



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
BOLSOS Y FALDAS PERSONALIZADOS CON MATERIAL
RECICLABLE DE JEAN EN LA CIUDAD DE LOJA”.**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERA
COMERCIAL**

Autora:

Gabriela Alexandra Zaragocín Martínez

Director:

Ing. Pedro Piedra García

Loja – Ecuador

2012

CERTIFICACIÓN

Ing. Pedro Piedra

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICA:

Haber realizado la dirección del trabajo de investigación de tesis denominado **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de bolsos y faldas personalizados con material reciclable de jean en la ciudad de Loja”**, de la estudiante Gabriela Alexandra Zaragocín Martínez, el mismo que cumple con los requerimientos técnicos y académicos para su presentación y sustentación.

Ing. Pedro Piedra García

DIRECTOR DE TESIS

AUTORIA

Los conceptos, contenidos y citas expresadas en la presente tesis son de absoluta responsabilidad de la autora

Gabriela Alexandra Zaragocín Martínez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a la Virgen María porque gracias a ellos, pude guiar mi vida cada día y culminar esta tesis. A mis padres por su amor y apoyo incondicional.

Al Ing. Oscar Gómez por la ayuda brindada y me facilitó la información para el logro de mi objetivo.

Al Ing. Pedro Piedra, cuyo aporte y orientación permitió desarrollar el trabajo a cabalidad.

A mis compañeros de la Universidad Nacional de Loja por su continuo y afectuoso aliento.

A todas las personas e instituciones, cuyos aportes han sido posibles para la elaboración de este trabajo, por su incondicional apoyo y colaboración.

La Autora

DEDICATORIA

Dedico a Dios Todo poderoso por darme vida y por ser mi maestro en el diario vivir.

El presente proyecto lo dedico a mi padre Bolívar, por la ayuda incondicional, amor y apoyo brindado a lo largo de la elaboración del presente trabajo y a lo largo de toda mi vida.

A mi madre Judith, por la paciencia, comprensión, por el tiempo, por el amor y por ser mi compañera y amiga.

A mis hermanos Javier, Diego y Alison por apoyarme y ser mi fuente sólida para avanzar junto a ellos.

Gabriela Alexandra Zaragocín Martínez

a. TÍTULO:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
BOLSOS Y FALDAS PERSONALIZADOS CON
MATERIAL RECICLABLE DE JEAN EN LA
CIUDAD DE LOJA”.**

b. RESUMEN

2. RESUMEN

Este trabajo de tesis se realizó con el objetivo de conocer si la implementación de esta empresa productora y comercializadora de bolsos y faldas con material reciclable de jean además de contribuir e incentivar al reciclaje de este material e impulsar a la industria de la confección en la ciudad de Loja.

Para esto se realizó la respectiva investigación del cual se pudo conocer que los bolsos y faldas con material reciclado de jean que dentro de la ciudad de Loja si tienen interés para adquirir estos productos.

La empresa estará ubicada en la provincia de Loja cantón Loja; en dónde se encuentran las condiciones adecuadas, maquinaria, materia prima e insumos utilizadas en esta empresa.

Se analizó la factibilidad de instalar una empresa productora de bolsos y faldas con material reciclado de jean, lo cual se lo realizó de acuerdo a los 4 objetivos propuestos del proyecto como son: el estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional.

Antes de comenzar el desarrollo se contextualizó el estudio, en la introducción se describió y suministro brevemente un enfoque de cómo se preparó el estudio en general, se realizó un bosquejo de lo que será el documento para que el lector lo pueda comprender.

En el proceso de desarrollo del estudio se realizaron objetivos que sirvieron para anticipar los resultados de conocimiento que se esperaba obtener al finalizar el proceso de investigación. Para cumplir con los objetivos propuestos se aplicaron métodos y técnicas para facilitar la investigación y a que se cumplan con los objetivos.

En el estudio de mercado se desarrolló la investigación en las etapas que guían al proyecto desde la concepción, cuantificación de la demanda, oferta, demanda potencial insatisfecha en dónde se utilizó el método de la encuesta y entrevista aplicadas a las mujeres de 12 a 50 y a los dueños de las boutiques, en dónde mostró las posibilidades de entrar al mercado así como la

comercialización de los productos, el análisis del precio con el cual podrán adquirirlo. Los datos obtenidos fueron aplicados en los resultados.

En el estudio técnico se enfocó principalmente en la localización de la planta y los factores para llevar a cabo un producto de calidad, los elementos a considerar como son: capacidad de la planta, distribución de las áreas, descripción del proceso, selección del equipo y materiales y mano de obra.

Se desarrolló el análisis financiero de la instalación de la empresa productora y comercializadora de bolsos y faldas con material reciclado de jean que a través de herramientas contables financieras se dio a conocer la situación económica y también la inversión inicial en dónde se pudo visualizar una inversión a corto plazo que se dispuso mediante una evaluación financiera con resultados óptimos que pudo comprobar que si genera rentabilidad.

Se desarrolló un estudio organizacional en dónde se presentó una estructura organizacional en dónde se expuso un modelo de organigrama que describe los niveles jerárquicos, departamentos y las funciones del personal que desempeñarán los respectivos cargos, además de como se la constituyó a la empresa, el mismo que permitió visualizar de forma clara y precisa el enfoque que tiene la empresa.

Para finalizar se realizó las conclusiones que se presentaron sin argumentación y en forma resumida, los resultados del análisis efectuados en torno al tema, así mismo se plasmaron las recomendaciones en base a las conclusiones.

SUMMARY

This thesis was carried out in order to know if the implementation of this producer and marketer company of handbags and skirts with recyclable material of jean as well as contribute and encourage recycling this material and promote the industry of clothing industry in the city of Loja.

For this was the investigation of which if you have interest to acquire these products could know that bags and skirts with recycled jean than within the city of Loja.

The company will be located in Loja Canton in Loja province. where are the right conditions, machinery, raw materials and inputs used in this company.

The feasibility of installing an undertaking producing handbags and skirts with recycled material by jean, was analyzed which carried it according to the 4 objectives of the project are: the study of market, technical, financial and organizational.

Before starting the development contextualizó the study, described in the introduction and briefly supply an approach on how prepared the study in general, was made a sketch of what will be the document so that the reader can understand it.

In the process of development of the study were goals that served to anticipate the results of knowledge that is expected to earn at the end of the research process. To comply with the proposed objectives methods and techniques were applied to facilitate research and to meet the objectives.

On the study of market developed research in phases that guide the project from conception, quantification of demand, offer, potential unmet demand where was used the method of survey and interview applied to women from 12 to 50 and the owners of boutiques, where showed the possibilities of entering the market as well as the marketing of products, the analysis of the price with which you can acquire it. The data obtained were applied in the results. In the technical study focused primarily on the location of the plant and the factors to carry out a quality product, the elements to be considered are:

capacity of the plant, distribution areas, description of the process, selection of equipment and materials and workmanship.

Developed financial analysis of the installation of the company producer and marketer of handbags and skirts with recycled jean than through tools accounting financial was unveiled the economic situation and the initial investment where you could display a short-term investment that was arranged through a financial evaluation with results that could verify that it generates profitability.

An organizational study was developed where was presented in an organizational structure where exhibited a model of organizational structure that describes the hierarchical levels, departments and staff functions that will play the respective charges, in addition to as constituted it to the company, the same that allowed viewing of clearly and precisely the approach that the company has.

Finally carried out the conclusions which were submitted without argument and in summary form, the results of the analyses carried out on the theme, are also imprinted the recommendations based on the conclusions.

c. INTRODUCCIÓN

3. INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo de investigación se pretendió demostrar la factibilidad de la empresa productora y comercializadora de bolsos y faldas con material reciclado de jean para mujeres de 12 a 50 años, en un mercado como el de la ciudad de Loja.

Los siguientes productos tienen la finalidad de ser innovadores y que sean productos que revolucionen el mundo de la moda en productos hechos a base de materiales reciclados.

La idea surgió al ver que los jeans viejos que nadie les daba ningún uso y luego procedían a botarlos, estos podían servir para crear un producto muy innovador y ahí decidí trabajar con esa idea de los jeans viejos que nadie les daba un uso, y por ello dando diversas opiniones llegué a la conclusión de fabricar bolsos y faldas hechos a base de jeans viejos. Lo cual son productos hechos con material reciclado y que ayuda en una grata manera a conservar el medio ambiente y a la vez será un producto económico.

Para determinar la factibilidad del estudio, se lo representó en cuatro estudios estructurales (mercado, técnico, financiero y organizacional), donde se definió cada uno de los procedimientos para que la empresa se posicione en el mercado.

Se propone una revisión de literatura para proporcionar un contexto y una justificación de la investigación y una metodología donde se identificaron el tipo de investigación, la fuente de información y la muestra.

En el estudio de mercado se especificó el producto, se analizó la demanda en donde se aplicó una encuesta a las mujeres de entre 12 a 50 años de edad en base a una muestra de 397, también se analizó la oferta a través de una entrevista realizadas a los dueños de las boutiques, en donde se pudo comprobar con que producto se compite, así mismo como comparar los precios y comercialización.

En el estudio técnico se seleccionó el tamaño, se consolidó el flujo del proceso y se planteó los requerimientos de maquinaria, equipos y muebles de oficina los cuales se distribuyen teniendo en cuenta el tamaño de la planta.

El estudio financiero es dónde se convierte las variables del mercado y técnicas a valores monetarios, en este se consolidó el monto de la inversión que es de 9.605,48 USD en dónde el 58,36% corresponde al capital propio y 41,64% equivale al préstamo que se lo realizará en el Banco de Pichincha, también se conoció los costos y los ingresos del proyecto en dónde se comprobó que el proyecto es factible.

En el estudio organizacional se planteó las bases legales para el funcionamiento de la empresa, se propone el organigrama estructural, funcional y posicional, en dónde se describe los niveles jerárquicos y las funciones de la misma, además se analizó las funciones administrativas como son: la previsión, planeación, organización, dirección y control.

En conclusión se hizo posible este estudio en base al objetivo general que es demostrar la factibilidad de la empresa y en base también de los objetivos específicos.

d. REVISIÓN

DE

LITERATURA

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. Análisis del sector

Loja, situada en la parte oriental de la provincia de Loja, en el sur de Ecuador. Es la capital de la provincia y cantón homónimos. Loja tiene una rica tradición en las artes, y por esta razón es conocida como la Capital Musical y Cultural del Ecuador. Por su desarrollo y ubicación geográfica fue nombrada sede administrativa de la región sur o zona 7 comprendida por las provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe.

La economía de la provincia de Loja es la duodécima del país, experimentó un crecimiento promedio del 3.67% entre 2002 y 2007. Crecimiento que se ubicó por debajo del promedio nacional de 4.3% durante el mismo periodo.³ La inflación al consumidor de enero de 2009 estuvo situada alrededor del 0.60% en la ciudad de Loja, por debajo de la media nacional de 8.83, según el INEC.

Loja es la ciudad con mayor influencia sobre el PIB de la provincia homónima, de acuerdo con el estudio, efectuado por el Banco Central del Ecuador, en el 2007 la economía Lojana generó un PIB de 412.464 miles de dólares, lo que represento alrededor de 1,9 de la economía nacional.

"La población económicamente activa del cantón Loja, según el Censo, está dedicada mayoritariamente a la agricultura y ganadería (19%), seguida del comercio (17%) y por el grupo humano que está dedicado a la enseñanza (17%), el resto del porcentaje (30%) de la PEA está ubicado en actividades tales como construcción, administración pública, industrias manufactureras y transporte y comunicaciones".

La industria manufacturera es demasiado embrionaria en la Provincia de Loja. Una excepción de lo analizado constituye la empresa Malca o Monterrey, emplazada en el valle del Catamayo en el año 1963 y orientada a la producción de azúcar. Esta empresa agroindustrial, sigue siendo una de las más importantes de la provincia tanto desde el punto de vista del empleo como de las inversiones y de la producción que genera.

