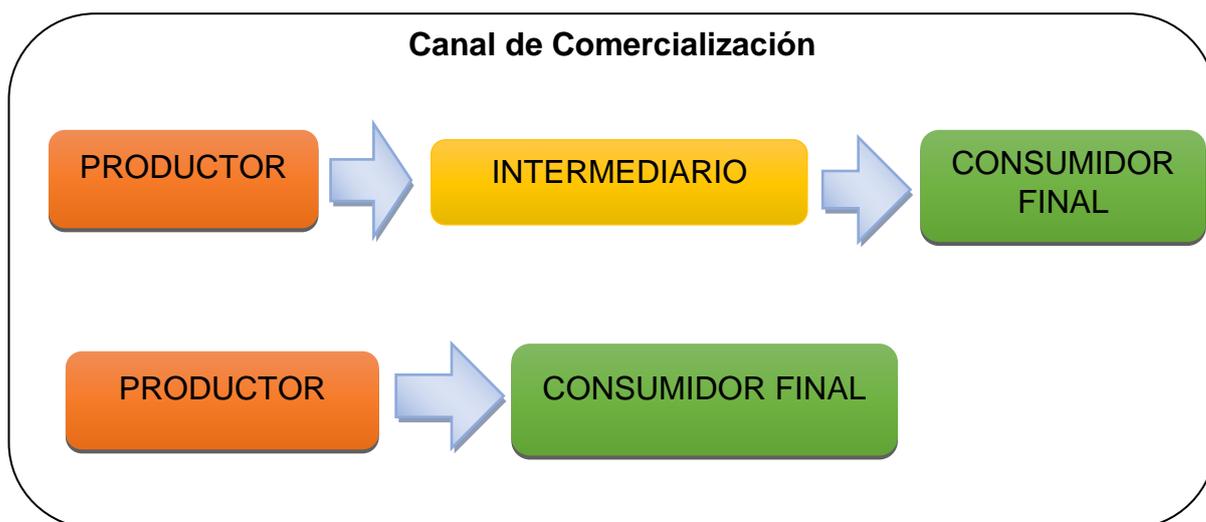


Figura 30: Canal de comercialización

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

PROMOCIÓN

Promoción se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas.

Con la encuesta realizada a demanda se pudo conocer que estarían gustosos que la entidad ofrezca promociones para los clientes, ya que los negocios actuales no ofertan promociones datos obtenidos de la encuesta realizada a la oferta. Por ello se ha determinado como estrategias de promoción las siguientes:

- Se ofrecerán buenos precios.
- Descuentos por temporada de clases.
- Premios a los mejores clientes.

Publicidad

En relación a la publicidad que utilizará la empresa para promocionar sus productos serán establecidos de conformidad a los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la ciudadanía de Paquisha. Se utilizarán las siguientes estrategias publicitarias:

- Se efectuarán cuñas radiales 1al mes
- Publicidad mediante la prensa escrita 2 cuñas al mes de 40cmx45cm.
- Cuñas televisas una en la noche

Tabla 26: Presupuesto de Publicidad

Nombre	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Cuñas Radiales	1	30,00	30,00
Prensa Escrita	2	8,50	17,00
Cuña Televisiva	1	35,00	35,00
Total			82,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

En referencia al segundo objetivo específico: Establecer la viabilidad técnica de la propuesta a través del estudio técnico correspondiente, para efecto de este objetivo se llevó a cabo el desarrollo técnico, el mismo que permitió determinar la capacidad instalada y utilizada, así como la localización del proyecto, además se determinó el proceso de producción donde se establecen las etapas más aptas para una producción prima del proyecto de inversión.

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico consiste en formular, diseñar la producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado sea este un bien o un servicio; además permite establecer el tamaño del proyecto, la producción y la localización de la planta.

En fin, con el estudio técnico permitirá determinar aspectos importantes e indispensables para diseñar el tamaño del lugar donde se efectuará el proceso de producción y comercialización del producto a realizarse y se podrá determinar aspectos que permitan la efectividad de la organización.

Tamaño del Proyecto

Calcula las relaciones de capacidad productiva durante el espacio o tiempo considerado, posee una relación íntima con la cobertura geográfica del proyecto, sin dejar de tomar en consideración la demanda insatisfecha que existe en dicha parte geográfica.

Capacidad Instalada

Se entiende por capacidad instalada al tamaño total de la planta, está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar en un periodo determinado, se establece en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la organización.

Para poder determinar la capacidad instalada se determinará en función a la maquinaria de la microempresa y a la manipulación por las personas. Los trabajadores harán una jornada de 8 horas al día durante cinco días a la semana, además se contarán con 3 máquinas para efectuar la producción de mochila, ya que la una es para coser, la otra para cortar y como etapa final el estampado; es decir que se pretende realizar tres mochilas por día y esto multiplicado por las tres máquinas y los cinco días de la semana se obtiene un total de 45 unidades a la semana, dicho resultado inferido en por las 52 semanas que tiene un año da un total de 2.340 productos anuales.

Tabla 27: Capacidad Instalada

Número de mochilas diarias	Número de máquinas	de Producción semanal	Número de semanas año	de Producción al de mochilas anuales.
3	3	45	52	2.340

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada se constituye en el porcentaje de la capacidad instalada que se alcanza teniendo en consideración las contingencias de producción y ventas.

La capacidad utilizada se refiere a la cantidad que se utilizara de la capacidad instalada, se ha decidido iniciar las operaciones con el 80% de la capacidad instalada, ya que la empresa es nueva y hasta darse a conocer no puede utilizar el 100% de su capacidad instalada, luego se aumentará la capacidad en un 5% anual, hasta llegar al quinto año con un 95% de la capacidad instalada. Se reserva el 5% de la capacidad instalada por efectos de mantenimiento de la planta y equipos de producción.

Tabla 28: Capacidad Utilizada

Años	Capacidad Instalada	Capacidad Utilizada	Capacidad Utilizada
2016	2.340	80%	1.872
2017	2.340	85%	1.989
2018	2.340	90%	2.106
2019	2.340	95%	2.223
2020	2.340	95%	2.223
2021	2.340	95%	2.223
2022	2.340	95%	2.223
2023	2.340	95%	2.223
2024	2.340	95%	2.223
2025	2.340	95%	2.223
2026	2.340	95%	2.223

Fuente: Cuadro N° 27

Elaboración: La Autora

Localización de la empresa

La localización de la empresa es un aspecto importante ya que de ello dependerá obtener la mayor parte de la rentabilidad sobre el capital, consiste en identificar las variables y analizarlas con la finalidad de poder buscar el mejor sitio para la producción máxima de la planta productiva.

Factores de localización

Con el fin de poder determinar la localización idónea para la entidad se tomaron en consideración los siguientes aspectos:

- ✓ **Transporte y comunicación.** Se constituye en un aspecto importante ya que de ello dependerá la comercialización del producto, hasta el consumidor final.
- ✓ **Cercanía a las fuentes de abastecimiento.** Es importante tener presente la cercanía de las fuentes que permitirán abastecer de la materia prima y suministros necesarios para la fabricación de mochilas.
- ✓ **Cercanía al mercado.** Otro aspecto a tomar en consideración es la cercanía al mercado objetivo.
- ✓ **Disponibilidad de servicios básicos.** La dotación de los servicios básico es considerada un elemento relevante para poder llevar a cabo el proceso productivo de la entidad.
- ✓ **Mano de Obra.** Es considerado uno de los aspectos importantes ya que gracias a la mano de obra se llevará a cabo la producción de mochilas.

Matriz de Ponderación

La matriz de ponderación tendrá una calificación de 1 -5, siendo 5 de menor valor y 1 la más alta puntuación, esta valoración marca la importancia de cada ubicación según los puntos marcados como alternativas de ubicación

Tabla 29: Calificación

Descripción	Calificación
Excelente	5
Muy Buena	4
Buena	3
Regular	2
Regular	1

Elaboración: La Autora

Tabla 30: Matriz de Localización

Factor de Localización	Ponderación del Factor	Alternativas					
		NORTE		SUR		CENTRO	
		Calificació	Cuantifica	Calificació	Cuantifica	Calificació	Cuantifica
Transporte y comunicación	0,15	5	0,8	5	0,8	4	0,6
Fuentes de abastecimiento	0,24	5	1,2	4	1,0	4	1,0
Cercanía de mercado	0,18	4	0,7	4	0,7	4	0,7
Servicios Básicos	0,10	5	0,5	4	0,4	4	0,4
Mano de Obra	0,33	5	1,7	4	1,3	4	1,3
TOTAL	1,00		4,8		4,2		4,0

Elaboración: La Autora

Con el correspondiente análisis de ponderación se establece que al norte de la ciudad de Paquisha se ubicara el desarrollo productivo del proyecto.

✓ **Macro-localización**

La microempresa productora de mochilas se ubicará en el Cantón de Paquisha, provincia de Zamora Chinchipe, sitio seleccionado debido a que se considera que este sitio existe pocas empresas que se dedican a esta actividad y además permitirá fomentar el desarrollo del Cantón.



Figura 31: Mapa del cantón Paquisha
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La Autora

✓ **Micro- localización**

La microempresa productora de mochilas estará ubicada en el Cantón Paquisha en la Av. Iván Riófrío entre Jaime Roldos Aguilera y Pio Jaramillo Alvarado.

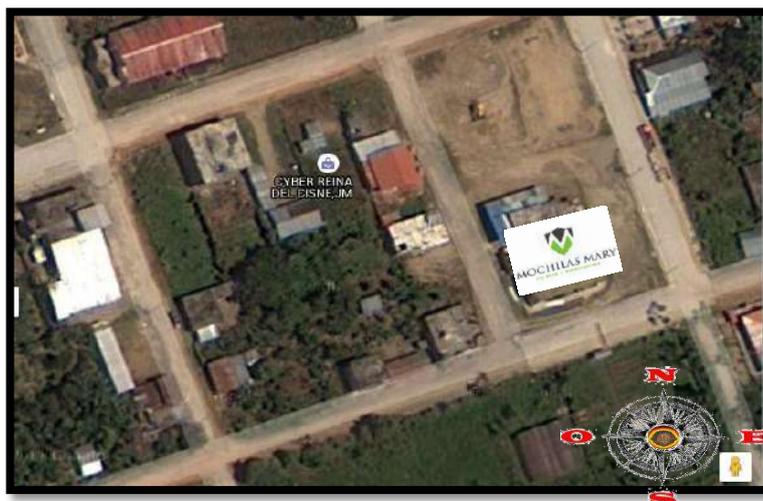


Figura 32: Mapa del cantón Paquisha
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La Autora

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Distribución de la planta

Para poder obtener un óptimo desarrollo de las actividades productivas se debe efectuar una distribución adecuada de cada una de las áreas de trabajo que conforman la entidad con la finalidad que pueda desarrollar su actividad productiva de manera eficiente.

Área administrativa

- **Gerencia.** -En esta área se encontrará el responsable de la administración de la entidad y control de los que conforman el grupo de trabajo.
- **Secretaria.** - En esta área se encontrará la responsable de manejar la correspondencia y el control contable de la entidad.
- **Sanitarios.** - serán personalizados solamente para el personal de esta área.

Área de producción

- **Producción.** - se encontrarán los equipos y maquinarias necesarias para el proceso productivo.
- **Bodega para la materia prima.** - se almacenará los materiales necesarios para la fabricación del producto.

Área de ventas.

- **Ventas.** - Se encontrarán los productos terminados para su comercialización.

- **Sala de espera.** - Se encontrará a la entrada de la empresa para una mejor atención a los clientes.

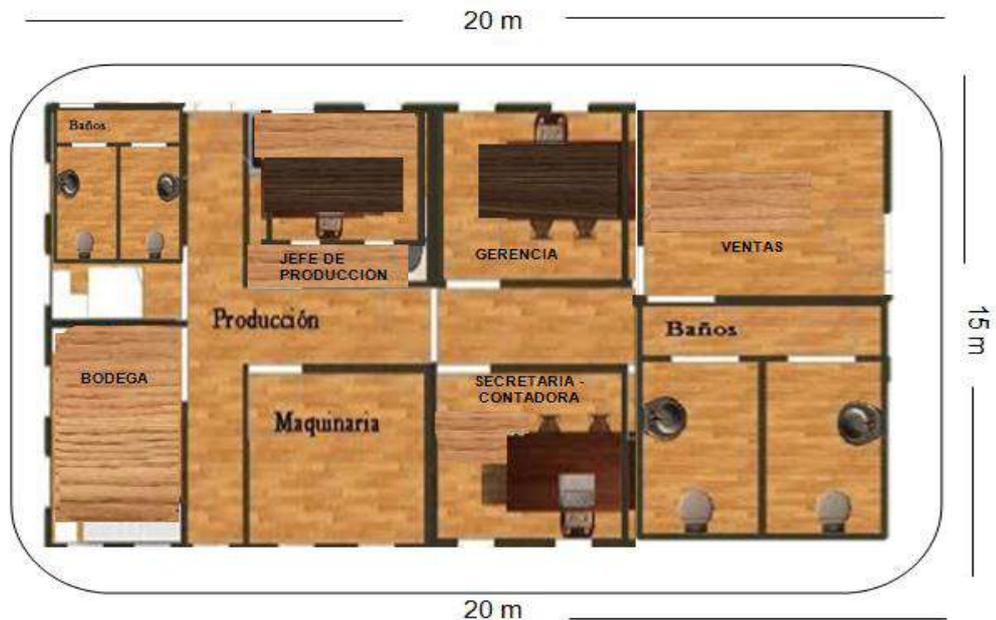


Figura 33: Distribución de planta

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Proceso de producción de Mochilas

Para que efectuar el proceso de fabricación de las mochilas se deberá ejecutar las siguientes etapas:

- **Seleccionar el proveedor de la materia prima e insumos.** - Se procede a buscar el mejor proveedor de la materia prima (telas), seleccionado varios colores con la finalidad de conseguir un producto de calidad,
- **Recepción y selección de la materia prima e insumos.** - Después de haber solicitado a los mejores proveedores de la materia prima se procede a verificar que las telas estén en buenas condiciones

- **Trazado.** - Se selecciona los moldes que se utilizarán para fabricar la mochila.
- **Corte.** - Una vez que estén trazados los diseños de las mochilas en la tela se procede a corta
- **Cosido.** - Una vez cortadas las piezas que conformaran la mochila se procede a coser para formar los productos
- **Acabados.** - En los acabados se colocan los ojales, así también se pegan los cierres o botones de presión.
- **Bordado.** - En esta etapa se procede a colocar la mochila en la maquina bordadora para bordar diseños, así como el logotipo de la empresa.
- **Inspección de Calidad.** - Al terminar el producto se procede a realizar a una verificación de calidad es decir que no existen desperfectos en el producto.
- **Empaqueta.** - Al finalizar el producto se procede al empaclado de las mochilas, así como separa por modelos para luego ser almacenados.
- **Almacenamiento.** - Al estar empacados las mochilas se proceden a almacenarlos en la bodega hasta su comercialización.

Tabla 31: Flujo gramas de procesos

Gráfica	Significado	Detalle
	Operación	Hace referencia al trabajo que ejecuta la persona dentro del proceso
	Inspección	Labor que realiza el trabajador para verificar el proceso
	Transporte	Traslado de un punto a otro dentro de un proceso
	Demora	Tiempo que puede demorar el proceso
	Archivo	Archivo adecuado de la documentación

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Tabla 32: Flujo gramas de procesos de mochilas

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	    	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Selección de la materia prima para la transformación	Obrero	X	20m
Trazado	Obrero	X	60m
Cosido	Obrero	X	80m
Acabados	Obrero	X	60m

Diagram illustrating the flow of the backpack production process:

- Starts with a yellow circle (Operation) labeled 'X' at the top.
- A blue arrow (Transport) points diagonally down to the right to a yellow circle (Operation) labeled 'X' in the 'Trazado' row.
- A blue arrow (Transport) points vertically down to a yellow circle (Operation) labeled 'X' in the 'Cosido' row.
- A blue arrow (Transport) points vertically down to a yellow circle (Operation) labeled 'X' in the 'Acabados' row.
- A final blue arrow (Transport) points vertically down from the 'Acabados' row.

Bordado	Obrero		120m
Inspección de Calidad	Jefe de Producción		60m
Empaque	Obrero	X	40m
Almacenamiento	Obrero		40m
Total de tiempo			480 minutos

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Requerimiento de personal

Para el proceso de producción se necesita contar con una persona que conozca sobre el proceso de confección de mochilas que será el Jefe de Producción, el que estará acompañado de 1 obrero para el proceso de elaboración mochilas. Entonces, el personal operativo será:

- Jefe de Producción (1)
- Obreros (1)
- Conserje (1)
- Guardián (1)
- Vendedor (1)

El personal administrativo estará compuesto por el gerente que se encargará de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa; y además se necesita de una secretaria contadora. Por lo tanto, el personal administrativo será:

- Gerente (1)
- Secretaria Contadora (1)

Maquinaria y equipos

Maquinaria

- Máquina de Coser
- Máquina de bordar



Figura 34: Maquinaria
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La Autora

Herramienta

- Hilos
- Agujas
- Tijeras
- moldes



Figura 35: Herramienta
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La Autora

Muebles de Oficina

- Escritorios
- Archivador
- Sillas



Figura 36: Muebles de oficina
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La Autora

Equipos de Computación

- Intel Core I5
- Memoria RAM 4Gb
- Disco Duro 1 Tera
- Impresora Canon IP250



Figura 37: Equipo de computación
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La Autora

Como tercer objetivo específico se estableció: **el Diseñar la estructura organizacional y proponer un manual orgánico funcional a través del estudio administrativo y legal**, para dar cumplimiento al presente objetivo se determinó efectuar es estudio legal de la microempresa Mochilas Mary estableciendo el acta constitutiva de creación de la entidad; así también se determinó la estructura de la microempresa para establecer responsabilidades para cada área mediante el manual de funciones.

ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

ESTUDIO LEGAL

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

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

BASE LEGAL

La microempresa MOCHILAS MARY se sujetará en la Constitución Política de la República del Ecuador.

Para el establecimiento de los derechos y demás obligaciones el dueño se sujetará en las normas y procedimientos establecidos.

El Art. 93 de la Ley de Compañías establece, que en su parte pertinente dice que la Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o denominación objetiva, a lo que se añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada a su correspondiente abreviatura Cía. Ltda.

La Razón Social o Denominación.

La empresa se denominará MOCHILAS MARY

Domicilio.

La microempresa MOCHILAS MARY se ubicará en el cantón Paquisha Quito **Objeto de la Sociedad.**

Se dedicará a la producción y comercialización mochilas se lo distribuirá en el Cantón Paquisha.

Capital Social

La empresa estará constituida por un solo accionista el cual aportará con el capital Social.

Tiempo de Duración de la Sociedad

El plazo de duración para la empresa es de diez años a partir de la fecha de la inscripción del registro mercantil.

Número de Socios

La entidad tendrá un solo propietario por lo cual a la empresa será de tipo unipersonal.

ACTA DE CONSTITUCIÓN

En el Cantón Paquisha, Provincia Zamora Chinchipe, República del Ecuador, y a los tres días del mes de Julio de dos mil diecisiete, siendo las nueve horas, se reúnen, auto convocadas, dos personas cuyas firmas se adjunta en anexo N° 1 con el objeto de constituir una empresa productora y comercializadora de mochilas en el Cantón Paquisha, sin fines de lucro que los agrupe y cuyos objetivos se estipulan en el Estatuto Social.

Acto seguido y luego de intercambiar opiniones al respecto, las dos personas presentes resuelven:

- a. Dejar constituida una empresa productora y comercializadora mochilas en el Cantón Paquisha, que tendrá su asiento legal en el Cantón Paquisha, Provincia Zamora Chinchipe
- b. Aprobar el Estatuto Social por el que se regirá la Institución, cuyo texto completo se transcribe al final de la presente, como parte integrante de la misma.
- c. Encargarse de realizar ante la autoridad pública correspondiente todos los trámites necesarios para su inscripción.

A continuación, de acuerdo al Estatuto aprobado, se procede a elegir a las autoridades que regirán los destinos institucionales por el Primer Período, las que se integran de la siguiente manera:

COMISIÓN DIRECTIVA:

Presidente: _____ C.I. _____

Secretario: _____ C.I. _____

Habiéndose cumplimentado con los objetivos de la reunión y agotados los temas a considerar se da por finalizado el acto, siendo las 18H00 horas de la fecha referida firmando todos los presentes de conformidad.

ESTATUTO SOCIAL**TITULO I - DENOMINACIÓN - DOMICILIO - OBJETO SOCIAL –**

ARTICULO 1°: La empresa productora y comercializadora de mochilas en el Cantón Paquisha se constituye el día 02 de Julio del año 2017, con domicilio legal en el Cantón Paquisha, Provincia Zamora Chinchipe.

ARTICULO 2°: La Compañía tendrá por objeto: brindar el producto de mochilas

- a. Abrir el centro durante ocho horas diarias

Las actividades detalladas no son limitativas, pudiendo realizar otras no previstas pero que tengan relación directa con su objeto.

TITULO II - CAPACIDAD - PATRIMONIO - RECURSOS SOCIALES

ARTICULO 3°: La empresa está capacitada para adquirir bienes muebles o inmuebles, enajenar, transferir, gravar, etc., por cualquier causa o título no prohibido por las normas legales en vigencia, pudiendo celebrar toda clase de actos jurídicos o contratos que tengan relación directa con su objeto o coadyuven a asegurar su normal funcionamiento.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Niveles jerárquicos

La jerarquía cuando se usa como instrumento para ejecutar la autoridad posee una mayor formalidad y es conocida como jerarquía estructural de la organización.

➤ Nivel directivo

Esta conformados por el directo o junta general de socios de la empresa

➤ Nivel ejecutivo

El presente nivel jerárquico realiza la planeación, orientación, y dirige la vida e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas del alto nivel y los tramites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

➤ Nivel asesor

Lo constituye la persona que la empresa contratará en forma temporal según las necesidades de la misma, el cual estará integrad por un Asesor Jurídico temporal.

➤ Nivel de apoyo

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicio con eficacia.

➤ **Nivel operativo**

Se encuentra constituida por los departamentos que se encarga de la marcha de la empresa está conformada por los departamentos de producción y ventas

ORGANIGRAMA

El negocio contará con departamentos necesarios para su funcionamiento los que han sido establecidos de acuerdo a sus requerimientos básicos. Una forma de representar gráficamente a la organización es a través del uso de organigramas

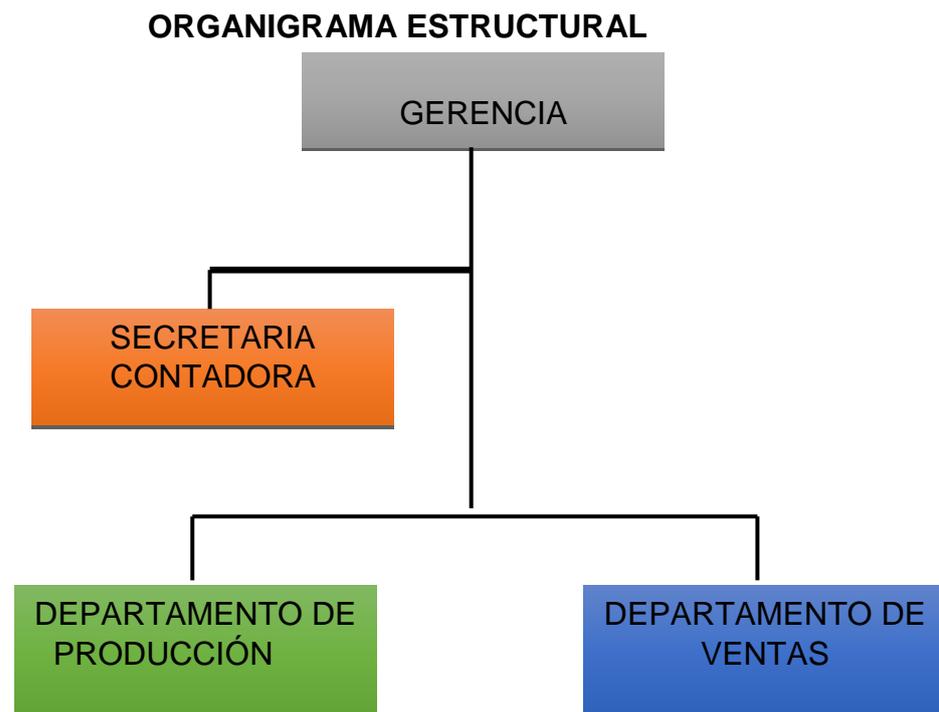


Figura 38: Organigrama Estructural
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La Autora

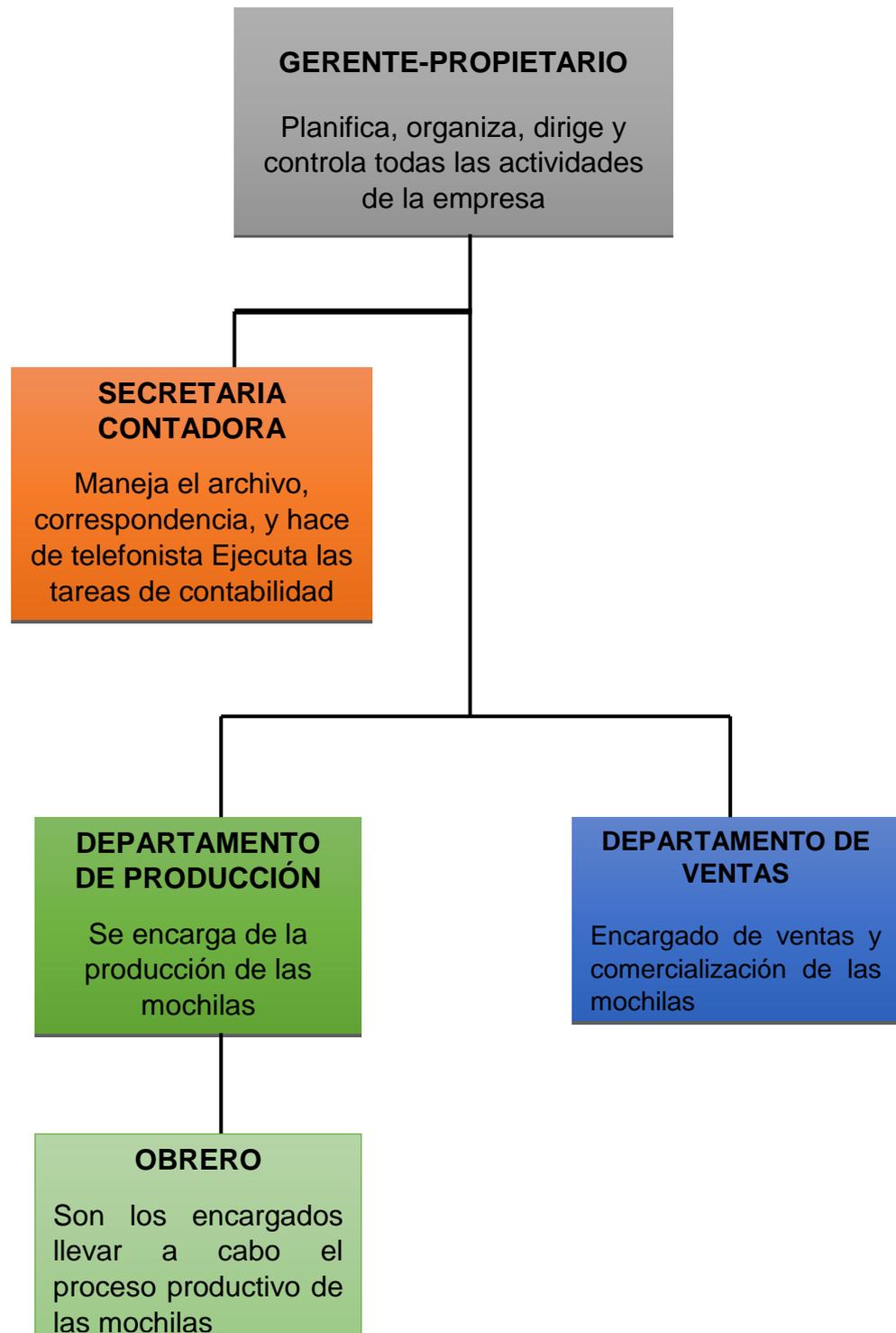
ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Figura 39: Organigrama Funcional