De acuerdo al Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, la mayoría de las industrias lojanas se enmarcan dentro de la pequeña industria,

siendo las más numerosas aquellas que se dedican a la industrialización de la madera (27%), y alimentos, bebidas y tabacos (22%).

"En los registros de la cámara de comercio de Loja se encuentran inscritos 1.100 diversos establecimientos de comercio dedicados a actividades como importación, exportación, servicios, manufactura, despensas, abarrotes, imprentas, agencias y representaciones entre otros".

4.2. Características del producto

4.2.1. Residuos orgánicos

Los residuos orgánicos son todos los que salen de cosas que alguna vez estuvieron vivas. Por ejemplo: papel, cartón, tela, etc. son residuos orgánicos, pero deben tratarse por separado para que puedan ser reciclados.

4.2.2. Reciclaje

El reciclaje es un proceso fisicoquímico o mecánico que consiste en someter a una materia o un producto ya utilizado a un ciclo de tratamiento total o parcial para obtener una materia prima o un nuevo producto. También se podría definir como la obtención de materias primas a partir de desechos, introduciéndolos de nuevo en el ciclo de vida y se produce ante la perspectiva del agotamiento de recursos naturales, macro económico y para eliminar de forma eficaz los desechos de los humanos que no necesitamos.

4.2.3. Cadena de reciclado

La cadena de reciclado posee varios pasos como lo siguiente:

- Origen: que puede ser doméstico o industrial.
- Recuperación: que puede ser realizada por empresas públicas o privadas. Consiste únicamente en la recolección y transporte de los residuos hacia el siguiente eslabón de la cadena.
- Plantas de transferencia: se trata de un eslabón o voluntario que no siempre se usa. Aquí se mezclan los residuos para realizar transportes mayores a menor costo (usando contenedores más grandes o más potentes).

- Plantas de clasificación (o separación): dónde se clasifican los residuos y se separan los valorizables.
- Reciclador final (o planta de valoración): dónde finalmente los residuos se reciclan (papeleras, plásticos, etc.), se almacenan (vertederos) o se usan para producción de energía (cementeras, biogás, etc.)

Para la separación en origen doméstico se usan contenedores de distintos colores ubicados en entornos urbanos o rurales:

- Contenedor amarillo (envases): En éste se deben depositar todo tipo de envases ligeros como los envases de plásticos (botellas, terrinas, bolsas, bandejas, etc.), de latas (bebidas, conservas, etc.)
- Contenedor azul (papel y cartón): En este contenedor se deben depositar los envases de cartón (cajas, bandejas, etc.), así como los periódicos, revistas, papeles de envolver, propaganda, etc. Es aconsejable plegar las cajas de manera que ocupen el mínimo espacio dentro del contenedor.
- Contenedor verde (vidrio): En este contenedor se depositan envases de vidrio.
- Contenedor gris (orgánico): En él se depositan el resto de residuos que no tienen cabida en los grupos anteriores, fundamentalmente materia biodegradable.
- Contenedor rojo (desechos peligrosos): Como celulares, insecticidas, pilas o baterías, aceite comestible o de autos, jeringas, latas de aerosol, etc.

4.2.4. Reciclaje de textiles y cueros

Los textiles y cueros procedentes de la recogida selectiva se separan por calidades (lana, algodón, fibras sintéticas...) y se desguazan para su comercialización como trapos industriales, previo lavado y desinfección.

Los no comercializables pasan directamente a valorización energética.

El **reciclaje de ropa** es cada día más frecuente por la poca calidad de algunas de las prendas que se comercializan, y por el paso de las modas y tendencias.

La ropa es hoy en día para muchos, de "usar y tirar". Por suerte, se han desarrollado algunos sistemas y tratamientos de los textiles y su reaprovechamiento.

Los materiales con los que se fabrica la ropa, se fundamentan en el algodón, aunque encontramos lanas, poliéster, seda o nylon entre otros muchos. Es por ello que las empresas de reciclaje de ropa y textiles, tienen grandes dificultades para separar estos materiales.

Los beneficios de reciclar textiles se fundamentan en la disminución del consumo de energía a la hora de obtener nuevas telas, la reducción del volumen de residuos en vertederos y el ahorro en coste y materias primas de origen.

4.2.5. Reutilizar

Utilizar repetidamente o de diversas formas distintos productos consumibles. En otras palabras el no descartar aquellos materiales o artículos que pueden ser utilizados nuevamente ya que cuantos más objetos sean reutilizados, menos basura será producida y se gastarán menos recursos agotables.

4.2.6. Jean o Pantalón vaquero:

Los pantalones vaqueros, de mezclilla, tejanos, pitusa, mahonés, jeans o blue jeans, adaptado al español como bluyines, son un tipo de pantalón hecho con un tejido de algodón bastante resistente llamado mezclilla o denim. Originalmente esta era una prenda de trabajo, pero a partir de la década de 1950 se empezaron a imponer como prenda juvenil.

4.2.7. Tela Jean

Es una tela de algodón asargado de trama blanca y azul, teñida de azul índigo. Para hacerlo, después que las máquinas hiladoras convierten el algodón en hilos, algunos de éstos son teñidos con una coloración azulada y se usan en el telar cruzándolos con otros blancos. Se le aplican diferentes tratamientos hasta obtener el denim en un proceso que dura 20 días.

4.2.8. Fabricantes de jeans

Aunque la marca de pantalones vaqueros por excelencia es Levi's, otros fabricantes clásicos de vaqueros han sido Lee y Wrangler, en México Furor y en España estaba Lois. Todas marcas muy populares en los 70. En la actualidad hay muchas marcas especializadas en vaqueros e incluso las marcas más exclusivas hacen vaqueros caros como es el caso de Diesel, Yves Saint-Laurent, 7 for allmankind y G-StarRaw. Levi's hace referencia a "Òscar Levi Strauss". Actualmente es una tienda muy famosa por todo el mundo.

4.2.9. Cultura

En su origen, los pantalones vaqueros, por su resistencia, los usaban los trabajadores manuales, sobre todo en trabajos pesados como los mineros, o agricultores de principios del siglo XX. En los Estados Unidos en la década de los 50, los jóvenes y adolescentes empezaron a ponerse vaqueros como forma sutil de protesta contra el conformismo. El hecho se consideró una provocación; por ejemplo en algunos cines no se permitía entrar al que llevase vaqueros. En la década de los 60, los vaqueros ganaron aceptación y para la década de los 70 se habían convertido en un artículo corriente en los EE.UU., al menos para vestir informalmente. Su aceptación ha seguido creciendo hasta el punto en que ahora forma parte del fondo de armario, y en promedio cada persona posee 7 pares.¹

Las modas han ido imponiendo diversos cortes de pantalón, con la cintura más o menos alta, con las perneras ajustadas (en España se llamaron *de pitillo*, en Argentina se conocen como *chupines*, en Venezuela se denominaron como *tubito*, en México y Colombia se les nombra como *entubado*), rectas o *acampanadas* (o de *pata de elefante*). Otras tendencias han afectado al grado de decoloración del pantalón e incluso a su integridad: los pantalones rotos o hechos jirones han estado de moda.

4.2.10. Moda

La moda son aquellas tendencias repetitivas, ya sea de ropa, accesorios, estilos de vida y maneras de comportarse, que marcan o modifican la conducta de las personas. La moda en términos de ropa, se define como aquellas

¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Pantal%C3%B3n_vaquero

tendencias y géneros en masa que la gente adopta o deja de usar. La moda se refiere a las costumbres que marcan alguna época o lugar específicos, en especial aquellas relacionadas con el vestir o adornar.

4.2.11. Moda: un estilo de vida

La moda para muchos puede ser un trabajo y estilo de vida, como para los diseñadores y los modelos. Los estilos y tendencias deben ir de acuerdo con la persona que ocupa determinada prenda: las personas se tienen que ubicar en su edad, trabajo y/o gusto por la moda. Para que alguien se pueda ver moderno, se tiene que ver bien, no sólo es llevar ropa de la tendencia que llegó al mercado sino que tiene que coincidir con su carácter, fisonomía, edad, pero por sobre todo, se tiene que sentir bien consigo mismo/a. Para ello es importante conocer que existen diferentes tipos de cuerpo y que a cada uno le corresponde algo específico para resaltar sus mejores atributos y esconder sus pequeños defectos.

4.2.12. Bolso

Un bolso o bolsa es un instrumento cuya función principal es la de transportar un número reducido de objetos de uso frecuente, tales como billeteras, monederos, llaves, documentos o similares, utensilios de belleza femenina y masculina (maquillaje, pintalabios, etc.), peines, cigarrillos, etc. Puede tener diferentes formas y tamaños y, asimismo, puede fabricarse con una pluralidad de materiales (por ejemplo, en cuero, plástico o tela); estos elementos dependen, en gran medida, de las y del arte modas existentes en un lugar.

4.2.13. Falda

La falda, pollera, enagua o saya es una prenda de vestir primordialmente femenina que cuelga de la cintura y cubre las piernas, al menos en parte. Suele ser de tela y de forma cilíndrica o tronco-cónica, y a diferencia de los pantalones no está dividida. Por extensión se denominan también faldas o faldones a las telas que cuelgan de la mesa camilla o de las cunas.

En su versión más sencilla puede ser un trozo de tela que se enrolla en la cintura, aunque la mayoría de las faldas son ajustadas en la cintura y más amplias según se desciende. Dependiendo de las épocas, las modas y el

exhibicionismo de quien la lleve, la longitud de la falda puede ir de poco más que un cinturón, llegar hasta el suelo, y cualquier otra medida intermedia.

4.3. Proyecto de inversión

Es un conjunto de actividades con objetivos y trayectorias organizadas para la resolución de problemas con recursos limitados.

También se define como el paquete de inversiones, insumos y actividades diseñadas con el fin de eliminar o reducir varias restricciones del desarrollo, para lograr productos o beneficios en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios.

4.4. Mercado

Un mercado está constituido por personas que tienen necesidades específicas no cubiertas y que, por tal motivo, están dispuestas a adquirir bienes y/o servicios que los satisfagan y que cubran aspectos tales como: calidad, variedad, atención, precio adecuado, entre otros.

4.5. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de 3 grandes análisis importantes:

4.5.1 Investigación de mercados

Es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.

4.5.2. Producto principal

Un producto principal no es el producto real pero puede definirse como el beneficio del producto que hace que sea útil para el comprador. Este beneficio puede ser una idea intangible o concepto conectado con comodidad, Estado o la capacidad de lograr rápidamente una tarea determinada. Este beneficio da el valor del producto y satisface las necesidades del cliente previsto. El producto principal debe distinguirse el producto y el producto aumentado, que incluye el valor añadido, como después de garantía y servicio de ventas.

4.5.3. Producto sustituto

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

4.5.4. Demanda

Es la cantidad que un determinado producto y aun precio determinado que el mercado está dispuesto adquirir en un lugar y tiempo concretos y según ciertas condiciones. ²

1. compradores estarían dispuestos a comprar o que ya han sido adquiridas.
2. Compradores o consumidores: Son las personas, empresas u organizaciones que adquieren determinados productos para satisfacer sus necesidades o deseos.
3. Necesidades y deseos: La necesidad humana es el estado en el que se siente la privación de algunos factores básicos (alimento, vestido, abrigo, seguridad, sentido de pertenencia, estimación).
4. Disposición a adquirir el producto o servicio: Se refiere a la determinación que tiene el individuo, empresa u organización por satisfacer su necesidad o deseo.
5. Capacidad de pago: Es decir, que el individuo, empresa u organización tiene los medios necesarios para realizar la adquisición.
6. Precio dado: Es la expresión de valor expresado, por lo general, en términos monetarios que tienen los bienes y servicios.
7. Lugar establecido: Es el espacio, físico o virtual (como el internet) en el que los compradores están dispuestos a realizar la adquisición.