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

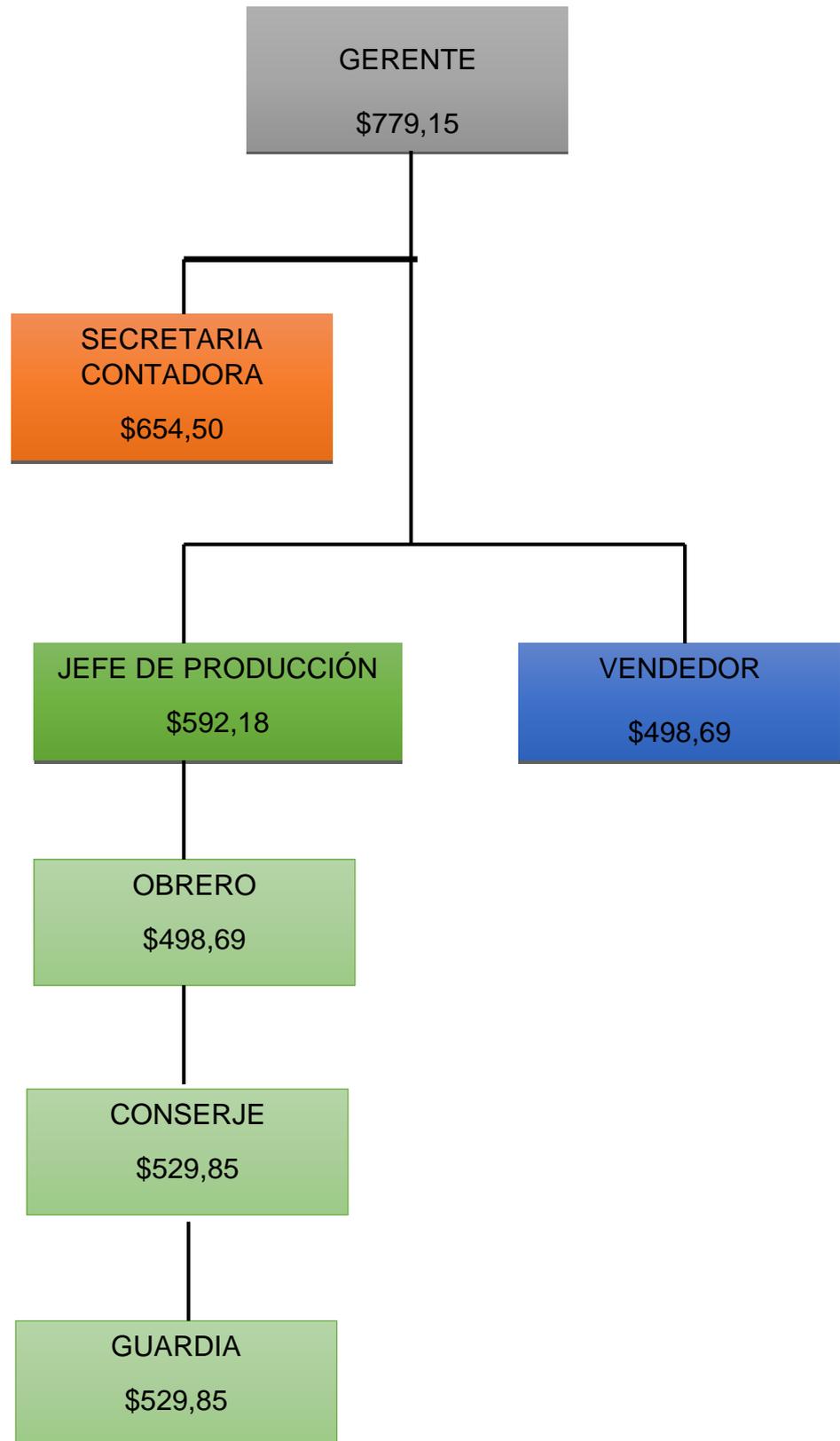
ORGANIGRAMA POSICIONAL

Figura 40: Organigrama posicional
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES



MANUAL DE FUNCIONES

Cargo:	Gerente
Área que pertenece	Nivel Ejecutivo
A quién reporta	No Aplica
A quien supervisa	Tiene a cargo todo el personal de la empresa
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Es la autoridad máxima de la empresa, a su cargo están las funciones de dirección, planificación, administración, evaluación, control, y representación de la empresa.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organiza, dirige y controla las diferentes actividades de la empresa. • Determinar las principales directrices operativas bajo las cuales se van a desarrollar las políticas, acciones y más actividades emprendidas por la organización empresarial. • Hacer operativa la planificación efectuado al inicio de cada año. • Tomar las decisiones de manera responsable. • Revisar el presupuesto anual presentado por la contadora. • Representar legal, judicial y extrajudicial a la empresa ante los organismos públicos y privados. • Cumplir las disposiciones legales, reglamentarias, las políticas y las normas relacionadas con las funciones de cada trabajador de la empresa. • Realizar las demás tareas que le serán asignadas de acuerdo a los requerimientos y necesidades de la empresa. 	
CARACTERÍSTICA DE CLASE	
Los requerimientos necesarios para el puesto de gerente son las habilidades mentales que debe poseer para este cargo, conocimiento básico de las actividades de los subordinados.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
ESTUDIOS: Titulo Ing. Comercial en Adm. De Emp.	EXPERIENCIA: <ul style="list-style-type: none"> • 3 años en funciones afín



MANUAL DE FUNCIONES

Cargo:	Secretaría- Contadora
Área que pertenece	Nivel Auxiliar
A quién reporta	Gerente
A quien supervisa	A todo el personal operativo

NATURALEZA DEL TRABAJO

Tiene a su cargo el control de los recursos financieros de la empresa, Además realiza labores de planificación, organización, dirección y control del Sistema de Contabilidad.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Elaborar el presupuesto anual, bajo la revisión del Gerente Propietario modificado si fuese necesario.
- Llevar y mantener actualizado la contabilidad de la empresa.
- Diseñar, implantar y actualizar el sistema contable.
- Elaborar y presenta oportunamente los Balances de Comprobación y los Estados Financieros.
- Dar cumplimiento a todo lo dispuesto por la Ley de Contadores e Instrucciones del Servicio de Rentas Internas.
- Realizar la declaración de impuestos.
- Elaborar las conciliaciones bancarias.
- Realizar arqueos sorpresivos de caja.
- Realizar periódicamente constataciones físicas del inventario en general.
- Proponer y establece cambios en el Plan General de Cuentas.
- Hacer cumplir con las disposiciones legales, reglamentarias, políticas, normas y técnicas establecidas en el sistema de contabilidad.
- Realizar informes solicitados por el Gerente Propietario.

CARACTERÍSTICA DE CLASE

Tener capacidad para planear actividades, acompañado de habilidades en calculo numérico , un adecuado lenguaje y desenvolvimiento en su cargo.

REQUISITOS MÍNIMOS

ESTUDIOS: <ul style="list-style-type: none"> • Dra. Ing. Lic. En Contabilidad y Auditoria 	EXPERIENCIA: <ul style="list-style-type: none"> • Mínima 2 en actividades similares
---	---



MANUAL DE FUNCIONES

Cargo:	Jefe de producción
Área que pertenece:	Nivel operativo
A quién reporta:	Gerente
A quien supervisa:	Personal operativo

NATURALEZA DEL TRABAJO

Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento del departamento de producción.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Supervisar y controlar las actividades diarias de los trabajadores del departamento
- Elaborar y hacer ejecutar los programas de producción
- Mantener los niveles de producción establecidos para evitar desabastecimiento del producto
- Supervisar la entrega y recepción de implementos de su departamento
- Revisar los egresos del producto
- Establecer sistemas de medidas, de tiempos y movimientos para efectivizar al máximo su producción.
- Realizar un control de calidad del producto
- Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos de producción
- Controlar inventarios de materias primas e insumos
- Controlar el buen uso de la maquinaria y equipos
- Controlar el ingreso y salida del personal

CARACTERÍSTICA DE CLASE

- Poseer un conocimiento técnico sobre la industrial.
- Ser buen comunicador.
- Capacidades para trabajar con presión.
- Habilidades para resolución de problemas.

REQUISITOS MÍNIMOS

ESTUDIOS:

Título profesional de cuarto nivel en Administración o carreras afines de producción.

EXPERIENCIA:

Tener experiencia mínima de un año en cargos similares.
Manejar eficientemente programas contables y otros.



MANUAL DE FUNCIONES

Cargo:	Obrero
Área que pertenece:	Nivel Operativo
A quién reporta:	Jefe de producción
A quien supervisa:	No aplican
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Realizar labores diarias que le asigne el jefe de producción.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar la materia prima que se va a utilizar • Diseñar las mochilas • Cortar • Cocer de las mochilas • Hacer Acabados • Bordar las mochilas según los diseños establecidos • Empacar las mochilas para su almacenamiento. • Almacenar el producto para su distribución. 	
CARACTERÍSTICA DE CLASE	
<ul style="list-style-type: none"> • Poseer capacidades para el manejo de equipos, materia prima para transformar el producto. • Capacidad para trabajar con presión. 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
ESTUDIOS: Instrucción Secundaria.	EXPERIENCIA: Tener experiencia mínima de un año en cargos similares.



MANUAL DE FUNCIONES

Cargo:	Guardián
Área que pertenece:	Nivel Operativo
A quién reporta:	Jefe de producción
A quien supervisa:	No aplican

NATURALEZA DEL TRABAJO

Prevenir cualquier acción que atente o ponga en peligro de los bienes de la empresa a proteger.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Cumplir con las órdenes impuestas por sus superiores jerárquicos.
- Garantizar confidencialidad en todas sus tareas y obligaciones.
- Mantener el orden dentro de las instalaciones.
- Cuidar las instalaciones y bienes del lugar de trabajo.
- Evitar el consumo de alimento o bebidas alcohólicas durante el servicio.
- Expulsar personas que se encuentran ocasionando problemas de seguridad.
- No abandonar el lugar de trabajo sin la autorización previa de un superior
- Efectuar periódicamente recorridos en las áreas de trabajo.

CARACTERÍSTICA DE CLASE

- Poseer capacidades para el manejo de equipos,
- Capacidad para trabajar con presión.

REQUISITOS MÍNIMOS

ESTUDIOS: Instrucción Secundaria.	EXPERIENCIA: Tener experiencia mínima de un año en cargos similares.
---	--



MANUAL DE FUNCIONES

Cargo:	Conserje
Área que pertenece:	Nivel Operativo
A quién reporta:	Jefe de producción
A quien supervisa:	No aplican

NATURALEZA DEL TRABAJO

Mantener la limpieza y mantenimiento del edificio con el fin que se lleven a cabo las funciones productivas del negocios satisfactoriamente.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Abrir y cerrar las instalaciones de la empresa
- Encender, apagar las luces de las diferentes áreas de trabajo de la entidad.
- Entregar y retirara correspondencia.
- Sacar contenedores de basura.
- Atender requerimientos de los clientes o personal de trabajo.
- Supervisar la asistencia de los trabajadores.
- Limpiar y mantener en adecuadas condiciones las instalaciones de la empresa.
- Revisar las fallas de los equipos y adoptar las medidas correspondientes de aviso.

CARACTERÍSTICA DE CLASE

- Capacidad para trabajar con presión
- Ser respetuoso y responsable

REQUISITOS MÍNIMOS

ESTUDIOS: Instrucción Secundaria.	EXPERIENCIA: Tener experiencia mínima de un año en cargos similares.
---	--



MANUAL DE FUNCIONES

Cargo:	Vendedor
Área que pertenece:	Nivel Operativo
A quién reporta:	Jefe de producción
A quien supervisa:	No aplican
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Realizar las actividades de ventas de la empresa	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Velar que los productos sean entregados satisfactoriamente. • Verificar que el producto se encuentre en perfectas condiciones. • Hacer llegar el producto al consumidor en forma rápida. • Efectuar estrategias de venta. • Redactar informes mensuales de las ventas efectuadas. • Evaluar a la competencia para establecer estrategias de competencia. • Atender los reclamos de los clientes. • Explicar promociones y ofertas disponibles a los clientes. 	
CARACTERÍSTICA DE CLASE	
<ul style="list-style-type: none"> • Poseer habilidades personales para las ventas. • Demostrar carisma y paciencia con los clientes. 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
ESTUDIOS: Instrucción Secundaria.	EXPERIENCIA: Tener experiencia mínima de un año en cargos similares.

Se determinó como quinto objetivo: **Elaborar un estudio de ingresos y gastos del proyecto a través del estudio financiero**, para dar cumplimiento al presente enunciado se realizó el estudio financiero el mismo que permite conocer la inversión que se requerirá para llevar a cabo el funcionamiento de la microempresa, información que permitirá realizar un pronóstico de ingresos y gastos que tendrá el proyecto durante el tiempo establecido.

ESTUDIO ECONÓMICO O FINANCIERO

El análisis financiero de un proyecto de inversión o de investigación consiste en la inversión necesaria para la implementación de la misma, el estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles, es decir dará una pauta para la administración financiera del proyecto cuando el mismo se ejecute y este en operación.

Inversiones y Financiamiento

Una vez determinados los diversos requerimientos para el proyecto se procede a estimar el monto total de la inversión en sus diferentes rubros; considerando las cotizaciones más convenientes, así como las mejoras alternativas de financiamiento.

Inversiones

Representa el desembolso en el dinero que se precisa para instalar una maquinaria, construir una planta o para cualquier cosa que lleve consigo la inversión de capitales en bienes.

La inversión del presente proyecto constara de Activos fijos, Intangibles o Diferidos y Capital de Trabajo.

ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos comprenden el conjunto de bienes que no son objetos de transacción corriente por parte de la organización. En el presente proyecto se utilizarán los siguientes activos fijos:

Maquinaria y Equipo

Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el elemento fundamental para el proceso de transformación y obtención de las bolsas de papel para regalo. Se detalla a continuación.

Tabla 33: Maquinaria y Equipo

Nombre	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Máquina de coser industrial	1	700,00	700,00
Maquina estampadora	1	750,00	750,00
Máquina de cortar	1	500,00	500,00
Total			1950,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La autora

Muebles y enseres

Para desarrollar eficazmente las tareas que realiza el personal de producción, es fundamental que se le dote a la empresa de los muebles y enseres necesarios para la realización de sus actividades.

Tabla 34: Muebles y Enseres

Nombre	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Escritorio	2	150,00	300,00
Sillas	4	30,00	120,00
Archivadores	2	80,00	160,00
Mesas	2	50,00	100,00
Estantería	1	165,00	165,00
Total			845,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

Equipo de Oficina

Se considerará a todas las máquinas y dispositivos necesarios para llevar a cabo tareas de oficina.

Tabla 35: Equipo de Oficina

Nombre	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Teléfono	3	22,00	66,00
Sumadora	1	35,00	35,00
TOTAL			101,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

Equipo de Computación

Constituye los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan con eficiencia, estos son:

Tabla 36: Equipo de Computación

Nombre	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Computadoras	1	750,00	750,00
Impresoras	2	130,00	260,00
Total			1.010,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

Herramientas

Para ciertos procesos, además de maquinaria y equipos, es necesario utilizar herramientas que ayuden a la correcta realización del proceso de producción de las mochilas.

Tabla 37: Herramientas

Nombre	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Moldes	5	8,00	40,00
Tijeras	3	3,00	9,00
Agujas	1	25,00	25,00
Hilos	25	3,00	75,00
Total			149,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

Resumen de Activos Fijos

Tabla 38: Resumen de Activos Fijos

Nombre	Precio Total
Maquinaria y Equipo	1.950,00
Muebles y Enseres	845,00
Equipo de Oficina	101,00
Equipo de Computación	1.010,00
Herramientas	149,00
Subtotal	4.055,00
Imprevisto 5%	202,75
Total	4.257,75

Fuente: Tabla 33 a la tabla 37

Elaboración: La Autora

ACTIVO INTANGIBLE O DIFERIDO

Se entiende por activo diferido o intangible aquellas compras de servicios o de derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto; tales como estudio técnico, económico y jurídico, gastos de organización, montaje marca y patentes. En el presente proyecto incurrirán los siguientes activos intangibles.

Tabla 39: Activos Diferidos

Nombre	Precio Total
Elaboración de proyecto	850,00
Elaboración de la Minuta	280,00
Permisos de Funcionamiento	120,00
Patentes	110,00
Subtotal	1.360,00
Imprevisto 5%	68,00
Total	1.428,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

ACTIVO DE CAPITAL

El activo de capital hace referencia al conjunto de recursos necesarios para las operaciones normales del proyecto durante un ciclo productivo.

Materia Prima Directa

Este rubro se refiere de manera específica a la tela como materia prima que se utilizará y que son indispensables para la elaboración de las mochilas, tal como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 40: Materia Prima

Nombre	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Tela	200	7,50	1.500,00
Botones apliques	500	0,10	50,00
Cierre	600	0,60	360,00
Total mensual			1.910,00
Total anual			22.920,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

Mano de Obra Directa

Este rubro se origina por concepto de pago de salarios al personal que tiene relación directa con el proceso de producción. Tal como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 41: Mano de Obra Directa

Nombre	Precio Total
Obrero	498,69
Total mensual	498,69
Total anual	5.984,25

Fuente: Investigación de Campo (Anexo 6)

Elaboración: La Autora

Mano de Obra Indirecta

Este rubro se origina por concepto de pago de salarios al personal que tiene relación indirecta con el proceso de producción. Tal como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 42: Mano de Obra Indirecta

Nombre	Precio Total
Jefe de Producción	592,18
Conserje	529,85
Guardia	529,85
Total Mensual	1.651,88
Total Anual	19.822,50

Fuente: investigación de campo (anexo 6)

Elaboración: La Autora

Sueldo administrativo

Se refieren a los sueldos para el personal que trabajara en la parte administrativa de acuerdo a los puestos a ocupar.

Tabla 43: Sueldo Administrativo

Nombre	Precio Total
Gerente	779,15
Contadora	654,50
Total mensual	1.433,65
Total anual	17.203,80

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

Vendedor

Tabla 44: Sueldo vendedor

Nombre	Precio Total
Vendedor	498,69
Total mensual	498,69
Total anual	5.984,25

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

Servicios básicos

Los servicios básicos necesarios para el normal funcionamiento de la empresa se explican en la siguiente tabla:

Tabla 45: Servicios Básicos

Nombre	Precio Mensual	Precio Anual
Energía Eléctrica mensual	45,00	540,00
Agua potable mensual	30,00	360,00
Línea telefónica	25,00	300,00
Total	100,00	1.200,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

Arriendo

El valor requerido para cubrir el presente gasto es la siguiente cantidad.

Tabla 46: Arriendo

Nombre	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Local	1	350,00	350,00
Total mensual			350,00
Total anual			4.200,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

Publicidad

Hace referencia a los gastos ocasionados por la propaganda que se llevará a cabo para dar a conocer sobre la empresa

Tabla 47: Publicidad

Nombre	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Cuñas Radiales	1	30,00	30,00
Prensa Escrita	2	8,50	17,00
Cuña Televisiva	1	35,00	35,00
Total mensual			82,00
Total anual			984,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

Suministros de oficina

Se estima aquellos materiales necesarios para llevar a cabo labores administrativas

Tabla 48: Suministros de oficina

Nombre	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Lápiz	3	0,35	1,05
Perforadora	1	4,00	4,00
Grapadora	1	3,00	3,00
Esferos	3	0,40	1,20
Papel Bond	1	3,75	3,75
Total mensual			13,00
Total anual			39,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Resumen de activo Circulante

Tabla 49: Resumen Activo Circulante o capital de Trabajo.

Descripción	Valor total
Materia Prima Directa	1.910,00
Mano de Obra Directa	498,69
Mano de Obra Indirecta	1.651,88
Sueldos Administrativos	1.433,65
Sueldo Personal de Venta	498,69
Suministros de oficina	13,00
Servicios Básicos	100,00
Arriendo Local	350,00
Publicidad	82,00
Subtotal	6.537,90
Imprevisto del 5%	326,90
Total	6.864,80

Fuente: Tabla N° 40 a la tabla N° 48

Elaboración: La Autora

INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

Tabla 50: Inversión Inicial del Proyecto

CUENTAS	EGRESO PARCIAL	PORCENTAJE
ACTIVOS FIJOS		
Maquinaria y Equipo	1.950,00	
Muebles y Enseres	845,00	
Equipo de Oficina	101,00	
Equipo de Computación	1.010,00	
Herramientas	149,00	
Subtotal	4.055,00	
Imprevistos de 5%	202,75	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	4.257,75	34%
ACTIVOS DIFERIDOS		
Elaboración de proyecto	850,00	
Elaboración de la Minuta	280,00	
Permisos de Funcionamiento	120,00	
Patentes	110,00	
Subtotal	1.360,00	
Imprevisto de 5%	68,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	1.428,00	11%
ACTIVOS CIRCULANTES		
Materia Prima Directa	1.910,00	
Mano de Obra Directa	498,69	
Mano de Obra Indirecta	1.651,88	
Sueldos Administrativos	1.433,65	
Sueldo Personal de Venta	498,6875	
Suministros de oficina	13,00	
Servicios Básicos	100,00	
Arriendo Local	350,00	
Publicidad	82,00	
Subtotal	6.537,90	
Imprevisto 5%	326,90	
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	6.864,80	55%
TOTAL INVERSION	12.550,55	100%

Fuente: Tabla 38, Tabla 39 y tabla 49

Elaboración: La Autora

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Para la depreciación de los diferentes activos de la empresa se aplica los coeficientes que ha establecido el Sistema de Rentas Internas, son los siguientes:

- Maquinaria, herramientas, muebles y enseres, equipos de oficina, muebles de oficina 10% anual, 10 años.
- Equipo de cómputo 33,33% anual, 3 años

Tabla 51: Depreciación de Activos Fijos

Activo	%Depreciación Anual	Vida Útil (Años)	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación Anual
Maquinaria y Equipo	10%	10	1.950,00	195,00	175,50
Muebles y enseres	10%	10	845,00	84,50	76,05
Equipo de Oficina	10%	10	101,00	10,10	9,09
Equipo de Computación	33%	3	1.010,00	336,63	224,42
Herramientas	10%	10	149,00	14,90	13,41
Total depreciaciones			4.055,00	641,13	498,47

Fuente: Tabla 50

Elaboración: La Autora

Reinversiones

Se constituyen en aquellos valores que deben ser cancelar por la adquisición de nuevos equipos, maquinaria al cumplir su vida útil, a continuación, se expondrá las depreciaciones por el equipo de computación.

Tabla 52: Reinversión para el cuarto año

Activo	%Depreciación Anual	Vida Útil (Años)	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación Anual
Equipo de Computación	33,33%	3	1.060,50	353,46	235,64
Total depreciaciones			1.060,50	353,46	235,64

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Tabla 53: Reinversión para el séptimo año

Activo	%Depreciación Anual	Vida Útil (Años)	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación Anual
Equipo de Computación	33,33%	3	1.113,53	371,14	247,43
Total depreciaciones			1.113,53	371,14	247,43

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Tabla 54: Reinversión para el décimo año

Activo	% Depreciación Anual	Vida Útil (Años)	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación Anual
Equipo de Computación	33,33%	3	1.169,21	389,70	259,80
Total depreciaciones			1.169,21	389,70	259,80

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO

Una vez valorado el proyecto se determinan las posibles formas de financiarlo lo cual es clave para que el proyecto salga a delante, para lo cual se hace uso de recursos propios o ajenos es decir préstamos a terceras personas. En el presente proyecto se utilizarán las siguientes fuentes de financiamiento.

Fuente Interna

Es el capital que aporta los socios y que utilizan con el fin de obtener utilidades, este capital propio puede considerar aquel que aporta los propietarios. El monto de capital propio será de \$ 5.550,55.

Fuente Externa

Es un capital ajeno que es pedido a una tasa de interés establecida y que será reembolsará a una fecha específica, para poder adquirir el financiamiento externo, se requerirá acceder a los créditos de entidades financieras particulares. El monto del préstamo bancario es de \$ 7.000,00 dólares americanos.

Tabla 55: Fuentes de Financiamiento

Financiamiento	Valor	%
Fuente interna	5.550,55	44,23%
Fuente externa	7.000,00	55,77%
Total	12.550,55	100,00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**Tabla 56:** Amortización

Monto	7.000,00
Interés	14,00
Amortización	Semestral
Numero de Pagos	20,00
Interés del periodo	0,07
Pagos Anuales	2,00
Dividendo	$D=(C*i*(1+i)^n /((1+i)^n-1))$ 660,75

MESES	SALDO ANTERIOR	DIVIDENDO	INTERES	AMROTIZACIÓN	SALDO FINAL
0	7.000,00				7.000,00
1	7.000,00	660,75	490,00	170,75	6.829,25
2	6.829,25	660,75	478,05	182,70	6.646,55
3	6.646,55	660,75	465,26	195,49	6.451,05
4	6.451,05	660,75	451,57	209,18	6.241,88
5	6.241,88	660,75	436,93	223,82	6.018,06
6	6.018,06	660,75	421,26	239,49	5.778,57
7	5.778,57	660,75	404,50	256,25	5.522,32
8	5.522,32	660,75	386,56	274,19	5.248,13
9	5.248,13	660,75	367,37	293,38	4.954,75
10	4.954,75	660,75	346,83	313,92	4.640,83
11	4.640,83	660,75	324,86	335,89	4.304,94
12	4.304,94	660,75	301,35	359,40	3.945,54
13	3.945,54	660,75	276,19	384,56	3.560,98
14	3.560,98	660,75	249,27	411,48	3.149,49
15	3.149,49	660,75	220,46	440,29	2.709,21
16	2.709,21	660,75	189,64	471,11	2.238,10
17	2.238,10	660,75	156,67	504,08	1.734,02
18	1.734,02	660,75	121,38	539,37	1.194,65
19	1.194,65	660,75	83,63	577,13	617,52
20	617,52	660,75	43,23	617,52	(0,00)

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

PRESUPUESTO DE COSTOS PROYECTADO

La determinación de los costos es uno de los aspectos más importantes para definir la realidad del proyecto como por su trascendencia en la variedad de elementos sujetos a valoraciones, y los desembolsos que deberá incurrir tanto en los ingresos y egresos, los que permitirá proyectar la situación contable de la empresa.

Para poder realizar esta proyección de los costos a futuro, se tomará en cuenta los datos estimados por El Banco Central del Ecuador, con respecto al crecimiento económico e inflación. El Crecimiento Económico anual estimado 4,2% y la Inflación anual estimada del 3.7%. A continuación, se detalla en el siguiente cuadro los valores obtenidos de la proyección para los 10 años de vida útil del proyecto:

Tabla 57: Presupuesto de Costos Totales

COSTOS DE PRODUCCION	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTO PRIMO										
Materia Prima Directa	22.920,00	23.768,04	24.647,46	25.559,41	26.505,11	27.485,80	28.502,78	29.557,38	30.651,00	31.785,09
Mano de Obra Directa	5.984,25	6.235,59	6.497,48	6.770,38	7.054,73	7.351,03	7.659,78	7.981,49	8.316,71	8.666,01
Mano de Obra Indirecta	19.822,50	20.655,05	21.522,56	22.426,50	23.368,42	24.349,89	25.372,59	26.438,24	27.548,64	28.705,68
TOTAL COSTO PRIMO	48.726,75	50.658,67	52.667,50	54.756,30	56.928,26	59.186,72	61.535,14	63.977,10	66.516,35	69.156,78
GASTOS DE FABRICACIÓN										
Amortización de Activos Diferidos	142,8	142,8	142,8	142,8	142,8	142,8	142,8	142,8	142,8	142,8
Depreciación Maquinaria y Equipo	175,5	175,5	175,5	175,5	175,5	175,5	175,5	175,5	175,5	175,5
Depreciación de Herramientas	13,41	13,41	13,41	13,41	13,41	13,41	13,41	13,41	13,41	13,41
TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN	331,71	331,71	331,71	331,71						
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	17.203,80	17.926,36	18.679,27	19.463,80	20.281,28	21.133,09	22.020,68	22.945,55	23.909,26	24.913,45
Suministros de oficina	39	40,44	41,94	43,49	45,1	46,77	48,5	50,29	52,15	54,08
Arriendo	4.200,00	4.355,40	4.516,55	4.683,66	4.856,96	5.036,67	5.223,02	5.416,27	5.616,68	5.824,49
Servicios Básicos	1.200,00	1.244,40	1.290,44	1.338,19	1.387,70	1.439,05	1.492,29	1.547,51	1.604,76	1.664,14
Depreciación Muebles y Enseres	76,05	76,05	76,05	76,05	76,05	76,05	76,05	76,05	76,05	76,05
Depreciación Equipo de Oficina	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09
Depreciación Equipo de Computación	224,42	224,42	224,42	235,64	235,64	235,64	247,43	247,43	247,43	259,8
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	22.952,36	23.876,16	24.837,76	25.849,92	26.891,82	27.976,35	29.117,06	30.292,19	31.515,42	32.801,10
GASTOS DE VENTA										
Publicidad y propaganda	984	1.020,41	1.058,16	1.097,32	1.137,92	1.180,02	1.223,68	1.268,96	1.315,91	1.364,60
Sueldo de vendedor	5.984,25	6.235,59	6.497,48	6.770,38	7.054,73	7.351,03	7.659,78	7.981,49	8.316,71	8.666,01
TOTAL GASTOS VENTA	6.968,25	7.256,00	7.555,65	7.867,69	8.192,65	8.531,05	8.883,45	9.250,44	9.632,62	10.030,61
GASTOS FINANCIEROS										
Interés del préstamo	968,05	916,83	858,2	791,06	714,2	626,2	525,46	410,11	278,05	126,85
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	968,05	916,83	858,2	791,06	714,2	626,2	525,46	410,11	278,05	126,85
COSTO TOTAL	79.947,12	83.039,38	86.250,81	89.596,68	93.058,64	96.652,04	100.392,82	104.261,55	108.274,14	112.447,05

Fuente: Tabla N° 50, Tabla N° 51 y Tabla N° 56

Elaboración: La Autora

INGRESOS

Calculo del precio

Para determinar el precio del producto que vamos a prestar tomaremos como referencia los costos totales incurridos en la fabricación las mochilas. A este resultado se le añadirá un valor de 20% de margen de utilidad por la calidad e innovación del producto.

Costos unitarios de producción

El costo unitario de producción se obtiene dividiendo el costo total para el número de unidades producidas en forma anual.

C.U. = costo total / número unidades producidas

C.U. = 79.947,12/ 1.872

C.U.= 42,71

P.V.P.= 42,71 + 8,54% = \$ 51,25

Presupuesto de ingresos

Los ingresos establecidos para la vida útil de la empresa, se detallan en la tabla de ingresos, determinándose el precio unitario de venta, considerándose un margen de utilidad bruta por unidad del 20%. Dicho margen de utilidad se ha determinado considerando que, al incrementar al costo unitario, que el precio final sea aceptable dentro del mercado

Tabla 58: Ingresos totales

Años	Costos Totales	Cantidad en unidades anuales	Costo Unitario	Margen de utilidad 20%	Precio Venta al Público	Ventas Totales
1	79.947,12	1872	42,71	8,54	51,25	95.936,5434
2	83.039,38	1989	41,75	8,35	50,10	99.647,2520
3	86.250,81	2106	40,95	8,19	49,15	103.500,9721
4	89.596,68	2223	40,30	8,06	48,37	107.516,0183
5	93.058,64	2223	41,86	8,37	50,23	111.670,3708
6	96.652,04	2223	43,48	8,70	52,17	115.982,4511
7	100.392,82	2223	45,16	9,03	54,19	120.471,3783
8	104.261,55	2223	46,90	9,38	56,28	125.113,8558
9	108.274,14	2223	48,71	9,74	58,45	129.928,9735
10	112.447,05	2223	50,58	10,12	60,70	134.936,4656

Fuente: Tabla 28 y tabla 57

Elaboración: La Autora

DETERMINACION DE COSTOS

La estructura y clasificación de los costos en el mencionado proyecto nos permite conocer los valores económicos que se desembolsaran durante un periodo contable, con el fin de poder distribuir eficientemente sus recursos. Los costos se clasifican en:

Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos valores que debe cubrir la empresa, por estar en funcionamiento, pero, sin tomar en cuenta los ingresos generados por la producción y venta del producto.