4.5.5. Demanda Potencial

La demanda potencial es un límite superior de la demanda real que se ha de estimar para el supuesto en que el esfuerzo comercial realizado es máximo.

² Proyecto empresarial, Juan José Gallego, Susana Fernández pág. 50

Cantidad expresada en unidades físicas o monetarias, referidas a un periodo temporal y unas condiciones dadas.

4.5.6. Demanda Real

Es la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios.

4.5.7. Demanda Efectiva

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.

4.5.8. Demanda Insatisfecha

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

4.5.9. Oferta

Es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado. Hay que diferenciar la oferta del término cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

4.5.10. Variaciones de la oferta

La oferta cambia cuando varía cualquier elemento, salvo el P de la mercancía. Utilizando la curva de oferta, decimos que la oferta aumenta (o disminuye) cuando aumenta (o disminuye) la cantidad Ofrecida a cada uno de los precios de mercado.

4.5.11. Marketing

Es el conjunto de técnicas que con estudios de mercado intentan lograr el máximo: beneficio en la venta de un producto: mediante el marketing podrán saber a qué tipo de público le interesa su producto. Su función primordial es la satisfacción del cliente (potencial o actual) mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas.

4.5.12. Producto

Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, o uso que satisfaga una necesidad.

La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

1. La cartera de productos
2. La diferenciación de productos
3. La marca
4. La presentación

4.5.13. Precio

Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

- Es el elemento del mix que se fija más a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia, coste...
- Se distingue del resto de los elementos del marketing mix porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás elementos generan costes.
- Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:
- Los costes de producción, distribución.
 - El margen que desea obtener.
 - Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
 - Las estrategias de Marketing adoptadas.
 - Los objetivos establecidos.

4.5.14. Plaza o Distribución

Elemento del mix que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. Cuatro elementos configuran la política de distribución:

1. **Canales de distribución.** Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
2. **Planificación de la distribución.** La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
3. **Distribución física.** Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
4. **Merchandising.** Técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

4.5.15. Promoción:

- La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:
 - Comunicar las características del producto.
 - Comunicar los beneficios del producto.
 - Que se recuerde o se compre la marca/producto.

- La comunicación no es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son los siguientes:
 - La publicidad.
 - Las relaciones públicas.
 - La venta personal.
 - La promoción de ventas.
 - El Marketing directo.

4.6. ESTUDIO TECNICO

Es el estudio de la acción del mercado, principalmente a través del uso de gráficas, con el propósito de predecir futuras tendencias en el precio. Se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o

proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

4.6.1. Tamaño y localización

Este elemento consiste en identificar el tamaño y lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta.

4.6.2. Tamaño de la Planta

Es la capacidad nominal de producción de una planta industrial. Se utiliza también el término capacidad de diseño, para referirse al tamaño de una planta industrial. Ambos términos se refieren a la máxima cantidad que es posible producir, sin forzar la planta. La determinación del tamaño de la planta industrial (y por lo tanto el tamaño del proyecto) es para conformar el estudio económico de todo proyecto de factibilidad. El tamaño de la planta incide sobre el nivel de inversiones y costos que se calcularán, así como sobre la rentabilidad que podría generar la implementación del proyecto.

4.6.3. Infraestructura física

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en dónde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

- El área del local

- Las características del techo, la pared y de los pisos
- Los ambientes
- La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales)

4.6.4. Capacidad Instalada

Es la cantidad máxima de Bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una Empresa por unidad de Tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas. Se puede medir en cantidad de Bienes y servicios producidos por unidad de Tiempo. Término que se usa para hacer referencia al volumen de producción que puede obtenerse en un período determinado en una cierta rama de actividad, se relaciona con las inversiones realizadas.

4.6.5. Capacidad utilizada

También llamado factor de planta, se refiere a la capacidad utilizada en promedio y se expresa como un porcentaje de la capacidad instalada. Toda empresa para poder operar requiere de unas instalaciones que conforman su capacidad para producir. Lo ideal que se estas instalaciones sean aprovechadas un 100%, algo que no siempre sucede ya sea por falta de planeación o por situaciones ajenas al control de la empresa.

4.6.6. Localización

La ubicación o lugar dónde se va a llevar a cabo el proyecto, puede determinar el éxito o fracaso del negocio.

4.6.7. Macrolocalización:

Se refiere a la selección del área donde se ubicará el proyecto. Es la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. Describe sus características y establece ventajas y desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos para la ubicación de la planta.

4.6.8. Microlocalización:

Es la exactitud de la ubicación ideal de la empresa objeto del proyecto.

4.6.9. Ingeniería del proyecto

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio

4.6.10 Componente tecnológico

Es la rama de la ingeniería que estudia los proyectos, estudia las actividades comprendidas en la:

- Concepción, planteamiento, organización, diseño, ejecución y verificación de dispositivos, procesos, sistemas, construcciones e instalaciones en cualquier campo tecnológico.
- Las interacciones derivadas del desarrollo, utilización y desactivación del objeto del proyecto con el entorno con el que se relaciona.

4.6.11. Maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo determinará en alto grado la eficiencia de la operación de una planta industrial, ya que afecta al tiempo y a longitud de los desplazamientos de materiales y operarios, así como a las inversiones en obras civiles y en equipos de transporte.

4.6.12. Proceso de Producción

Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

4.6.13. Flujogramas de procesos

El Flujograma o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

4.7. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Se describe el tipo de organización al que pertenece la empresa, también se incluye en este estudio la planeación estratégica que define los lineamientos bajo los cuales operara la empresa mencionada. Otro elemento fundamental en este apartado es la integración de la fuerza de trabajo que constituirá la empresa, se muestra la estructura organizacional y se detalla los requisitos a cumplir por la misma.

4.7.1. Base legal

Es aplicable cuando el proyecto no está enmarcado dentro del aparato funcional de una organización ya constituida, pero hace parte de una iniciativa independiente, la cual debe avanzar paralelamente en su formulación con los demás componentes y determinar de forma precisa, como piensa operar dentro del marco jurídico y qué normas debe de acatar para desarrollar su misión.

4.7.2. Estructura interna

La estructura de una organización puede definirse como el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas, considerando luego la coordinación de las mismas.

Para estructurar una empresa hay que:

- Conocer la división del trabajo que predomina.
- Analizar cómo se coordinan las diferentes tareas.

4.7.2. Organigramas

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

4.7.2.1. Organigrama estructural

Presentan solamente la estructura administrativa de la organización.

4.7.2.2. Organigramas funcionales:

Muestran, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento. Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

4.7.2.3. Organigrama posicional

Es la distribución específica de las jerarquías o categorías de puestos desempeñados por el personal directivo, ejecutivo u operacional de una Empresa o Entidad (Jefe de Personal de Contabilidad Técnico en Servicios de Producción, Director Administrativo, Financiero. etc.).

4.7.3. Manual de Funciones

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las

decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión.

4.8. ESTUDIO FINANCIERO

Es muy importante en el proyecto, debido a que de esta manera sabremos cuánto dinero la empresa deberá disponer para alcanzar los objetivos planteados anteriormente; así como la misión y visión de la empresa llegando a la meta propuesta.

4.8.1. Inversiones

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

4.8.2. Activos Fijos

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

4.8.3. Activo Circulante

Es aquel activo líquido a la fecha de cierre del ejercicio, o convertible en dinero dentro de los doce meses.

4.8.4. Financiamiento

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Recursos financieros que el gobierno obtiene para cubrir un déficit presupuestario. El financiamiento se contrata dentro o fuera del país a través de créditos, empréstitos y otras obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo.

4.8.5. Costos

Es el valor de lo que sale, medido en término monetario, potencialmente en vías de ser incurridos, para alcanzar un objetivo específico.

De manera, que si adquirimos materias prima, pagamos mano de obra, reparamos maquinarias con el fin de fabricar, vender o prestar algún servicio, los importes gastados se denominan costos.

4.8.6. Costos Fijos

Son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción.

4.8.7. Costos variables

Son aquellos en los que: “el costo total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen de producción, dentro del rango relevante”, en tanto que el costo unitario permanece constante.

4.8.8. Depreciación

Es una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

4.8.9. Amortización

Es el reembolso gradual de una deuda. La obligación de devolver un préstamo recibido de un banco es un pasivo, cuyo importe se va reintegrando en varios

pagos diferidos en el tiempo. La parte del capital prestado (o principal) que se cancela en cada uno de esos pagos es una amortización.

4.8.10. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio consiste en el volumen de ventas en el cual no habrá una utilidad ni una pérdida. Por debajo del punto de equilibrio habrá una pérdida y por encima, una utilidad. Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

4.9. ESTADOS FINANCIEROS

Son informes que utilizan las instituciones para informar de la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta información resulta útil para la Administración, gestor, regulador y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

4.9.1. Estado de Pérdidas y ganancias

Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo. Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado. Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa.

4.9.2. Flujo de caja

Permite proyectar de manera concreta y confiable, la situación de la empresa en tiempos futuros, facilitando a la vez, tanto el cálculo de las cantidades de dinero que se requerirán en fechas posteriores (para compra de equipo, materia prima, pago de deudas, pago de sueldos, etc.), y como de las

cantidades de dinero que ingresara a la empresa, por concepto de ventas, intereses, otros ingresos, etc.

4.9.3. Evaluación financiera

La evaluación financiera de una empresa consiste en construir los flujos de dinero proyectados que en un horizonte temporal serían hipotéticamente generados, para después descontarlos a una tasa adecuada de manera tal que podamos medir (cuantificar) la generación de valor agregado y su monto.

4.9.4. Valor Actual Neto

Consiste en traer todos los flujos de caja netos al valor presente, este dato nos puede dar como resultado un valor positivo o negativo. Si el valor es igual a cero o menor el proyecto no es rentable, se vuelve rentable si este es mayor que cero. Entre más alto es el valor más rentable será el negocio. El Valor actual neto también conocido valor actualizado neto, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

4.9.5. Tasa Interna de Retorno

Es la tasa que reduce a cero las equivalencias del valor presente neto / valor futuro o valor anual en una serie de egresos e ingresos.

4.9.6. Relación Beneficio Costo

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

4.9.7. Periodo de Recuperación de Capital

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

4.9.8. Análisis de Sensibilidad

Es un término financiero, muy utilizado en el mundo de la empresa a la hora de tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc.), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc.).

e. MATERIALES

Y

MÉTODOS

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. Materiales

5.1.1. Recursos materiales:

Cuadro Nº 2

MATERIALES	COSTO
Viáticos	\$ 60
Copias e impresiones	\$ 220
Gastos asesoría jurídica	\$ 300
Gastos en asesoría civil	\$ 250
Imprevistos (10%)	\$ 83
TOTAL	\$ 913

5.1.2. Recursos tecnológicos:

MATERIALES	COSTO
Computador	\$ 700
Internet	\$ 100
TOTAL	\$ 800

5.1.3. Recursos Económicos

Los gastos de realización del presente proyecto correrán de cuenta exclusiva del aspirante.

5.2. Métodos

Para el desarrollo del proyecto a tratar en la tesis primero se llevó a cabo la identificación de los objetivos que se deben cumplir dentro de un proyecto de factibilidad y para ello se utilizaron métodos como son el deductivo en donde se pudo identificar el problema de estudio, se utilizó el método inductivo en donde se recolectó información para poder identificar el tema de estudio, y finalmente se utilizó el método descriptivo en donde se describieron los hechos y fenómenos actuales que permitió recoger datos para analizarlos e interpretarlos de una manera imparcial. Con esta información se construyó un esquema que permite obtener conceptos y pautas del proyecto de tal manera

que se diferencien conceptos en componentes separados para cada acción que se ejecutó en el proyecto.

5.3. Técnicas

5.3.1. Bibliográfica.- Permitted seleccionar y recopilar todo el material de la bibliografía relacionado con el tema de la investigación como son: libros, revistas, folletos, internet, etc.

5.3.2. Observación.- Permitted corroborar y comprobar cómo se encuentra el mercado para poder tener información de cómo introducir este producto al mercado y también de cómo llegar hacia el consumidor final.

5.3.3. Encuesta.- Se aplicó a la población femenina de la ciudad de Loja de entre 12 a 50 años de edad, esta información recolectada sirvió para evaluar y analizar las diferentes variables como gustos, preferencias, etc. existentes en la población.

5.3.4. Entrevista.- Se aplicó a los dueños de los diferentes locales comerciales que venden bolsos y faldas que existen en la ciudad de Loja.

5.4. El Muestreo

Es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.

Población

La población a quien va dirigido el producto es a la población de la ciudad de Loja que es de 170.617 que comprende a las parroquias urbanas como son El Valle, Sucre, San Sebastián y El Sagrario, de las cuales 88.805 son mujeres que representa el 52,15%; con una tasa de crecimiento de 2.65%.

El estudio de mercado va dirigido, al género femenino de entre 12 a 50 años de edad, puesto que este segmento constituye un gran porcentaje del mercado en general, además que se condicionan al consumo de la moda, como son la estética además de la funcionalidad que este posee, si no también buscan atributos como la originalidad, belleza, colorido formas, etc. Cuyos elementos contribuyen a potenciar la imagen que desean tener.

En el siguiente cuadro se expone la proyección de la población hasta el año 2017, tomando en cuenta que el proyecto será para 5 años de vida útil.

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA

Proyección de la población

AÑO	POBLACIÓN CIUDAD DE LOJA	POBLACIÓN FEMENINA DE ENTRE 12 A 50 AÑOS DE CIUDAD DE LOJA
	2,65%	2,65%
2012	179424	58465
2013	184179	60014
2014	189060	61604
2015	194070	63237
2016	199213	64913
2017	204492	66633

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado: La autora

MUESTRA

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

$$n = \frac{58465}{1 + (0.05)^2 58465}$$

$$n = \frac{58465}{1 + (0.0025) 58465}$$

$$n = \frac{58465}{1 + 146.16}$$

$$n = \frac{58465}{147.16}$$

$$n = 397$$

n= Tamaño de muestra
e= margen de error (5%)=0,05
N= población o universo (población en estudio)
1= Constante

Proyección Parroquias Urbanas

Parroquias	Población femenina de 12 a 50 años	%	Encuestas a Aplicar
El valle	9.987	18%	71
Sucre	19.420	35%	139
San Sebastián	18.310	33%	131
El Sagrario	7.768	14%	56
TOTAL	55.485	100%	397

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado: La autora

Al momento de aplicar las 397 encuestas a mujeres de entre 12 a 50 años de la ciudad de Loja, mediante una regla de tres se pudo obtener la cantidad de encuestas que le corresponde a cada parroquia que están dentro de la ciudad como son: El Valle se aplicaron 71 encuestas, Sucre se emplearon 139, San Sebastián se designaron 131 y el Sagrario se aplicaron 56 encuestas.

PROCEDIMIENTO

Dentro de este proyecto de factibilidad se lo desarrollo mediante cuatro estudios como son: estudio de mercado que permitió conocer los antecedentes de la oferta actual y potencial, establecer lo que se va a vender, saber a quién y cómo se lo puede vender, conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes, conocer la competencia y contrarrestar sus efectos, evaluar resultados de estrategias de comercialización y conocer los precios para vender el producto.

En el estudio técnico se elaboró una descripción detallada del proceso de producción, teniendo en cuenta el tamaño y las características necesarias de la nueva empresa como lo son ubicación, servicios públicos, medios de transporte, etc.; en este paso también se debe nombrar las necesidades tecnológicas que se requiere y sus respectivos beneficios. Describir los costos de comercialización. Se identifican los proveedores y planeación de compras.

En el estudio financiero se debe contener información acerca de un plan de financiamiento nombrando aspectos como los recursos con los que cuenta, las necesidades de crédito o inversión. Se debe describir y elaborar tablas que sustenten su proyección de ventas y de costos, e incluir una descripción del flujo de caja, esta proyección debe hacerse de manera anual. Se debe tener en

cuenta el costo total, la rentabilidad y los ingresos esperados deben estar claramente identificados.

En el estudio organizacional se representa uno de los aspectos más importantes dentro de esta investigación, se designan funciones y responsabilidades sustentándolas en un organigrama dónde se adopte y se describa la cultura organizacional de la empresa. Se incluye el aspecto legal de la empresa, nombrando su razón social y objetivo social, los permisos que requiere, y los respectivos trámites de constitución.

f. RESULTADOS

6. RESULTADOS

6.1. Análisis de la encuesta de las demandas

Encuestas aplicadas a la población femenina de la ciudad de Loja de entre 12 a 50 años de edad.

Encuesta de bolsos

1. ¿Usted utiliza bolsos?

Cuadro N° 1
Utiliza bolsos

variable	F	%
si	355	89,42%
no	42	10,58%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 1



Análisis: De las encuestas aplicadas, esta pregunta se refiere a que la población femenina utiliza bolsos, en donde 355 personas que corresponde al 89,42% informaron que si utiliza bolsos y 42 personas con el 10,58% no los utiliza; dando un total de 397 encuestadas lo que representa el 100%.

Interpretación: En el gráfico podemos apreciar que las mujeres de entre 12 a 50 años de la ciudad de Loja utilizan bolsos y la minoría no los utiliza.

2. ¿Con que frecuencia usted compra un bolso?

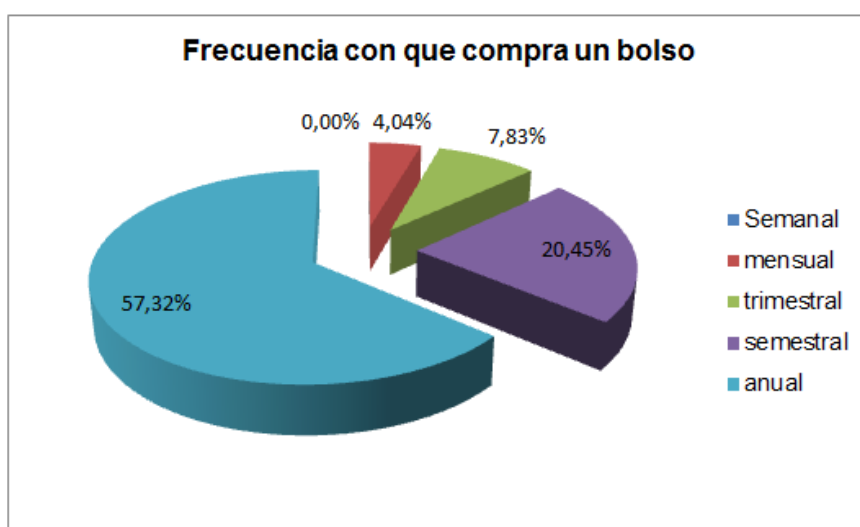
Cuadro N° 2
Frecuencia de compra de bolsos

variable		F	%
Si utilizan bolsos		355	89,42%
	Semanal	0	0,00%
	Mensual	16	4,03%
	Trimestral	31	7,81%
	Semestral	81	20,40%
	Anual	227	57,18%
No utilizan bolsos		42	10,58%
TOTAL		397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 2



Análisis: De acuerdo a la frecuencia de los que si compran bolsos respondieron 16 con el 4,03% compran mensualmente, 31 con el 7,81% compra trimestralmente, 81 con el 20,40% compra semestralmente y 227 personas con el 57,18% compra anualmente, dando un total de 355 mujeres que si utilizan bolsos lo que representa el 89,42%.

Interpretación: En el gráfico observamos que las mujeres de 12 a 50 años de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja en su mayoría compran un bolso al año y en su minoría compran un bolso mensual.

3. ¿Cuántos compra?

Cuadro Nº 3
Mensual

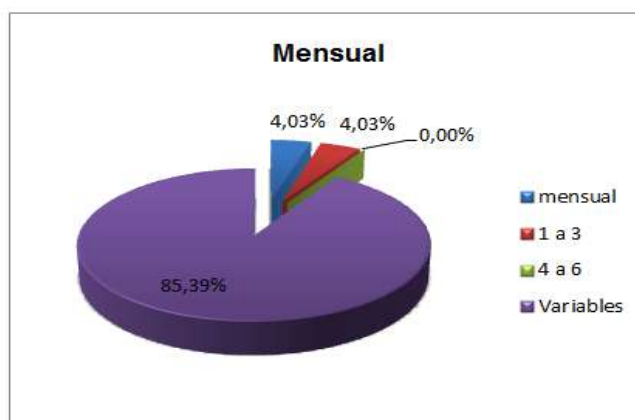
variable	F	%	Xm	Xm. F
Si utilizan bolsos	355	89,65%	-----	-----
mensual	16	4,03%	-----	-----
1 a 3	16	4,03%	2	32
4 a 6	0	0,00%	5	0
Variables	339	85,39%	-----	-----
No utilizan bolsos	42	10,58%	-----	-----
TOTAL	397	100%	-----	32

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

$$\dot{X} = \frac{\sum xf}{N} = \frac{32}{355} = 0,09 \times 12 = 1,08$$

Gráfico Nº 3



Cuadro Nº 4
Trimestral

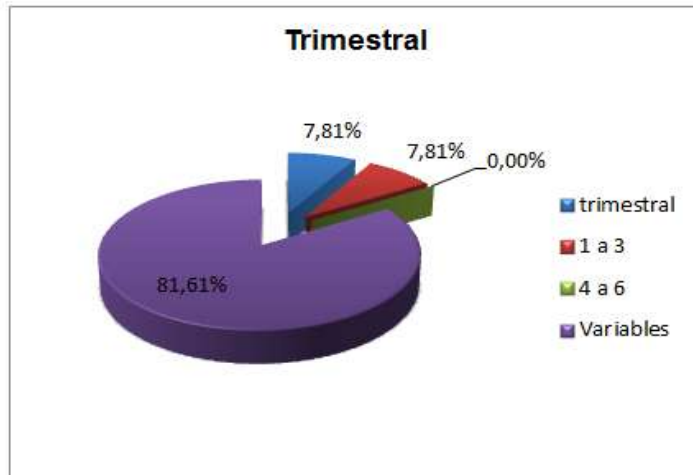
variable	F	%	Xm	Xm. F
Si utilizan bolsos	355	89,42%	-----	-----
trimestral	31	7,81%	-----	-----
1 a 3	31	7,81%	2	75
4 a 6	0	0,00%	5	0
Variables	324	81,61%	-----	-----
No utilizan bolsos	42	10,58%	-----	-----
TOTAL	397	100%	-----	75

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

$$\dot{X} = \frac{\sum xf}{N} = \frac{75}{355} = 0,21 \times 4 = 0,85$$

Gráfico Nº 4



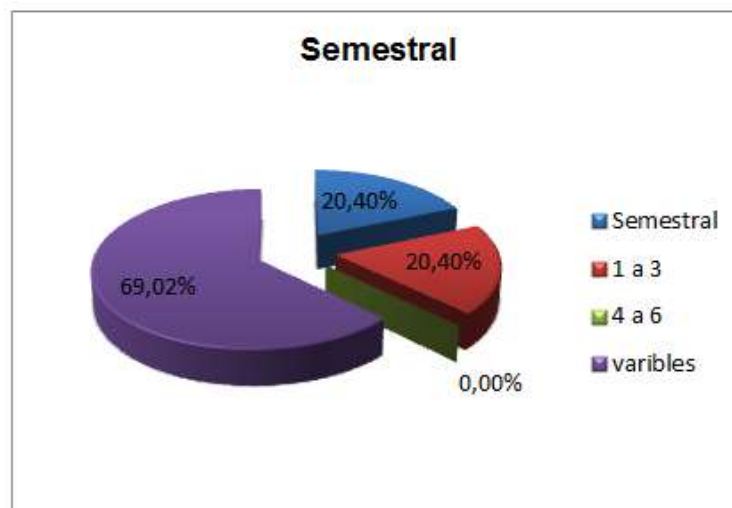
Cuadro Nº 5
Semestral

variable	F	%	Xm	Xm. F
Si utilizan bolsos	355	89,42%	-----	-----
Semestral	81	20,40%	-----	-----
1 a 3	81	20,40%	2	162
4 a 6	0	0,00%	5	0
Variables	274	69,02%	-----	-----
No utilizan bolsos	42	10,58%	-----	-----
TOTAL	397	100%	-----	162