Costos Variables

Los costos variables son aquellos valores que debe incurrir la empresa, en relación a su capacidad de producción y está relacionado con los

ingresos generados por las ventas del producto. Tal como se indica en el siguiente cuadro:

Tabla 59: Presupuesto Pro formado de Costos año 1

COSTOS DE PRODUCCION	1	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
COSTO PRIMO		
Materia Prima Directa		22.920,00
Mano de Obra Directa		5.984,25
Mano de Obra Indirecta	19.822,50	
TOTAL COSTO PRIMO	19.822,50	28.904,25
GASTOS DE FABRICACIÓN		
Amortización de Activos Diferidos	142,80	
Depreciación Maquinaria y Equipo	175,50	
Depreciación de Herramientas	13,41	
TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN	331,71	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos Administrativos	17.203,80	
Suministros de oficina	39,00	
Arriendo	4.200,00	
Servicios Básicos	1.200,00	
Depreciación Muebles y Enseres	76,05	
Depreciación Equipo de Oficina	9,09	
Depreciación Equipo de Computación	224,42	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	22.952,36	
GASTOS DE VENTA		
Publicidad y propaganda	984,00	
Sueldo de vendedor	5.984,25	
TOTAL GASTOS VENTA	6.968,25	
GASTOS FINANCIEROS		
Interés del préstamo	968,05	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	968,05	
TOTAL	51.042,87	28.904,25
COSTO TOTAL	79.947,12	

Fuente: Tabla 57

Elaboración: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

PRIMER AÑO

MÉTODO MATEMÁTICO

a. En función de la Capacidad Instalada

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

$$PE = \frac{51.042,97}{95.936,54 - 28.904,25} \times 100$$

$$PE = 76,15 \%$$

b. En Función de las Ventas

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

$$PE = \frac{51.042,87}{1 - \frac{28.904,25}{95.936,54}}$$

$$PE = \$ 73.052,50$$

MÉTODO GRÁFICO

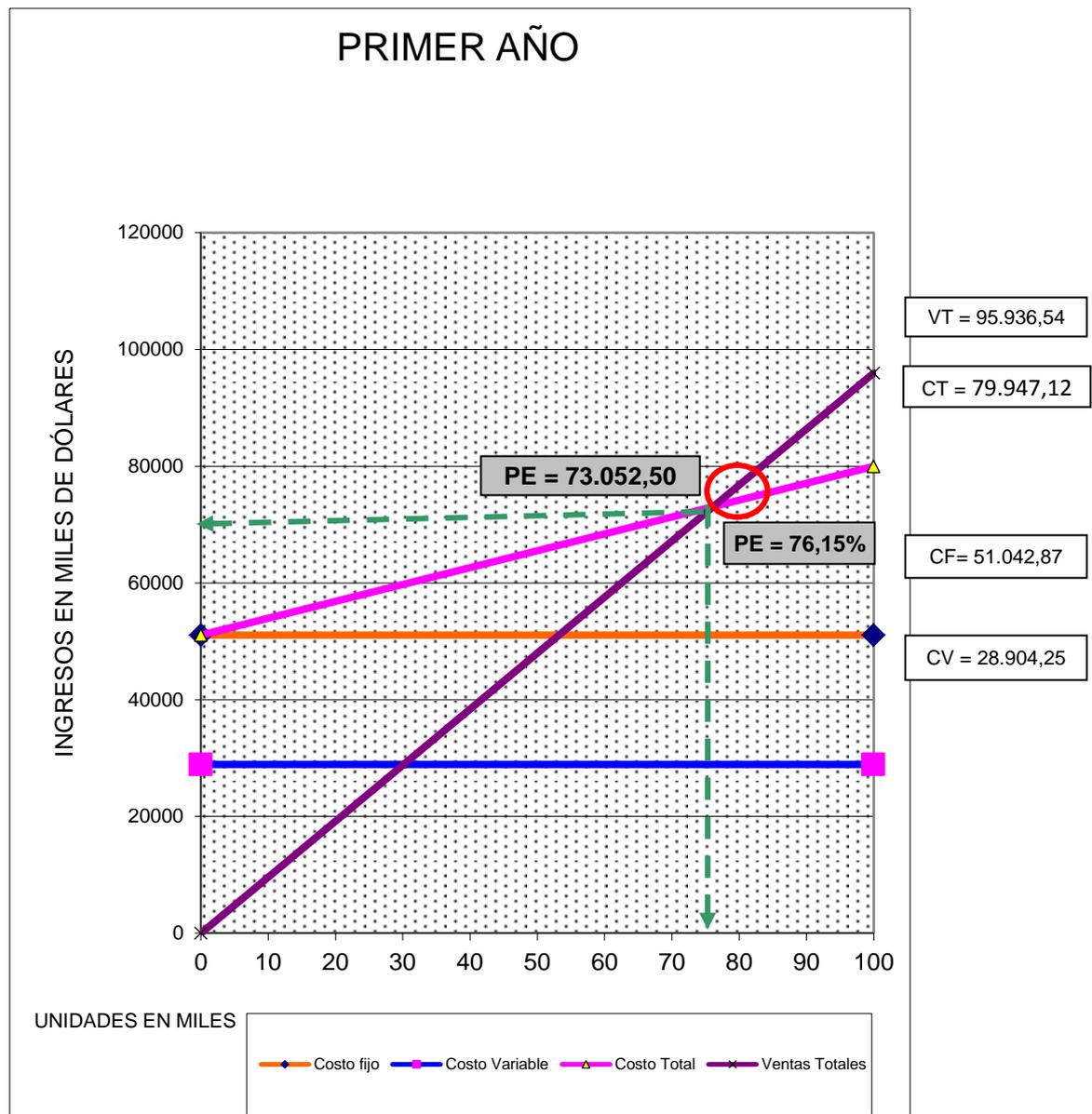


Figura 41: Punto de equilibrio año 1

Fuente: Tabla 59

Elaboración: La autora

ANÁLISIS: El Punto de Equilibrio se produce cuando la empresa trabaje a una Capacidad Instalada del 76,15% y con un ingreso en las ventas de USD. 73.052,50 En este punto la empresa no gana ni pierde

Tabla 60: Presupuesto Pro formado de Costos año 5

COSTOS DE PRODUCCION	5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
COSTO PRIMO		
Materia Prima Directa		26.505,11
Mano de Obra Directa		7.054,73
Mano de Obra Indirecta	23.368,42	
TOTAL COSTO PRIMO	23.368,42	33.559,85
GASTOS DE FABRICACIÓN		
Amortización de Activos Diferidos	142,80	
Depreciación Maquinaria y Equipo	175,50	
Depreciación de Herramientas	13,41	
TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN	331,71	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos Administrativos	20.281,28	
Suministros de oficina	45,10	
Arriendo	4.856,96	
Servicios Básicos	1.387,70	
Depreciación Muebles y Enseres	76,05	
Depreciación Equipo de Oficina	9,09	
Depreciación Equipo de Computación	235,64	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	26.891,82	
GASTOS DE VENTA		
Publicidad y propaganda	1.137,92	
Sueldo de vendedor	7.054,73	
TOTAL GASTOS VENTA	8.192,65	
GASTOS FINANCIEROS		
Interés del préstamo	714,20	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	714,20	
TOTAL	59.498,80	33.559,85
COSTO TOTAL	93.058,64	

Fuente: Tabla 57

Elaboración: La Autora

QUINTO AÑO
MÉTODO MATEMÁTICO

a. En función de la Capacidad Instalada

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

$$PE = \frac{59.498,80}{111.670,37 - 33.559,85} \times 100$$

$$PE = 76,17 \%$$

b. En Función de las Ventas

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

$$PE = \frac{59.498,80}{33.559,85 + 111.670,37}$$

$$PE = \$ 85.062,20$$

MÉTODO GRÁFICO

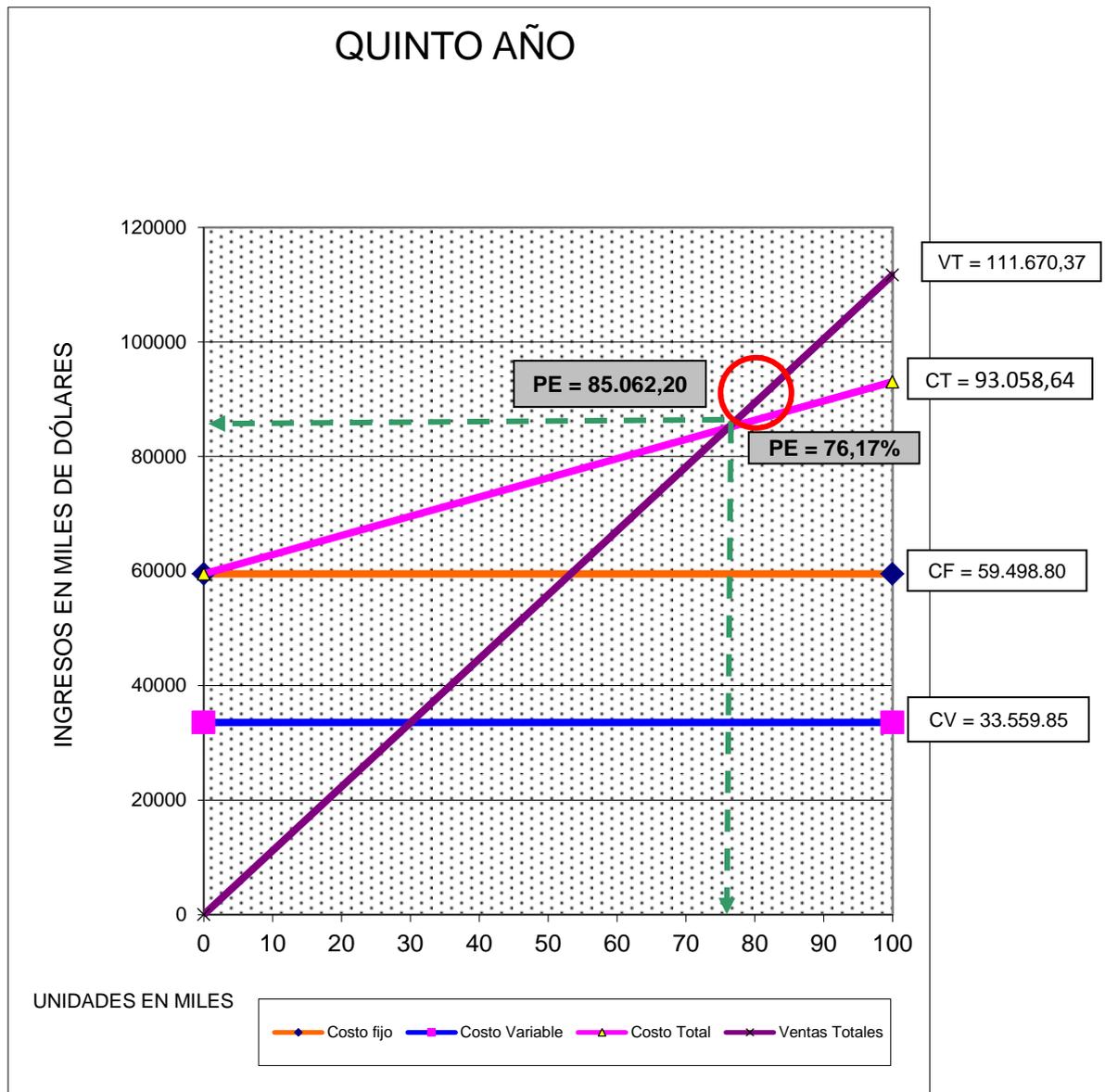


Figura 42: Punto de equilibrio año 5

Fuente: Tabla 60

Elaboración: La autora

ANÁLISIS: El Punto de Equilibrio se produce cuando la empresa trabaje a una Capacidad Instalada del 76,17% y con un ingreso en las ventas de USD. 85.062,20 En este punto la empresa no gana ni pierde

Tabla 61: Presupuesto Pro formado de Costos año 10

COSTOS DE PRODUCCION	Año 10	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
COSTO PRIMO		
Materia Prima Directa		31.785,09
Mano de Obra Directa		8.666,01
Mano de Obra Indirecta	28.705,68	
TOTAL COSTO PRIMO	28.705,68	40.451,10
GASTOS DE FABRICACIÓN		
Amortización de Activos Diferidos	142,80	
Depreciación Maquinaria y Equipo	175,50	
Depreciación de Herramientas	13,41	
TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN	331,71	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos Administrativos	24.913,45	
Suministros de oficina	54,08	
Arriendo	5.824,49	
Servicios Básicos	1.664,14	
Depreciación Muebles y Enseres	76,05	
Depreciación Equipo de Oficina	9,09	
Depreciación Equipo de Computación	259,80	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	32.801,10	
GASTOS DE VENTA		
Publicidad y propaganda	1.364,60	
Sueldo de vendedor	8.666,01	
TOTAL GASTOS VENTA	10.030,61	
GASTOS FINANCIEROS		
Interés del préstamo	126,85	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	126,85	
TOTAL	71.995,96	40.451,10
COSTO TOTAL	112.447,05	

Fuente: Tabla 57

Elaboración: La Autora

DÉCIMO AÑO
MÉTODO MATEMÁTICO

a. En función de la Capacidad Instalada

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

$$PE = \frac{71.995,96}{134.936,47 - 40.451,10} \times 100$$

PE = 76,20 %

b. En Función de las Ventas

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

$$PE = \frac{71.995,96}{40.451,10} \times \frac{1}{\frac{134.936,47}{40.451,10}}$$