Fuente: Aplicación de encuestas
Elaborado: La autora

$$\bar{x} = \frac{\sum xf}{N} = \frac{162}{355} = 0,46 \times 2 = 0,91$$

Gráfico Nº 5



Cuadro N° 6
Anual

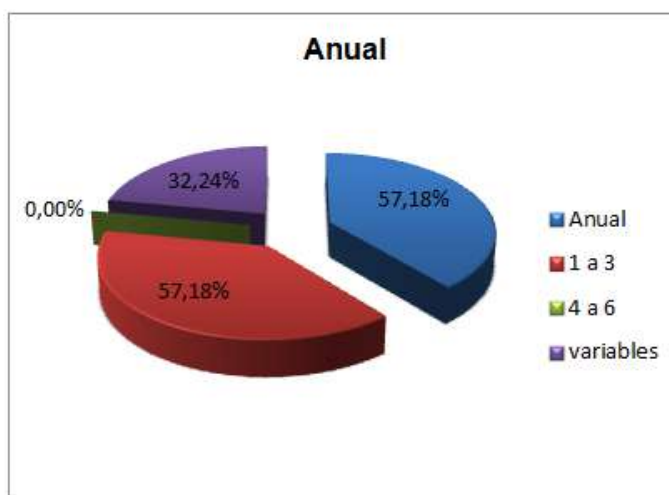
variable	F	%	Xm	Xm. F
Si utilizan bolsos	355	89,42%	-----	-----
Anual	227	57,18%	-----	-----
1 a 3	227	57,18%	2	454
4 a 6	0	0,00%	5	0
variables	128	32,24%	-----	-----
No utilizan bolsos	42	10,58%	-----	-----
TOTAL	397	100%	-----	454

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

$$\bar{X} = \frac{\sum xf}{N} = \frac{454}{355} = 1,28$$

Gráfico N° 6



Análisis: Con respecto a cuántos bolsos suelen comprar respondieron 16 con el 4,03% que compra mensualmente de 1 a 3 bolsos, 31 con el 7,81% compra trimestralmente de 1 a 3 bolsos, 81 con el 20,40% compra semestralmente de 1 a 3 bolsos y 227 personas con el 57,18% compra anualmente de 1 a 3 bolsos.

Interpretación: Podemos observar que la población femenina de 12 a 50 años de la ciudad de Loja en su mayoría compran bolsos de 1 a 3 mensualmente, trimestralmente, semestralmente y anual.

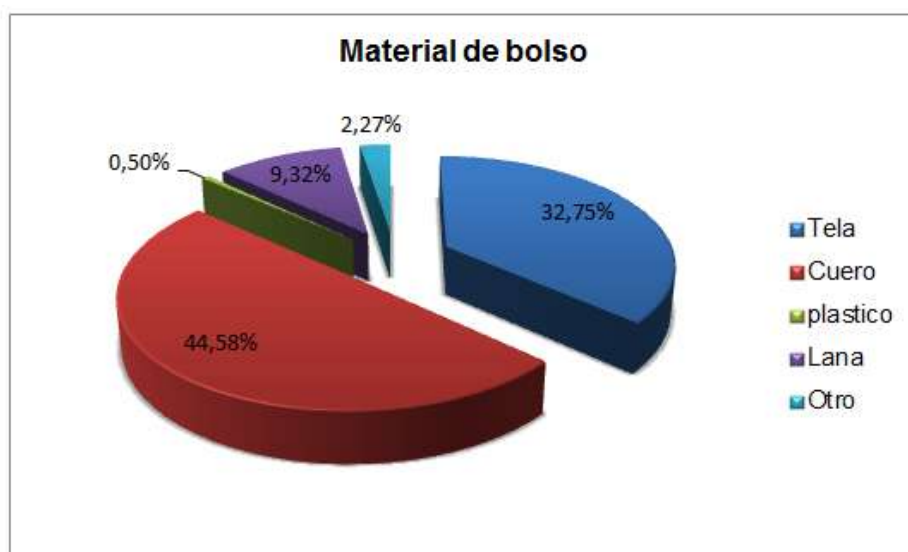
4. ¿Qué tipo de bolso suele comprar?

Cuadro Nº 7
Material de bolso

variable	F	%
Si utilizan bolsos	355	89,42%
Tela	130	32,75%
Cuero	177	44,58%
Plástico	2	0,50%
Lana	37	9,32%
Otro	9	2,27%
No utilizan bolsos	42	10,58%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas
Elaborado: La autora

Gráfico Nº 7



Análisis: En lo que respecta al material de bolsos que suelen comprar, 130 que equivale al 32,75% compra de tela, 177 con el 44,58% compra de cuero, 2 con el 0,50% compran de plástico, 37 con el 9,32% compra de lana y 9 personas que representa el 2,27% compra de otro tipo de material; sumando nos da un total de 355 con un porcentaje de 89,42%.

Interpretación: Según el gráfico podemos decir que la mayoría de la población femenina compra bolsos de material de cuero mientras que la minoría compra bolsos de plástico.

5. ¿Piensa usted que el reciclaje es necesario?

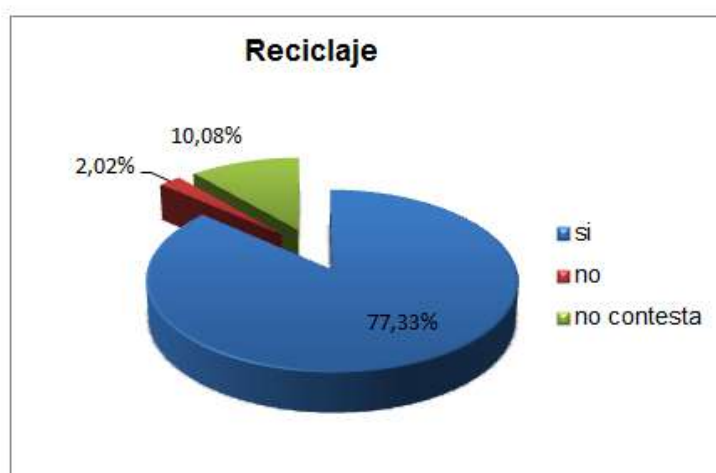
Cuadro Nº 8
Reciclaje

variable	F	%
Si utilizan bolsos	355	89,42%
si	307	77,33%
no	8	2,02%
no contesta	40	10,08%
No utilizan bolsos	42	10,58%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico Nº 8



Análisis: Con esta pregunta nos hace conocer que 307 que representa el 77,33% piensan que el reciclaje si es necesario para poder mantener el ecosistema, y las 8 personas con el 2,02% dicen que el reciclaje no es necesario porque no les interesa, mientras que 40 personas con el 10,08% no contestaron. Lo que nos da un total de 355 que en porcentaje equivale al 89,42%.

Interpretación: Según el gráfico podemos apreciar que la mayoría piensa que el reciclaje es necesario, mientras que la minoría dice que no es necesario.

6. ¿Conoce usted acerca del reciclaje de desechos de ropa transformados en bolso?

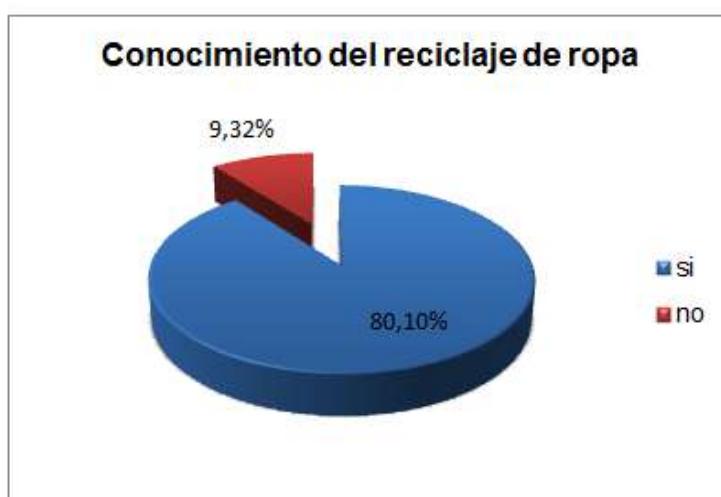
Cuadro Nº 9
Desechos de ropa transformados en bolso

variable	F	%
Si utilizan bolsos	355	89,42%
si	318	80,10%
no	37	9,32%
No utilizan bolsos	42	10,58%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico Nº 9



Análisis: Según los datos obtenidos con la encuesta podemos apreciar que 318 personas que es el 80,10% si conocen acerca del reciclaje de ropa transformado en bolso y mientras que 37 personas con el 9,32% no conocen acerca de este tema.

Interpretación: Lo que se puede ver en el grafico la mayoría de las encuestadas si conocen acerca del reciclaje de desechos de ropa transformados en bolsos mientras que la minoría no tiene conocimiento de este tema.

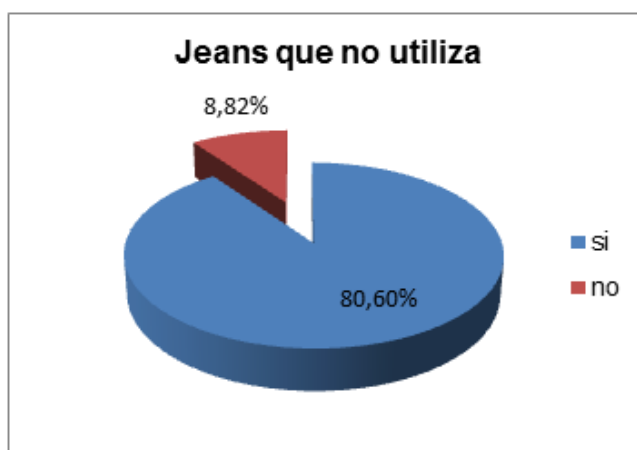
7. ¿Usted tiene pantalones jeans que no utilice?

Cuadro N° 10
Pantalones jeans que no utiliza

variable	F	%
Si utilizan bolsos	355	89,42%
si	320	80,60%
no	35	8,82%
No utilizan bolsos	42	10,58%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas
Elaborado: La autora

Gráfico N° 10



Análisis: Acerca de que si tiene pantalones que no utilice nos informan que 320 personas que representa el 80,60% confirmaron que si tienen pantalones jeans que no utilizan y 35 con el 8,82% no tienen pantalones jeans que no utilicen.

Interpretación: En lo referente al gráfico podemos observar que la mayoría de la población femenina de entre 12 a 50 años si tiene bolsos que no utiliza mientras tanto con una minoría no tiene jeans.

8. ¿Qué hace con ellos?

Cuadro N° 11
Que hace con los jeans

variable	F	%
Si utilizan bolsos	355	89,42%
Los desecha	66	16,62%
Los regala	173	43,58%
Los guarda	54	13,60%
Los vende	40	10,08%
Los reutiliza	22	5,54%
No utilizan bolsos	42	10,58%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas
Elaborado: La autora

Gráfico N° 11



Análisis: En lo referente a la pregunta de que hace con sus jeans que no utilizan 66 personas con el 16,62% los desechan, 173 con el 43,58% los regala a los que más necesitan, 54 con el 13,60% los tiene guardados, 40 encuestadas con el 10,08% los vende en el mercado de pulgas, mientras que 22 personas con el 5,54% los reutiliza haciendo alguna manualidad con ese material.