PE = \$ 102.818,89

MÉTODO GRÁFICO

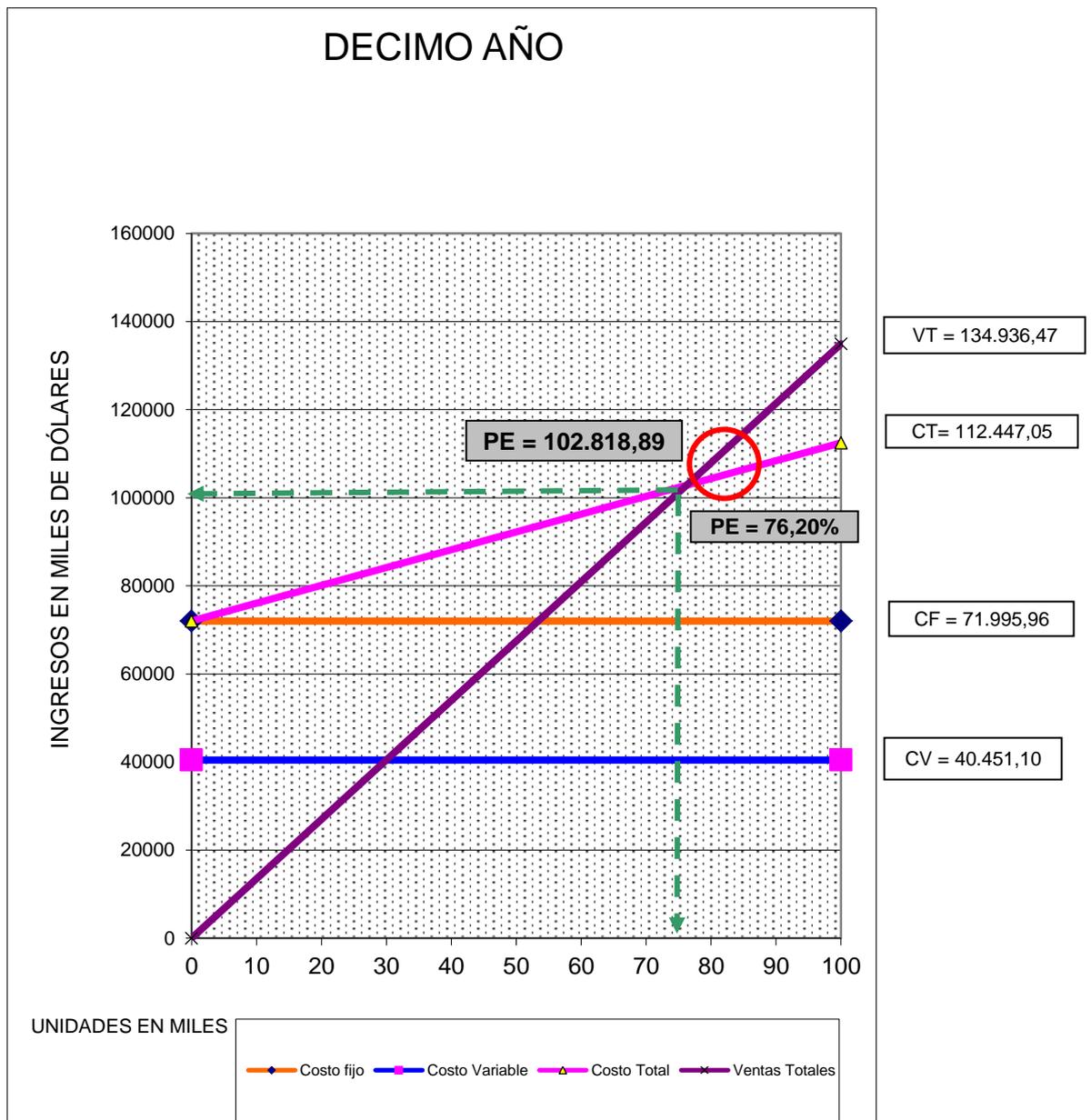


Figura 43: Punto de equilibrio año 10

Fuente: Tabla 61

Elaboración: La autora

ANÁLISIS: El Punto de Equilibrio se produce cuando la empresa trabaje a una Capacidad Instalada del 76,20% y con un ingreso en las ventas de USD. 102.818,89 En este punto la empresa no gana ni pierde

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 62: Estado de Pérdidas y Ganancias

Especificaciones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Ingres por Ventas	66.303,27	68.827,66	71.450,48	74.188,88	77.020,16	79.961,77	83.031,98	86.207,24	89.506,16	92.948,21
EGRESOS										
Total Egresos										
	55.252,73	57.356,38	59.542,07	61.824,07	64.183,46	66.634,81	69.193,32	71.839,37	74.588,46	77.456,84
Utilidad Bruta										
	11.050,55	11.471,28	11.908,41	12.364,81	12.836,69	13.326,96	13.838,66	14.367,87	14.917,69	15.491,37
(-) 15% Utilidad a trabajadores	1.657,58	1.720,69	1.786,26	1.854,72	1.925,50	1.999,04	2.075,80	2.155,18	2.237,65	2.323,71
(=) Utilidad antes de Imp. A la Renta	9.392,96	9.750,59	10.122,15	10.510,09	10.911,19	11.327,92	11.762,86	12.212,69	12.680,04	13.167,66
(-)22% Impuesto a la Renta	2.066,45	2.145,13	2.226,87	2.312,22	2.400,46	2.492,14	2.587,83	2.686,79	2.789,61	2.896,89
Utilidad antes de Reserva Legal	7.326,51	7.605,46	7.895,28	8.197,87	8.510,73	8.835,78	9.175,03	9.525,90	9.890,43	10.270,78
(-) 10% de Reserva legal	732,65	760,55	789,53	819,79	851,07	883,58	917,50	952,59	989,04	1.027,08
Utilidad Neta										
	6.593,86	6.844,91	7.105,75	7.378,08	7.659,65	7.952,20	8.257,53	8.573,31	8.901,39	9.243,70

Fuente: Tabla 57 y tabla 58

Elaboración: La Autora

En referencia al séptimo objetivo se determinó el: **Evaluar económica y financieramente la propuesta presentada en el presente proyecto de inversión**, para tal efecto se llevó a cabo el desarrollo de la evaluación financiera, el mismo que permitirá determinar la factibilidad de la implementación del nuevo proyecto de inversión, mediante el cálculo del flujo de caja datos que permitió calcular el VAN, TIR, RB/C, PR/C y el análisis de sensibilidad.

EVALUACIÓN FINANCIERA

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

El flujo de caja permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo

Tabla 63: Flujo de Caja

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Ventas		95.936,54	99.647,25	103.500,97	107.516,02	111.670,37	115.982,45	120.471,38	125.113,86	129.928,97	134.936,47
Crédito del Banco de Loja	7.000,00										
Capital Propio	5.550,55										
Valor residual				336,63			353,46			371,14	564,3
TOTAL INGRESOS	12.550,55	95.936,54	99.647,25	103.837,61	107.516,02	111.670,37	116.335,92	120.471,38	125.113,86	130.300,11	135.500,76
EGRESOS											
Activo Fijo	4.257,75										
Activo Diferido	1.428,00										
Activo Circulante	6.864,80										
Reinversión					1.060,50			1.113,53			1.169,21
Presupuesto de Operación	79.947,12	83.039,38	86.250,81	89.596,68	93.058,64	96.652,04	100.392,82	104.261,55	108.274,14	112.447,05	
(-) Depreciaciones y Amortización		641,27	641,27	641,27	641,27	641,27	641,27	641,27	641,27	641,27	641,27
(+)15% Utilidad a los Trabajadores		2.398,41	2.491,18	2.587,52	2.687,90	2.791,76	2.899,56	3.011,78	3.127,85	3.248,22	3.373,41
(+)22% Impuesto a la Renta		2.990,02	3.105,67	3.225,78	3.350,92	3.480,39	3.614,79	3.754,69	3.899,38	4.049,45	4.205,52
(+) Amortización del Crédito		170,75	182,7	195,49	209,18	223,82	239,49	256,25	274,19	293,38	313,92
TOTAL EGRESOS	12.550,55	86.147,58	89.460,21	92.900,88	96.485,95	100.195,89	104.047,15	108.056,81	112.204,23	116.506,48	120.981,18
FUJO DE CAJA	0	9.788,97	10.187,05	10.936,73	11.030,07	11.474,48	12.288,77	12.414,56	12.909,62	13.793,64	14.519,59

Fuente: Tabla 50, tabla 58 y tabla 62

Elaboración: La Autora

VALOR ACTUAL NETO

Este factor expresa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final del periodo de duración del proyecto de inversión. Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos.

- ✓ Si el VAN es positivo. Y mayor a 1 significa que es conveniente financieramente.
- ✓ Si el VAN es negativo y menor a 1 no es conveniente financieramente.

Tabla 64: Valor Actual neto

Periodo	Flujo Neto	Factor Actualización 14%	Valor Actualizado
0	12.550,55		
1	9.788,97	0,8771929825	8586,8119
2	10.187,05	0,7694675285	7838,6014
3	10.936,73	0,6749715162	7381,9787
4	11.030,07	0,5920802774	6530,6877
5	11.474,48	0,5193686644	5959,4879
6	12.288,77	0,4555865477	5598,597
7	12.414,56	0,3996373225	4961,3235
8	12.909,62	0,3505590549	4525,5846
9	13.793,64	0,3075079429	4241,6527
10	14.519,59	0,2697438095	3916,5688
		Sumatoria	59.541,29
		Inversión inicial	12.550,55
		VAN	46.990,75

Fuente: Tabla 63

Elaboración: La Autora

VAN= Sumatoria Flujo Neto – Inversión

VAN= 59.541,29 – 12.550,55

VAN= 46.990,75

Análisis

El VAN del proyecto es de 46.990,75 es positivo porque es mayor que uno, esto quiere decir que se puede continuar con el proyecto de inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO TIR

Se interpreta como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales

Tabla 65: Tasa Interna de Retorno

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 82,15%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 82,20%	VAN MAYOR
0	12.550,55				
1	9.788,97	0,54899808	5.374,12	0,5488474	5.372,65
2	10.187,05	0,30139889	3.070,36	0,3012335	3.068,68
3	10.936,73	0,16546741	1.809,67	0,1653312	1.808,18
4	11.030,07	0,09084129	1.001,99	0,0907416	1.000,89
5	11.474,48	0,04987169	572,25	0,0498033	571,47
6	12.288,77	0,02737946	336,46	0,0273344	335,91
7	12.414,56	0,01503127	186,61	0,0150024	186,25
8	12.909,62	0,00825214	106,53	0,008234	106,30
9	13.793,64	0,00453041	62,49	0,0045192	62,34
10	14.519,59	0,00248719	36,11	0,0024804	36,01
	SUMATORIA		12.556,60		12.548,67
	INVERSIÓN INICIAL		12.550,55		12.550,55
	VAN		6,05		-1,88

Fuente: Tabla 63

Elaboración: La Autora

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

$$TIR = 82,15 + 0,05 \left(\frac{6,05}{6,05 - (-1,88)} \right)$$

$$\text{TIR} = 82,15 + 0,05\left(\frac{6,05}{7,93}\right)$$

$$\text{TIR} = 82,15 + 0,05 (0,76)$$

$$\text{TIR} = 82,19\%$$

La TIR del proyecto es 82,19%; de esta manera se considera que es mayor a la tasa de oportunidad del mercado (12%), por lo cual se ratifica la factibilidad del proyecto.

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO R.B.C.

La relación Beneficio Costo indica el retronó en dinero obtenido por cada unidad monetaria invertida. Cuando la relación es igual a 1 la entidad no tiene ganancia ni perdidas; las relaciones mayores a 1 indica que los proyectos obtienen ganancias; y, la relación menor a 1 señala que los negocios tienen pérdida.

Tabla 66: Relación Beneficio Costo

Periodo	Actualización costo total			Actualización ingresos		
	Costo original	Fact. Act. 14%	Costo actualizado	Ingreso original	Fact. Act. 14%	Ingreso actualizado
0						
1	79.947,12	0,8771929825	70.129,05	95.936,54	0,8771929825	84.154,86
2	83.039,38	0,7694675285	63.896,10	99.647,25	0,7694675285	76.675,32
3	86.250,81	0,6749715162	58.216,84	103.500,97	0,6749715162	69.860,21
4	89.596,68	0,5920802774	53.048,43	107.516,02	0,5920802774	63.658,11
5	93.058,64	0,5193686644	48.331,74	111.670,37	0,5193686644	57.998,09
6	96.652,04	0,4555865477	44.033,37	115.982,45	0,4555865477	52.840,04
7	100.392,82	0,3996373225	40.120,72	120.471,38	0,3996373225	48.144,86
8	104.261,55	0,3505590549	36.549,83	125.113,86	0,3505590549	43.859,80
9	108.274,14	0,3075079429	33.295,16	129.928,97	0,3075079429	39.954,19
10	112.447,05	0,2697438095	30.331,90	134.936,47	0,2697438095	36.398,28
			477.953,14			573.543,77

Fuente: Tabla 63

Elaboración: La Autora

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

$$R (B/C) = \frac{573.543,77}{477.953,14}$$

$$R (B/C) = \quad \quad \quad \mathbf{1,20} \quad \quad \mathbf{Dólares}$$

Análisis : Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto
 Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente
 Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

Con la información obtenida se determina que la relación Beneficio-Costo para el proyecto es mayor que 1, por lo tanto, es financieramente aceptable la ejecución del proyecto, lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá USD. 0,20 centavos de utilidad.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

En el periodo de recuperación del capital, vamos a conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja, y el monto de la inversión

Tabla 67: Periodo de recuperación

Periodo	Inversión	Flujo neto de caja	F. Acumulado
0	12.550,55		
1		9.788,97	9.788,97
2		10.187,05	19.976,01
3		10.936,73	30.912,74
4		11.030,07	41.942,81
5		11.474,48	53.417,29
6		12.288,77	65.706,06
7		12.414,56	78.120,63
8		12.909,62	91.030,25
9		13.793,64	104.823,88
10		14.519,59	119.343,47

Fuente: Tabla 63

Elaboración: La Autora

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \Sigma \text{ Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la Inversión}}$$

$$\text{PRC} = 1 + \frac{12.550,55 - 9.788,97}{10.187,05}$$

$$\text{PRC} = 1 + \frac{2.761,58}{10.187,05}$$

$$\text{PRC} = 1 + 0,27$$

$$\text{PRC} = 1,27$$

- 1,27= 1 año
- 0,27 x 12 = 3,24 = 3 meses
- 0,24 x 30= 7,20 = 7 días

Análisis

El capital del proyecto se recupera en 1 año, 3 meses y 7 días

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad se lo utiliza para determinar la vulnerabilidad de un proyecto a cambio en el nivel de demanda; es decir permite determinar cuan sensible es el presupuesto determinado frente a cambio como es la disminución de ingresos o el aumento de costos.

El análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 13,28% en los costos y una disminución del 11,07% en los ingresos. Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

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

Tabla 68: Análisis De Sensibilidad con Incremento del 13,28 % en los Costos

Periodo	Costo total original	Costo total incrementado 13,28%	Ingreso total original	Flujo neto	Actualización			
					Fact. Actualiz. 45,12%	VAN menor	Fact. Actualiz. 45,17%	VAN mayor
0								
1	79.947,12	90.564,10	95.936,54	5.372,45	0,689085	3.702,07	0,688848	3.700,80
2	83.039,38	94.067,01	99.647,25	5.580,25	0,474838	2.649,71	0,474511	2.647,89
3	86.250,81	97.704,92	103.500,97	5.796,05	0,327204	1.896,49	0,326866	1.894,53
4	89.596,68	101.495,12	107.516,02	6.020,90	0,225471	1.357,54	0,225161	1.355,67
5	93.058,64	105.416,83	111.670,37	6.253,54	0,155369	971,60	0,155101	969,93
6	96.652,04	109.487,43	115.982,45	6.495,02	0,107062	695,37	0,106841	693,94
7	100.392,82	113.724,98	120.471,38	6.746,40	0,073775	497,72	0,073597	496,52
8	104.261,55	118.107,48	125.113,86	7.006,38	0,050837	356,18	0,050697	355,20
9	108.274,14	122.652,95	129.928,97	7.276,02	0,035031	254,89	0,034923	254,10
10	112.447,05	127.380,02	134.936,47	7.556,44	0,024139	182,41	0,024056	181,78
SUMATORIAS						12.563,99		12.550,35
INVERSIÓN INICIAL						12.550,55		12.550,55
VAN						13,44		-0,19

Fuente: Tabla 63

Elaboración: La Autora

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

$$NTIR = 45,12 + 0,05 \left(\frac{13,44}{13,44(-14,52)} \right)$$

$$NTIR = 45,12 + 0,05 \left(\frac{13,44}{13,63} \right)$$

$$NTIR = 45,12 + 0,05 (0,99)$$

$$NTIR = 45,17\%$$

TIR DEL PROYECTO = 82,19%

1) DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
DIF. TIR.= 82,19% - NUEVA TIR	% VAR. = (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	Sensibilidad=%VAR ÷ N TIR
DIF. TIR.= (82,19 – 45,17)%	% VAR.= (37,02% ÷ 82,19%)*100	Sensibilidad= 45,04% ÷ 45,17%
DIF. TIR.=37,02%	% VAR.= 45,04%	Sensibilidad = 0,99712

Análisis

En el presente proyecto se considera que el porcentaje máximo en el incremento de los costos que podrá soportar la empresa para obtener flujos netos positivos es de 13,28%, con este valor se obtiene una sensibilidad 0,99712 que es menor que uno que quiere decir que el proyecto no es sensible a esta variación.