Interpretación: En lo que respecta al gráfico se puede verificar que la mayoría de las personas encuestadas regala a sus jeans que no utiliza, mientras que la minoría los reutiliza.

9. ¿Usted adquiriría un bolso realizado con material reciclado de jean?

Cuadro N° 12
Adquiriría un bolso con material reciclable de jean

variable	F	%
Si utilizan bolsos	355	89,42%
si	278	70,03%
no	77	19,40%
No utilizan bolsos	42	10,58%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 12



Análisis: En cuanto a esta pregunta que si adquiriría un bolso con material reciclado de jean contestaron 278 personas que equivale al 70,03% si adquirirían un bolso con material reciclado de jean, mientras que 77 encuestadas con el 19,40% no tienen ningún interés sobre este producto.

Interpretación: En cuanto al gráfico se puede observar que la mayoría de las encuestadas si adquirirían un bolso con material reciclado de jean mientras que la minoría no lo adquiriría.

10. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por un bolso con material reciclado de jean?

Cuadro N° 13
Precio de bolso

variable	F	%	Xm	Xm. F	
Si utilizan bolsos	355	89,42%	-----	-----	
Si adquiriría un bolso	278	70,03%	-----	-----	
	\$5-\$10	183	46,10%	7,5	1372,5
	\$11-\$15	57	14,36%	13	741
	\$16-\$20	30	7,56%	18	540
	\$21-\$25	8	2,02%	23	184
No utilizan bolsos	42	10,58%	-----	-----	
No adquiriría un bolso	77	19,40%	-----	-----	
TOTAL	397	100%	-----	2837,5	

Fuente: Aplicación de encuestas
Elaborado: La autora

$$\bar{X} = \frac{\sum xf}{N} = \frac{2837,50}{278} = 10,21$$

Gráfico N° 13



Análisis: En lo referente al precio la población femenina de entre 12 a 50 años de la ciudad de Loja estarían dispuestas a pagar por un bolso con material reciclable de jean, 183 personas que equivale al 46,10% estarían dispuestas a pagar de \$5 a \$10 dólares, 57 con el 14,36% pagarían de \$11 a \$15 dólares, 30 con el 7,56% podrían pagar de \$16 a \$20 dólares, y 8 personas que son el 2,02% pagarían por estos bolsos de \$21 a \$25 dólares.

Interpretación: Lo que se puede observar en el gráfico y al aplicar la media aritmética podemos apreciar que la mayoría de las encuestadas estarían dispuestas a pagar por un bolso de \$5 a \$10 dólares, mientras que la minoría de ellas pagaría entre \$21 a \$25 dólares.

11. ¿Dónde le gustaría adquirir estos bolsos?

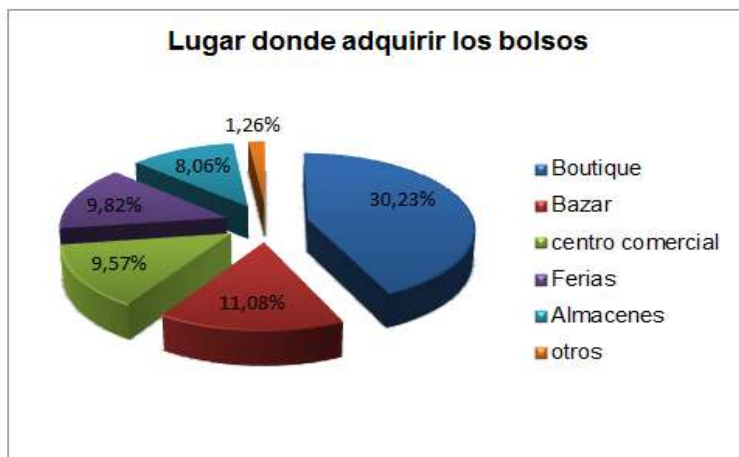
Cuadro N° 14
Lugar adquirir bolso

variable	F	%
Si utilizan bolsos	355	89,42%
Si adquiriría un bolso	278	70,03%
Boutique	120	30,23%
Bazar	44	11,08%
centro comercial	38	9,57%
Ferias	39	9,82%
Almacenes	32	8,06%
otros	5	1,26%
No utilizan bolsos	42	10,58%
No adquiriría un bolso	77	19,40%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 14



Análisis: Según los datos obtenidos por las encuestas se pudo identificar en dónde les gustaría adquirir este producto, supieron manifestar que 120 personas que representa el 30,23% desean conseguirlo en una boutique, 44 con el 11,08% en un bazar, 38 con un porcentaje de 9,57% en un centro comercial, 39 con el 9,82% en ferias, 32 con el 8,06% en almacenes y 5 personas con un porcentaje del 1,26% desean adquirirlo en otros lugares.

Interpretación: De acuerdo al gráfico podemos apreciar que un gran porcentaje de las encuestadas desean adquirir el bolso en una boutique, mientras que el menor porcentaje desean adquirirlo en otros lugares.

12. Cuando compra un producto de jean. ¿Qué Características espera de éste?

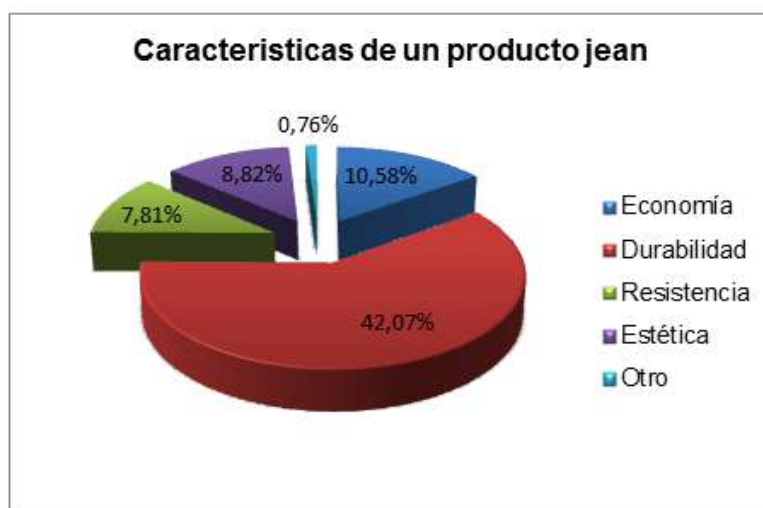
Cuadro N° 15
Características de un producto jean

variable	F	%
Si utilizan bolsos	355	89,42%
Si adquiriría un bolso	278	70,03%
Economía	42	10,58%
Durabilidad	167	42,07%
Resistencia	31	7,81%
Estética	35	8,82%
Otro	3	0,76%
No utilizan bolsos	42	10,58%
No adquiriría un bolso	77	19,40%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 15



Análisis: En lo referente al comprar un producto de jean que esperan de este producto supieron manifestar que 42 encuestadas que representa al 10,58% buscan es economía, 167 con el 42,07% buscan durabilidad, 31 que equivale al 7,81% buscan que sea resistente, 35 que es igual al 8,82% buscan estética y 3 personas con el 0,76% buscan otras características.

Interpretación: Respecto al gráfico se puede apreciar que la mayoría de las encuestadas buscan durabilidad al momento de comprar un producto jean, mientras que la minoría busca otro tipo de características en el producto.

13. ¿De qué tamaño le gustaría adquirir su bolso jean?

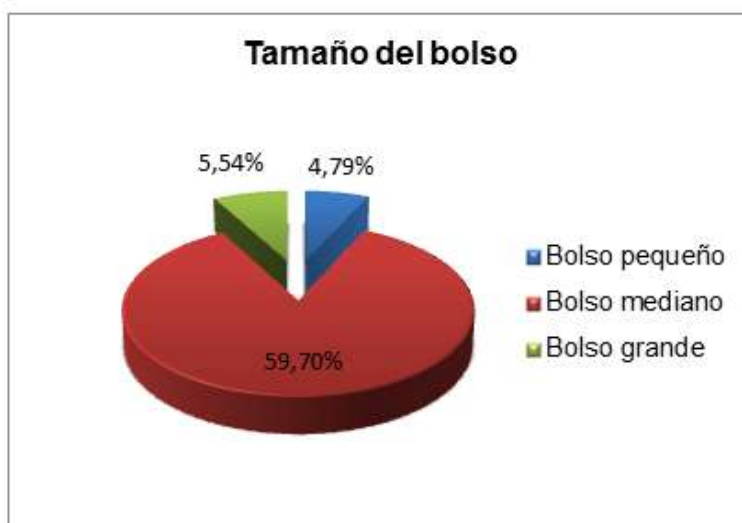
Cuadro N° 16
Tamaño de bolsos

variable	F	%
Si utilizan bolsos	355	89,42%
Si adquiriría un bolso	278	70,03%
Bolso pequeño	19	4,79%
Bolso mediano	237	59,70%
Bolso grande	22	5,54%
No utilizan bolsos	42	10,58%
No adquiriría un bolso	77	19,40%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 16



Análisis: Según los resultados de las encuestas realizadas en cuanto al tamaño de bolso que a las personas les gustaría adquirir, 19 que equivale al 4,79% desean comprar un bolso pequeño, 237 con el 59,70% desean un bolso mediano y 22 con el 5,54% prefieren un bolso grande,

Interpretación: En el gráfico se aprecia que el mayor porcentaje desean comprar un bolso mediano, mientras que en menor porcentaje desean un bolso pequeño.

14. ¿Si en nuestra ciudad de Loja se instala una empresa productora y comercializadora de bolsos personalizados con material reciclado de jean que brinde calidad y diseños según su gusto estaría dispuesto a comprar este producto?

Cuadro N°17
Compraría un bolso con material reciclado de jean

variable		F	%
Si utilizan bolsos		355	89,42%
Si adquiriría un bolso		278	70,03%
	si	258	64,99%
	no	20	5,04%
No utilizan bolsos		42	10,58%
No adquiriría un bolso		77	19,40%
TOTAL		397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 17



Análisis: Según los datos si se instalara una empresa productora y comercializadora de bolsos con material reciclado de jean, las personas encuestadas supieron manifestar que 258 que representan el 64,99% nos informan que si están dispuestos a comprar este producto porque aseguran que hay que apoyar a nuestras empresas ya que son generadoras de empleo para nuestra ciudad, mientras que 20 con el 5,04% no desean comprar este producto.

Interpretación: En el gráfico se puede observar que si se llegara a instalar una empresa productora y comercializadora de bolsos con material reciclado de jean, las mayorías de la población femenina si lo adquiriría, mientras que la menor parte no lo harían.

15. ¿Cuáles son los principales medios de información de su preferencia para enterarse del producto?