Tabla 69: Análisis de sensibilidad con disminución del 11,07% en los ingresos

Periodo	Ingreso total original	Ingreso decrementado 11,07 %	Costo total original	Flujo neto	Actualización			
					Fact. Actualiz.	VAN menor	Fact. Actualiz.	VAN mayor
					45,12%		45,17%	
0								
1	95.936,54	85.316,37	79.947,12	5.369,25	0,689085	3699,86807	0,688848	3698,594
2	99.647,25	88.616,30	83.039,38	5.576,92	0,474838	2648,13565	0,474511	2646,312
3	103.500,97	92.043,41	86.250,81	5.792,60	0,327204	1895,36153	0,326866	1893,404
4	107.516,02	95.614,00	89.596,68	6.017,31	0,225471	1356,73033	0,225161	1354,862
5	111.670,37	99.308,46	93.058,64	6.249,82	0,155369	971,02643	0,155101	969,3554
6	115.982,45	103.143,19	96.652,04	6.491,15	0,107062	694,957275	0,106841	693,5224
7	120.471,38	107.135,20	100.392,82	6.742,38	0,073775	497,419071	0,073597	496,221
8	125.113,86	111.263,75	104.261,55	7.002,21	0,050837	355,9727	0,050697	354,993
9	129.928,97	115.545,84	108.274,14	7.271,69	0,035031	254,735822	0,034923	253,9473
10	134.936,47	119.999,00	112.447,05	7.551,94	0,024139	182,299751	0,024056	181,6728
						12.556,51		12.542,88
						12.550,55		12.550,55
						5,96		-7,66

Fuente: Tabla 63

Elaboración: La Autora

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

$$NTIR = 45,12 + 0,05 \left(\frac{5,96}{5,96(-7,66)} \right)$$

$$NTIR = 45,12 + 0,05 \left(\frac{5,96}{13,62} \right)$$

$$NTIR = 45,12 + 0,05(0,44)$$

$$NTIR = 45,14\%$$

TIR DEL PROYECTO = 82,19%

1) DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
DIF. TIR.= 82,19% - NUEVA TIR	% VAR. = (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	Sensibilidad=%VAR ÷ N TIR
DIF. TIR.= (82,19 - 45,14%)	% VAR.= (37,05% ÷ 82,19%)*100	Sensibilidad=45,07% ÷ 45,14%
DIF. TIR.= 37,05%	% VAR.= 45,07%	Sensibilidad = 0,998449

Análisis:

En el presente caso se considera que el porcentaje en la disminución de los ingresos que podría soportar la empresa para obtener flujos netos positivos puede de 11,07%. Con este porcentaje se obtiene una sensibilidad 0.998 que es menor que uno que quiere decir que el proyecto no es sensible a esta variación.

En referencia al cuarto objetivo específico se estableció: **Determinar el impacto ambiental y social que ocasionara con la creación de la microempresa**, para efecto del tal se realizó un análisis sobre los aspectos a considerarse para evitar la contaminación ambiental y social con la creación de la microempresa productora de mochilas.

IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Impacto ambiental

Las fabricaciones del producto serán efectuadas de la mejor manera posible evitando la contaminación, para preservar el medio ambiente, ya que en la actualidad es importante salvaguardar y atesorar el ecosistema.

Para poder determinar los impactos que tendrá el presente proyecto de inversión al medio ambiente, es necesario levantar una matriz para ello es necesario establecer la valoración numérica.

Tabla 70: Matriz de valoración de impactos

Valoración cuantitativa	Nivel de impacto
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	Impacto indiferente
-1	Impacto bajo negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto alto negativo

Fuente: Matriz de impacto

Elaborado por: La Autora

Con la valoración cuantitativa antes expuesta se procede a levantar la matriz para conocer el impacto que tendrá la creación de una

microempresa productora y comercializadora de mochilas en el cantón Paquisha, provincia de Zamora Chinchipe.

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma \text{ de la calificación de los indicadores}}{\text{Número de indicadores estudiados}}$$

Impacto Ambiental.

Tabla 71: Matriz de Impacto Ambiental

Indicadores	Impacto							Total
	Alto Positivo	Medio Positivo	Bajo Positivo	Indiferente	Bajo Negativo	Medio Negativo	Alto Negativo	
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Manejo de desperdicios de la fabricación de mochilas					X			-1
Contaminación del aire					X			-1
Contaminación de transporte					X			-1
Total	-	-	-	-	3	-	-	-3

Fuente: Matriz de impacto

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma \text{ de la calificación de los indicadores}}{\text{Número de indicadores estudiados}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{-3}{3}$$

Nivel de impacto = **-1** Bajo negativo

Se puede observar que la calificación es bajo negativo, ya que se establecerán aspectos para poder mitigar cualquier impacto ambiental que pudiere ocasionar la fabricación de mochilas tales como:

- Establecer técnicas que permitan disminuir errores durante el proceso de transformación del producto.
- Utilizar las piezas restantes de los cortes del molde
- Reutilizar los residuos que no pueden ser utilizados para el producto final.

Impacto social

Tabla 72: Matriz de Impacto Social

Indicadores	Impacto						Total	
	Alto Positivo	Medio Positivo	Bajo Positivo	Indiferente	Bajo Negativo	Medio Negativo		Alto Negativo
	3	2	1	0	-1	-2		-3
Generación de Empleo	X						3	
Estabilidad Laboral			X				1	
Mejoramiento de la calidad de vida	X						3	
Total	6		1	-	-	-	7	

Fuente: Matriz de impacto

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma \text{ de la calificación de los indicadores}}{\text{Número de indicadores estudiados}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{7}{3}$$

Nivel de impacto = 2.33 Alto positivo.

Con los resultados obtenidos se puede evidenciar que el resultado es positivo por lo cual se deduce que es factible la creación de la microempresa en el cantón Paquisha.

h. CONCLUSIONES

Al finalizar el trabajo investigativo se determinó las siguientes conclusiones:

- Al realizar el estudio de mercado se pudo conocer que la demanda efectiva de las mochilas es de 1.656; así también se pudo determinar la oferta existente en el Cantón Paquisha fluctúa en 284; el mismo que permitió determinar la demanda insatisfecha de 1.372.
- La planta producirá contará con una capacidad instalada de 2.340 mochilas anuales; se utilizará el 80% de la capacidad instalada para el primer año dando un total de 1.872 unidades. Se ubicará en el Cantón Paquisha en la Avenida Iván Riófrio entre Jaime Toldos Aguilera y Pio Jaramillo Alvarado.
- La microempresa productora y comercializadora de mochilas estará constituida legalmente y su razón social será Mochilas Mary, constará con un departamento de gerencia, secretaria-contadora, de producción y de ventas, cada área tiene establecido un manual de funciones necesario para llevar a cabo el desarrollo y buen funcionamiento del negocio.
- Para desarrollar el proceso productivo de la microempresa de mochilas se lo efectuará de la mejor manera posible evitando la

contaminación, para preservar el medio ambiente; además el presente proyecto permitirá el fomentar un desarrollo socio-económico en el Cantón Paquisha.

- En referencia al costo total que tendrá el proyecto para el primer año es de 79.947,12 dato que se lo infiere para la unidad de producción que es de 1.872 resultado que permite determinar el precio unitario de cada mochila serán de \$42,71 dólares, el mismo que se añade un valor de rentabilidad del 20% lo que da un precio de venta al público de \$51,25. Lo cual se lo multiplica por las unidades de producción lo que da un total de ingresos de \$95.936.54 dólares americanos.

- Mediante la evaluación financiera se pudo obtener un VAN de \$ 46.990.75, la TIR es de 82.19%; la Relación Beneficio Costo es de 1.20, la inversión se recuperará en 1 año 3 meses y 7 días y el análisis de sensibilidad tendrá el 13,28% en incremento en costos y una disminución del 11,07% en ingresos.

i. RECOMENDACIONES

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

- Es conveniente la ejecución de la propuesta de proyecto de inversión debido a que no existe mucha oferta y existe una considerada demanda insatisfecha del producto que se encuentra en el mercado.
- Se sugiere aprovechar el máximo de la capacidad instalada con la finalidad de poder obtener la mayor rentabilidad posible que le permitirá mejorar la situación económica de la entidad a crearse, así como fomentar el desarrollo socioeconómico del sector.
- La contratación del personal para la empresa debe realizarse de manera técnica, es decir aplicando estrategias de selección logrando de esta forma el mejor desempeño de los empleados en las diferentes áreas de trabajo que conforma la microempresa de Mochilas Mary.
- Se recomienda aplicar estrategias para reducir el impacto ambiental que produjera la implementación de la microempresa fabricante de mochilas como es la reutilización de los materiales que permitan controlar la contaminación en el medio ambiente.

- La implementación del presente proyecto es rentable desde el punto de vista financiero, tal como se lo demuestra matemáticamente, aclarando que esto dependerá parte de una buena administración del negocio.

- Al establecerse que el proyecto es factible de ejecutarse se recomienda ponerlo en ejecución, dada su alta rentabilidad para la inversionista y el aporte que tendrá en el desarrollo del sector terciario del Cantón Paquisha.

j. BIBLIOGRAFÍA

- Antón, C. (2011). *Ingeniería del proyecto*.
- Barbosa, E. F., & Guimaraes, d. M. (2013). *Proyectos Educativos y Sociales: Planificación, gestión, seguimiento y evaluación*. Madrid: Narcea S.a.
- Campoy, D. M. (2007). *Como gestionar y planificar un proyecto en la empresa : Tecnicas y métodos para el éxito de unproyecto empresarial*. España: Ideaspropias .
- Canada, J. (2011). *Tecnicas de análisis economico para admnsitradores*. México, México.
- Carmelo, L. G., Romero, H. M., Ruiz, M., & Suárez, F. (2015). *Evaluación Socioeconómicas y financieras de Política Públicas*. España: Septem.
- Caro, R. E. (2012). *Administración moderna*.
- Cebrián, G. R., & Olmos, J. L. (2011). *Estructura del Mercado Turístico*. Paraninfo.
- Cedeña, C. (09 de 08 de 2013). *Tipos de mochilas y los beneficios de cada una* . Obtenido de <http://www.enfemenino.com/bienestar/mejores-mochilas-escolares-d52843c607208.html>
- Chicaetc. (02 de 07 de 2014). *Especial de Mochilas: diferentes materiales*. Obtenido de <http://www.chicaetc.com/especial-de-mochilas-diferentes-materiales/>
- Chorro, M. (2010). *Financiamiento a la inversión de las pequeñas y medianas empresas*. Santiago de Chile : Naciones Unidas CEPAL.
- Corral, M. (2015). *Gestión Ambiental*.
- Cortés, C. (2015). *El Reglamento Interno*.
- Cruz, P. (2012). *Flujogramas en la Gestión de Proyectos*.
- Economica, E. (2012).
- Ecured. (2015). <http://www.ecured.cu/Mochila>. Obtenido de <http://www.ecured.cu/Mochila>
- Erossa, V. (2010). *Proeyctos de inversión en ingeniera*. México: EDIC.
- García, C. M. (2014). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. España: IC Editorial .

- Garcia, R. (2016). *Punto de equilibrio*.
- Gil, E. M., & Giner, d. I. (2013). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid: ESIC.
- Gomez, A. (2016). *Estudio de impacto ambiental*.
- Gómez, C. W. (2012). *Prácticas empresariales*. Bogota: ECOE Ediciones.
- Gonzalez, N. M. (2014). Estudio de mercado - Análisi de la Deamnda. *Preparaciòn y Evalauciòn de Proyectos*, (pág. 45).
- Gonzalez, R. (2015). *Ciclo del Proyecto*. Perú.
- Grajales, G. (2010). *Estudio de mercado y comercialización*. España: Los Andes.
- Guerero, E. J. (2009). *Tamaño y localización de la Planta*. Universidad Metropolitana.
- Jimenez, S. (2013). *Derecho mercantil*.
- Kotler, P., Cámara, D., & Cruz, I. (2013). *Dirección de Marketing*. Prentice Hall.
- León, G. C., Romero, H. M., Ruiz, M. V., & Suárez, F. H. (2014). *Evaluación socioeconómica y financiera de políticas públicas*. España: Septem ediciones.
- Lerma, A., & Márquez, E. (2011). *Comercio y marketing*. México: ECOE.
- Lexicoom. (2016). *Definicion de mochila*. Obtenido de <http://lexicoon.org/es/mochila>
- Lira, B. P. (2013). *Evaluación de proyectos de inversión. Herramientas financieras para analizar la creación de valor*. Perú : Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- López, F. (2009). *La empresa, explicada de forma sencilla. Todo lo que tienen que saber para no sentirse perdido en el mundo de la empresa*. Barcelona- España: Libros de cabecera S.L.
- Macroeconomía. (s.f.). http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA_EFECTIVA.htm.
- Martinez, B. (11 de 04 de 2011). Estudio Técnico de Poryectso. Universidad de Atlantico.
- Medina, H., & Correa, A. (2011). *Como evaluar un proyecto empresarial una visión clara*. Madrid: Diaz de Santos.
- Meza, O. J. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos* . Bogotá: ECOE Ediciones.

- Montoya, J. (2016). *Costos fijos y variables*.
- Parra, M. E. (2013). Un apoyo en la estructura organizacional.
- Perez, J. (2012). *Enciclopedia Económica*. Madrid.
- Perez, L. (2010). *Administración de finanzas* .
- Pizarro, V. (2011). *Costos para los negocios*.
- Reyes, C. J. (2012). Proyectos de Inversión. *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, (pág. 91).
- Ricaldi Guere, J. C. (2013). *Financiamiento*.
- Rodriguez, J. (2016). *Manual de funciones en la empresa*. España.
- Romero, M. A. (2015). *Contabilidad*.
- Rubira, A. (17 de 03 de 2013). Demanda Potencial y Mercado Meta. Bogotá, Colombia.
- Sabales, M. (2010). *Macro economía*. España.
- Sánchez, E. Ó., Herrero, D. R., & Hortiguera, V. M. (2010). *Técnicas administrativas básicas de oficina* . Madrid-España: Paraninfo .
- Stanton, W., & Etzel, M. (2015). *Fundamentos de marketing*. MacGraw Hill.
- Torres, E. (2013). <http://negociosyemprendimiento.com/plan-de-comercializacion/>. Obtenido de <http://negociosyemprendimiento.com/plan-de-comercializacion/>.
- Varela. (2011). *Factibilidad y Viabilidad*.
- Vásquez, R. (2015). *Depreciación*.
- Villafuerte, K. (2015). *Evaluación de impacto social* .
- Viscarri, C. J., Mas, M. M., & Pinto, R. B. (2010). *Los pilares del Marketing*. Barcelona: Univ. Politéc. de Catalunya.

k. ANEXOS

Anexo 1: Ficha de resumen de proyecto

a. Tema

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOCHILAS EN EL CANTÓN PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE PARA EL AÑO 2016”

b. Problemática

En el Ecuador la actividad textil constituye una importante fuente generadora de empleo, demanda mano de obra no calificada y es además una industria integrada que requiere insumos de otros sectores como el agrícola, ganadero, industria de plásticos, industria química.

Dentro del ámbito textil se encuentra la elaboración de mochilas siendo esta una actividad económica que ha tenido un gran aporte debido al beneficio que ha tenido desde la prehistoria para transportar artículos, enseres, entre cosas, cuando tenían que desplazarse de un lugar a otro.

En la actualidad han evolucionado desde su capacidad, diseño, contextura y calidad, las cuales son adaptables a la anatomía de la humanidad, donde el tamaño está en relación al uso destinada.

Las mochilas son consideradas herramientas fundamentales para niños, estudiantes y personas en general que hacen uso de estas para

transportar útiles académicos o cualquier artículo en general; por un periodo largo, ya que al ser cargados en los hombros son fáciles y cómodos de llevar.

En el cantón Paquisha se puede apreciar que existen mochilas en el mercado de diferentes tipos de contextura, material que no satisfacen en su totalidad las necesidades de los demandantes, ya que buscan que este producto sea de calidad con diseños innovadores y a un costo económico, con ello se puede apreciar la incomodidad e insatisfacción por el producto, debido que en el sector no existen empresas que se dediquen a la confección y son poco los negocios que comercializan el producto a un precio elevado..

Por lo consiguiente el principal problema que existe en el Cantón Paquisha es que no cuentan con empresa industriales; es decir que se fabrique en el mismo sector productos como son las mochilas que sean estas de calidad que cumplan con las necesidades requerimientos de los clientes, causa de ello son los precios elevado con lo que se comercializan.

Se ha creído conveniente desarrollar el presente trabajo denominado " PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOCHILAS EN EL CANTÓN PAQUISAHA "

Con el desarrollo del trabajo investigativo se podrá realiza un estudio que permitirá consolidar la factibilidad de crear la microempresa

productora de mochilas en el cantón Paquisha, ya que en la actualidad existen ciertos negocios que no efectúan un estudio previo para su implementación en el mercado, lo que ocasiona que la empresa se encuentre mal constituida, no exista una inversión adecuada y aún más conlleve al quiebre de la misma.

Además, con la creación de la microempresa se busca que las mochilas reúnan todas las condiciones y necesidades de los clientes a precios económicos con diseños innovadores en el Cantón Paquisha, además promover la productividad en este cantón, ya que carecen de empresa productora y comercializadoras que beneficien la económica de este sector.

c. Justificación

La presente investigación de proyecto se lo justificará en los siguientes aspectos:

c.1. Académica

La Universidad Nacional de Loja, como institución educativa, afianza la investigación social, y el aporte que podemos dar a la sociedad como estudiantes con el desarrollo de proyectos, donde se permita reforzar los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias, en la carrera de administración de empresas, el mismo que será el principal protagonista para la obtención del título profesional en Ingeniería Comercial, además servirá de consulta y apoyo para otros investigadores.

c.2. Social

El proyecto está orientado a enfrentar nuevos retos en el Cantón Paquisha creando una micro empresa que generará utilidades, el cual sin duda aportará con el desarrollo comercial y social, ofreciendo calidad en sus productos, agilidad y cordialidad, obteniendo, así como resultados satisfacción de los clientes.

c.3 Económica

En tanto el proyecto tiene una importancia altamente considerable, ya que el mismo contribuirá con aspectos económicos en vista que los mercados se continúan haciendo día a día más competitivos, aplicar los conocimientos necesarios y tomaré en cuenta que el hacer negocios nuevos implica adquirir la suficiente apertura mental como para quebrar la mayoría de modelos rígidos a los que estamos acostumbrados y así mejorará la economía en nuestros cantones.

d. Objetivos.

d.1. Objetivo General:

- Determinar la factibilidad comercial de crear una microempresa productora y comercializadora de mochilas en el Cantón Paquisha, Provincia de Zamora Chinchipe.

d.2 Objetivos Específicos:

- Evaluar la demanda local de mochilas en el Cantón Paquisha, a

través de un estudio de mercado.

- Establecer la viabilidad técnica de la propuesta a través del estudio técnico correspondiente.
- Diseñar la estructura organizacional y proponer un manual orgánico funcional a través del estudio administrativo y legal.
- Determinar el impacto ambiental y social que ocasionara con la creación de la microempresa.
- Elaborar un estudio de ingresos y gastos del proyecto a través del estudio financiero.
- Evaluar económica y financieramente la propuesta presentada en el presente proyecto de inversión.

e. Metodología

f.1. Materiales

Entre los materiales que se harán uso para realizar el presente trabajo tenemos:

- ✓ Computadora
- ✓ Calculadora
- ✓ Cartucho de tinta
- ✓ Esferos
- ✓ Hojas de papel boom
- ✓ Internet

f.2. Métodos

Los métodos que se utilizaran para el desarrollo de la presente investigación se detallan a continuación:

f.2.1. Método Inductivo

Este método servirá para poder identificar la existencia de microempresas competidoras que se dediquen a la producción y comercialización de mochilas en el cantón Paquisha, para ello vamos a utilizar la técnica de la entrevista y a la observación permitiéndonos de esta manera cumplir con los objetivos planteados.

f.2.2. Método deductivo

Se utilizará el método deductivo para obtener datos de carácter general y llegar a conclusiones de carácter particular, necesarias en la revisión de literatura y posterior en la aplicación de la práctica.

f.2.3. Método analítico

Se aplicará el presente método en el estudio de mercado para analizar e interpretar los datos obtenidos de la encuesta; además ser utilizado en el estudio técnico donde se detallará el proceso para la elaboración de las mochilas.

f.2.4. Método estadístico

El método estadístico servirá para la elaboración de cuadro y gráficos estadísticos resultados de la tabulación de las encuestas; así como en la aplicación de los diversos indicadores que permitirán determinar la viabilidad del proyecto.

f.3. Técnicas

En el presente proyecto se utilizará las siguientes técnicas

f.3.1. Observación directa

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, el mismo que se utilizara para efectuar visitas a lugares donde se comercializan las mochilas, y con ello poder obtener información relevante sobre la oferta existente en el cantón Paquisha.

f.3.2. Encuesta

Se aplicará encuestas con preguntas estratégicas a los habitantes del Cantón Paquisha, que permitirá recolectar información de la oferta y demanda para determinar la muestra se utilizará la fórmula; y servirá para verificar el cumplimiento de los objetivos específicos.

f.4. Población y Muestra

Para determinar la población del Cantón Paquisha, fue necesario recurrir al Censo Poblacional realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo en el año 2010, donde se establece que la población

la Población Económicamente Activa (PEA) es de 1.613 habitantes, la que fue proyectada con una tasa de crecimiento poblacional de 1.75%; la cual fue tomada en referencia a la tasa de crecimiento de la provincia de Zamora Chinchipe.

Datos

Tabla N° 1

Población de Paquisha	habitantes
Tasa de crecimiento anual	1,75%
Tasa margen de error	5%
Años de vida útil	5 años
Ano base	2016

Elaborado por: La autora
Fuente: INEC 2010

Fórmula para la proyección de la población

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

Dónde:

Pf = Población Final

Po= Población Inicial

I = Tasa de crecimiento poblacional

N = Número de años

$$p = P_o(1 + i)^n$$

$$P = 1.613(1 + 1,75\%)^1$$

$$P = 1.613(1 + 0,0175)^1$$

$$P = 1.641 \text{ año } 2011$$

Tabla N° 2

AÑO	POBLACIÓN TOTAL
2010	1.613
2011	1.641
2012	1.670
2013	1.699
2014	1.729
2015	1.759
2016	1.790
2017	1.821
2018	1.853
2019	1.886
2020	1.919
2021	1.952

Elaborado por: La autora
Fuente: INEC 2010

Con este resultado aplicamos la fórmula para determinar la muestra.

Fórmula para obtener la muestra

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

Dónde:

M= Muestra

N= Número de población

1= Constante

e (2)= margen de error:

Aplicando la fórmula

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

$$M = \frac{1.790}{1 + 1.790(5\%)^2}$$

$$M = \frac{1.790}{1 + 1.790(0,0025)}$$

$$M = \frac{1.790}{5.475}$$

$$M = 327$$

Aplicando la formula correspondiente y con la proyección para el año 2016 nos da como resultado que se debe aplicar 327 encuestas en la población de Paquisha.

Población de oferta

Para determinar la oferta del presente trabajo investigativo se tomó en consideración los datos obtenidos de la comisaria municipal del Cantón Paquisha, donde determina que existen cuatro locales comerciales que se dedican a la venta de mochilas. Para certificación del mismo ver en el anexo (2) del presente proyecto de investigación.

Anexo 2: Tasa de crecimiento Población Económicamente Activa (PEA)



Anexo 3: Población de estudio de oferta

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DE PAQUISHA**
COMISARIA MUNICIPAL

AB. EDGAR VIÑAN MERINO, EN CALIDAD DE COMISARIO MUNICIPAL DEL CANTÓN PAQUISHA,
a los nueve días del mes de mayo de 2016;

CERTIFICO:

Que, como conocedor de las actividades económicas dentro del cantón Paquisha existen diferentes locales comerciales, dentro de ello tenemos cuatro locales donde se dedican a la venta de mochilas.

Lo certifico en honor a la verdad.

Autorizo a la interesada para que haga uso legal del presente.


Ab. Edgar Efrén Viñan Merino
COMISARIO DEL GADM PAQUISHA



Anexo 4: Cuestionario para encuesta a la demanda

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA ENCUESTA A
DEMANDANTES

Señor (a)

Nos encontramos realizando una encuesta para conocer la demanda Mochilas en el cantón Paquisha, para ello solicitamos nos proporcione la siguiente información, misma que será manejada con estricta confidencialidad por lo que le pedimos contestar con la mayor precisión.

1. ¿Usted utiliza mochilas?

Si ()

No ()

2. ¿Con que frecuencia compra las mochilas?

Trimestralmente ()

Semestralmente ()

Anualmente ()

3. ¿Qué tipo de mochilas adquiere con frecuencia?

Tipo clásica ()

Mochila con rueda ()

Bandolera ()

4. ¿Qué cantidad de mochilas adquiere usted al año?

1 a 2 unidades ()

3 a 4 unidades ()

5. ¿Usted qué opina de la calidad de las mochilas que ha comprado?

Excelente ()

Buena ()

Mala ()

6. ¿Cuál es el precio que usted paga por cada mochila?

\$10 a \$15 dólares ()

\$16 a \$20 dólares ()

\$21 a \$30 dólares ()

\$31 a \$40 dólares ()

7. ¿De crearse una microempresa productora y comercializadora de mochilas en el Cantón Paquisha, usted estaría dispuesto a adquirir el producto?

Si ()

No ()

8. ¿Usted como desearía que sea el tamaño de las mochilas?

Pequeñas ()

Medianas ()

Grandes ()

9. ¿Qué es lo que toma en consideración al momento de comprar una mochila?

Tamaño ()

Color ()

Logotipo ()

Calidad

10. ¿Cuál es el medio de comunicación que le gustaría que se de conocer las mochilas?

Radio ()

TV ()

Prensa escrita ()

Otros ()

11. ¿Le gustaría que la microempresa ofrezca promociones?

Si ()

No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 5: Cuestionario para encuesta a la Oferta



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CUESTIONARIO PARA ENCUESTA A OFERENTES**

Encuesta dirigida a la oferta de mochilas.

Señor (a)

Nos encontramos realizando una encuesta para conocer en la oferta y demanda de mochilas en el cantón Paquisha, para ello solicitamos nos proporcione la siguiente información, misma que será manejada con estricta confidencialidad por lo que le pedimos contestar con la mayor precisión.

1. ¿Cuánto tiempo se encuentra en el mercado?

De 6 meses a 1 año ()

De 1 año y un mes a 2 año ()

De 2 año y un mes a 3 año ()

De 3 año y un mes a 4 año ()

2. ¿Qué cantidad de mochilas vende mensualmente?

10 a 20 unidades ()

21 a 40 unidades ()

41 a 60 unidades ()

61 a 80 unidades ()

3. ¿A qué precio comercializa las mochilas?

\$10 a \$15 dólares ()

\$16 a \$20 dólares ()

\$21 a \$30 dólares ()

\$31 a \$40 dólares ()

4. ¿Qué tipo de mochilas comercializa con mayor frecuencia?

Tipo clásica ()

Mochila con rueda ()

Bandolera ()

5. ¿Qué medio publicitario utiliza su empresa?

Radio ()

TV ()

Prensa escrita ()

Ninguno ()

6. ¿Realiza promociones en su empresa?

Si ()

No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 6: Rol de pagos

ROL DE PAGOS DE MANO DE OBRA DIRECTA								
No.	CARGO	REMUNERACION	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	TOTAL DE INGRESOS	TOTAL NETO A RECIBIR POR MES
1	Obrero	375,00	31,25	31,25	15,63	45,5625	498,69	498,69
TOTAL MENSUAL								498,69
TOTAL ANUAL								5.984,25

ROL DE PAGOS DE MANO DE OBRA INDIRECTA								
No.	CARGO	REMUNERACIÓN	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	TOTAL DE INGRESOS	TOTAL NETO A RECIBIR POR MES
1	Jefe de producción	450,00	37,50	31,25	18,75	54,675	592,18	592,18
1	Conserje	400,00	33,33	31,25	16,67	48,6	529,85	529,85
1	Guardián	400,00	33,33	31,25	16,67	48,6	529,85	529,85
TOTAL MENSUAL								1.651,88
TOTAL ANUAL								19.822,50

ROL DE PAGOS PERSONAL ADMINISTRATIVO								
No.	CARGO	REMUNERACION	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	TOTAL DE INGRESOS	TOTAL NETO A RECIBIR POR MES
1	Gerente	600,00	50,00	31,25	25,00	72,9	779,15	779,15
1	Contadora	500,00	41,67	31,25	20,83	60,75	654,50	654,50
								1.433,65
TOTAL ANUAL								17.203,80

ROL DE PAGOS PERSONAL DE VENTA								
No.	CARGO	REMUNERACION	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	TOTAL DE INGRESOS	TOTAL NETO A RECIBIR POR MES
1	Vendedor	375,00	31,25	31,25	15,63	45,5625	498,69	498,69
								498,69
TOTAL ANUAL								5.984,25

INDICE

CARATULA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	5
c. INTRODUCCIÓN	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS	51
f. RESULTADOS	57
g. DISCUSIÓN	73
h. CONCLUSIONES	154
i. RECOMENDACIONES	156
j. BIBLIOGRAFÍA	158
k. ANEXOS	161
ÍNDICE	180