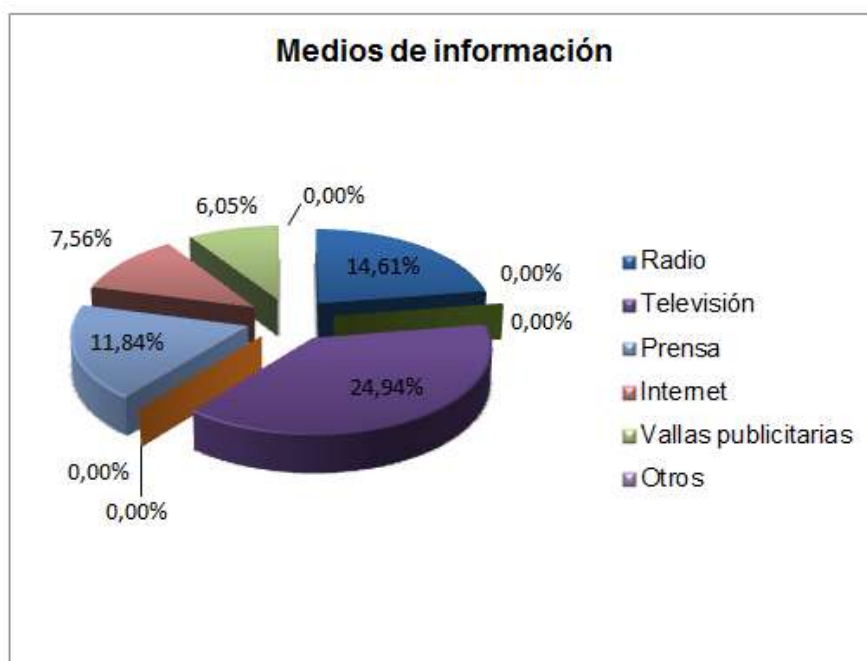
Cuadro N° 18
Medios de información

variable		F	%	
Si utilizan bolsos		321	81,86%	
Si adquirirían bolsos		244	61,46%	
Si compraría un bolso con material reciclado de jean		224	56,42%	
	Radio	Mañana	34	14,61%
		Tarde	16	
		Noche	8	
	Televisión	Mañana	14	24,94%
		Tarde	85	
		Noche	0	
	Prensa		47	11,84%
	Internet		30	7,56%
	Vallas publicitarias		24	6,05%
Otros		0	0,00%	
No utilizan bolsos		42	10,58%	
No adquirirían bolsos		77	19,40%	
No comprarían		20	5,04%	
TOTAL		397	100%	

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 18



Análisis: De acuerdo a lo referente de los principales medios de información observamos que: 58 personas que representa al 14,61% prefieren la radio en el horario de la mañana, 99 que equivale al 24,99% dicen que el mejor medio es la televisión con el horario en la tarde, 47 se inclinan por la prensa que es igual al 11,84%, 30 con el 7,56% prefieren el internet y 24 que es igual al 6,05% eligen las vallas publicitarias.

Interpretación: Lo que se puede observar en gráfico es que la mayoría prefieren la televisión, mientras que la minoría de las encuestadas prefiere las vallas publicitarias.

ENCUESTA FALDAS

1. ¿Usted utiliza faldas?

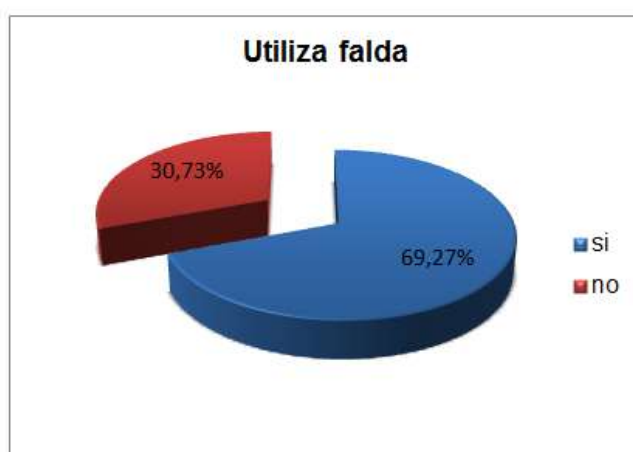
Cuadro N° 19
Utiliza faldas

variable	F	%
si	275	69,27%
no	122	30,73%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 19



Análisis: De las encuestas aplicadas, esta pregunta se refiere a que si la población femenina de entre 12 a 50 años utiliza faldas, en donde 275 personas que corresponde al 69,27% informaron que si utiliza faldas y 122 personas con el 30,73% no los utiliza; dando un total de 397 encuestadas lo que representa el 100%.

Interpretación: En el gráfico podemos apreciar que las mujeres de entre 12 a 50 años de la ciudad de Loja utilizan faldas y la minoría no las utiliza.

2. ¿Con que frecuencia usted compra una falda?

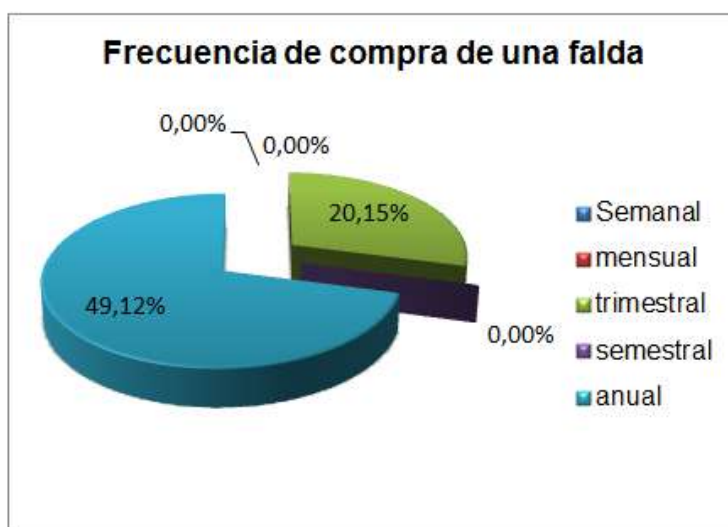
Cuadro N° 20
Frecuencia de compra de una falda

variable	F	%
Si utilizan faldas	275	69,27%
Semanal	0	0,00%
mensual	0	0,00%
trimestral	80	20,15%
semestral	0	0,00%
anual	195	49,12%
No utilizan faldas	122	30,73%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 20



Análisis: De acuerdo a la frecuencia de las que si compran faldas respondieron 80 con el 20,15% compran trimestralmente, 195 con el 49,12% compra anualmente, dando un total de 275 mujeres que si utilizan faldas lo que representa el 69,27%.

Interpretación: En el gráfico observamos que las mujeres de 12 a 50 años de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja en su mayoría compran una falda al año y en su minoría compran una falda trimestral.

3. ¿Cuántos suele comprar?

Cuadro N° 21
Trimestral

Variable	F	%	Xm	Xm.F
Si utilizan faldas	275	69,27%	-----	-----
Trimestral	80	20,15%	-----	-----
1 a 3	80	20,15%	2	160
4 a 6	0	0,00%	5	0
variables	195	49,12%	-----	-----
No utilizan faldas	122	30,73%	-----	-----
TOTAL	397	100%	-----	160

Fuente: Aplicación de encuestas
Elaborado: La autora

$$\dot{\chi} = \frac{\sum xf}{N} = \frac{160}{275} = 0,58 \times 4 = 2,33$$

Gráfico N° 21



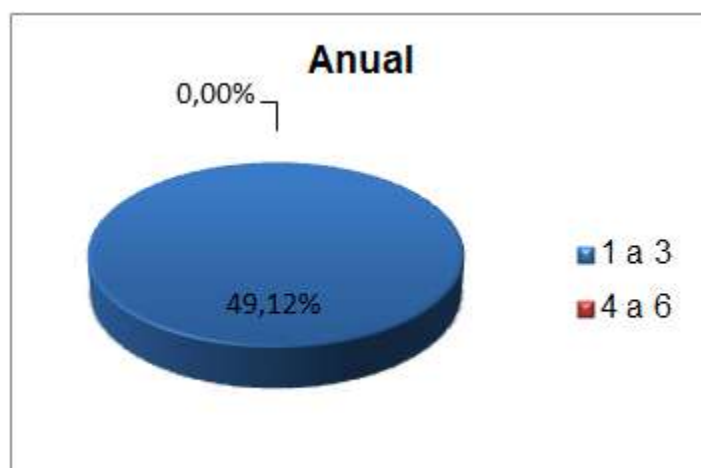
Cuadro N° 22
Anual

Variable	F	%	Xm	Xm.F
Si utilizan faldas	275	69,27%	-----	-----
anual	195	49,12%	-----	-----
1 a 3	195	49,12%	2	390
4 a 6	0	0,00%	5	0
variables	80	20,15%	-----	-----
No utilizan faldas	122	30,73%	-----	-----
TOTAL	397	100%	-----	390

Fuente: Aplicación de encuestas
Elaborado: La autora

$$\dot{\chi} = \frac{\sum xf}{N} = \frac{390}{275} = 1,42$$

Gráfico N° 22



Análisis: Con respecto a cuantas faldas suelen comprar respondieron 80 con el 20,15% que compra trimestralmente de 1 a 3 faldas y 195 con el 49,12% compra anualmente de 1 a 3 faldas

Interpretación: Podemos observar que la población femenina de 12 a 50 años de la ciudad de Loja en su mayoría compran faldas de 1 a 3 trimestralmente y anual.

4. ¿Qué material de falda suele comprar?

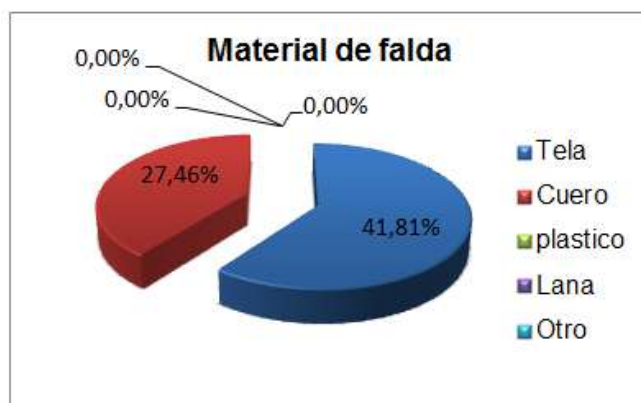
Cuadro N° 23
Material de falda

variable	F	
Si utilizan faldas	275	69,27%
Tela	166	41,81%
Cuero	109	27,46%
Plástico	0	0,00%
Lana	0	0,00%
Otro	0	0,00%
No utilizan faldas	122	30,73%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 23



Análisis: En lo que respecta al material de faldas que suelen comprar, 166 que equivale al 41,81% compra de tela y 109 con el 27,46% compra de cuero; sumando nos da un total de 275 con un porcentaje de 69,27%.

Interpretación: Según el grafico podemos decir que la mayoría de la población femenina compra faldas de material de tela mientras que la minoría compra faldas de cuero.

5. ¿Conoce usted acerca del reciclaje de desechos de ropa transformados en falda?

Cuadro N° 24
Conocimiento del reciclaje de ropa

variable	F	%
Si utilizan faldas	275	69,27%
si	152	38,29%
no	123	30,98%
Si utilizan faldas	122	30,73%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 24



Análisis: Según los datos obtenidos con la encuesta podemos apreciar que 152 personas que es el 38,29% si conocen acerca del reciclaje de ropa transformado en falda y mientras que 123 personas con el 30,98% no conocen acerca de este tema.

Interpretación: Lo que se puede ver en el grafico la mayoría de las encuestadas si conocen acerca del reciclaje de desechos de ropa transformados en faldas mientras que la minoría no tiene conocimiento de este tema.

6. ¿Usted adquiriría una falda realizados con material reciclado de jean?

Cuadro N° 25
Adquiriría una falda

variable	F	%
Si utilizan faldas	275	69,27%
si	200	50,38%
no	75	18,89%
No utilizan faldas	122	30,73%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 25



Análisis: En cuanto a esta pregunta que si adquiriría una falda con material reciclado de jean contestaron 200 personas que equivale al 50,38% si adquirirían una falda con material reciclado de jean, mientras que 75 encuestadas con el 18,89% no tienen ningún interés sobre este producto.

Interpretación: En cuanto al gráfico se puede observar que la mayoría de las encuestadas si adquirirían una falda con material reciclado de jean mientras que la minoría no lo adquiriría.

7. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por una falda con material reciclado de jean?

Cuadro N° 26
Precio de falda

variable	F	%	Xm	Xm. F	
Si utilizan faldas	275	69,27%	-----	-----	
Si adquiriría una falda	200	50,38%	-----	-----	
	\$5-\$10	135	34,01%	7,5	1013
	\$11-\$15	65	16,37%	13	845
	\$16-\$20	0	0%	18	0
	\$21-\$25	0	0%	23	0
No utilizan faldas	122	30,73%	-----	-----	
No adquiriría una falda	75	18,89%	-----	-----	
TOTAL	397	100%	-----	1858	

Fuente: Aplicación de encuestas
Elaborado: La autora

Gráfico N° 26



$$\dot{x} = \frac{\sum xf}{N} = \frac{1858}{200} = 9,29$$

Análisis: En lo referente al precio la población femenina de entre 12 a 50 años de la ciudad de Loja estarían dispuestas a pagar por una falda con material reciclable de jean, 135 personas que equivale al 34,01% estarían dispuestas a pagar de \$5 a \$10 dólares y 65 con el 16,37% pagarían de \$11 a \$15 dólares.

Interpretación: Lo que se puede observar en el gráfico y al aplicar la media aritmética podemos apreciar que la mayoría de las encuestadas estarían dispuestas a pagar por una falda de \$5 a \$10 dólares, mientras que la minoría de ellas pagaría entre \$11 a \$15 dólares.

11. ¿Dónde le gustaría adquirir estas faldas?

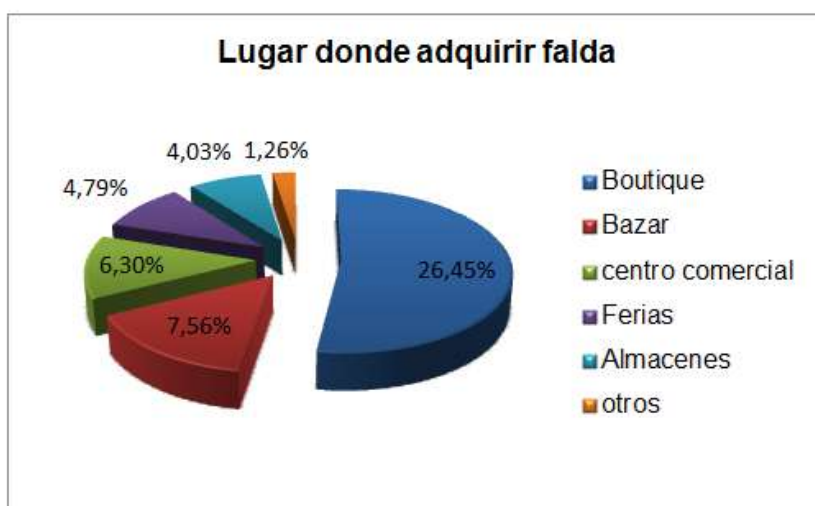
Cuadro N° 27
Lugar adquirir falda

variable	F	%
Si utilizan faldas	275	69,27%
Si adquiriría una falda	200	50,38%
Boutique	105	26,45%
Bazar	30	7,56%
centro comercial	25	6,30%
Ferias	19	4,79%
Almacenes	16	4,03%
otros	5	1,26%
No utilizan faldas	122	30,73%
No adquiriría una falda	75	18,89%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 27



Análisis: Según los datos obtenidos por las encuestas se pudo identificar en dónde les gustaría adquirir este producto, supieron manifestar que 105 personas que representa el 26,45% desean conseguirlo en una boutique, 30 con el 7,56% en un bazar, 25 con un porcentaje de 6,30% en un centro comercial, 19 con el 4,79% en ferias, 16 con el 4,03% en almacenes y 5 personas con un porcentaje del 1,26% desean adquirirlo en otros lugares.

Interpretación: De acuerdo al gráfico podemos apreciar que un gran porcentaje de las encuestadas desean adquirir la falda en una boutique, mientras que el menor porcentaje desean adquirirlo en otros lugares.

13. ¿De qué tamaño le gustaría adquirir su falda jean?

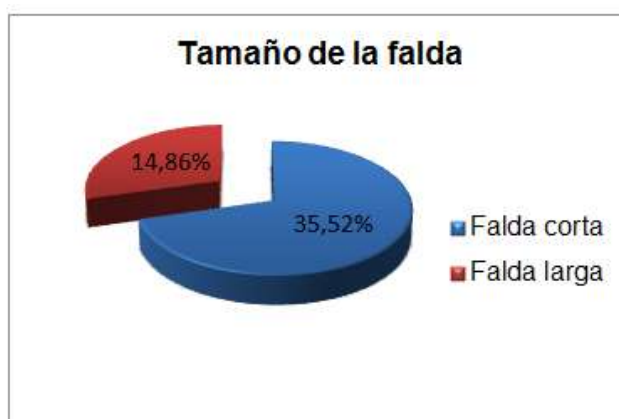
Cuadro N° 28
Tamaño de falda

variable	F	%
Si utilizan faldas	275	69,27%
Si adquiriría una falda	200	50,38%
Falda corta	141	35,52%
Falda larga	59	14,86%
Si utilizan faldas	122	30,73%
No adquiriría una falda	75	18,89%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 28



Análisis: Según los resultados de las encuestas realizadas en cuanto al tamaño de falda que a las personas les gustaría adquirir, 141 que representa el 35,52% quieren adquirir una falda corta, y 59 que es igual al 14,86% les gustaría adquirir una falda larga.

Interpretación: En el gráfico se aprecia que el mayor porcentaje desean comprar una falda corta, mientras que en menor porcentaje desean una falda larga.

14. ¿Si en nuestra ciudad de Loja se instala una empresa productora y comercializadora de faldas personalizadas con material reciclado de jean que brinde calidad y diseños según su gusto estaría dispuesto a comprar este producto?

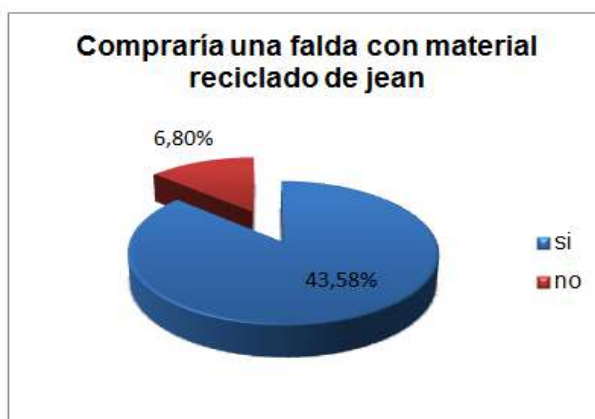
Cuadro N° 29
Compraría una falda con material reciclado de jean

variable	F	%
Si utilizan faldas	275	69,27%
Si adquiriría una falda	200	50,38%
	si	43,58%
	no	6,80%
Si utilizan faldas	122	30,73%
No adquiriría una falda	75	18,89%
TOTAL	397	100%

Fuente: Aplicación de encuestas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 29



Análisis: Según los datos si se instalara una empresa productora y comercializadora de faldas con material reciclado de jean, las personas encuestadas supieron manifestar que 173 que representan el 43,58% nos informan que si están dispuestos a comprar este producto porque aseguran que hay que apoyar a nuestras empresas ya que son generadoras de empleo para nuestra ciudad, mientras que 27 con el 6,80% no desean comprar este producto.

Interpretación: En el gráfico se puede observar que si se llegara a instalar una empresa productora y comercializadora de faldas con material reciclado de jean, las mayorías de la población femenina si lo adquiriría, mientras que la menor parte no lo harían.

5.3. Análisis de las encuestas de los ofertantes

1. ¿Qué material de bolso y falda suele vender con mayor frecuencia?

Cuadro N° 30
Material de bolso

variable	F	%
Tela	5	50,00%
Cuero	3	30,00%
plástico	0	0,00%
Lana	0	0,00%
Otro	2	20,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques
Elaborado: La autora

Gráfico N° 30

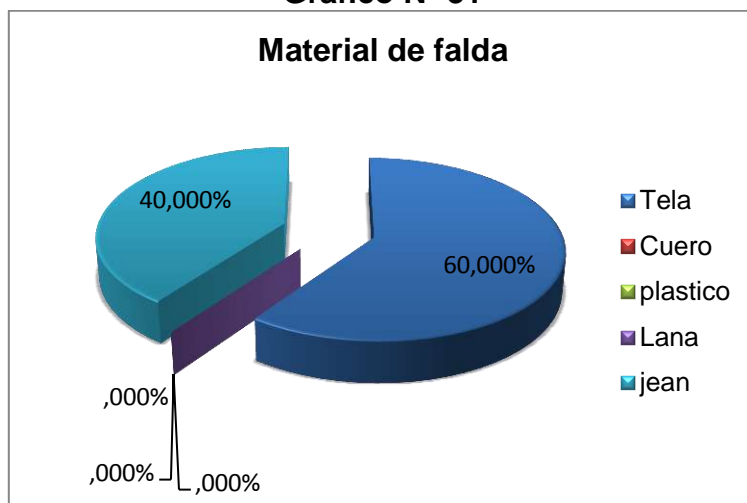


Cuadro N° 31
Material de falda

variable	F	%
Tela	6	60,00%
Cuero	0	0,00%
plástico	0	0,00%
Lana	0	0,00%
jean	4	40,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques
Elaborado: La autora

Gráfico N° 31



Análisis e interpretación: De las encuestas aplicadas a los dueños de las boutiques supieron manifestar que 6 boutiques venden bolsos de material de tela, 3 de cuero y 2 de otro tipo de material.

Así mismo en las boutiques respondieron que 6 venden faldas de tela y 4 venden faldas jeans.

2. ¿Cuántos bolsos y faldas suele vender mensualmente?

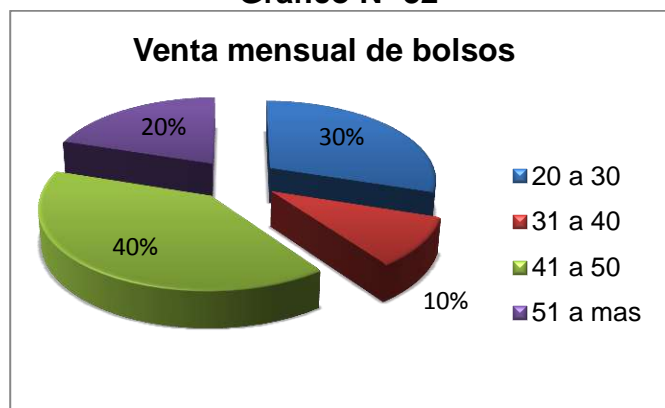
Cuadro N° 32
Venta mensual de bolsos

variable	F	%
20 a 30	3	30,00%
31 a 40	1	10,00%
41 a 50	4	40,00%
51 a mas	2	20,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

Gráfico N° 32



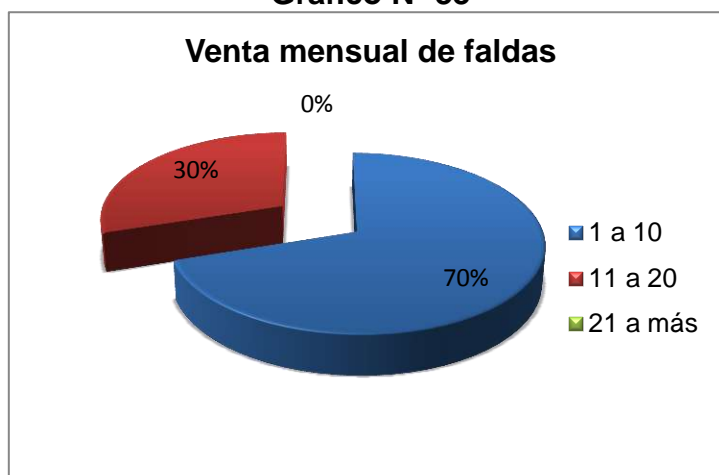
Cuadro N° 33
Venta mensual de faldas

variable	F	%
1 a 10	7	70,00%
11 a 20	3	30,00%
21 a más	0	0,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

Gráfico N° 33



Análisis e interpretación: Con esta pregunta sirvió para conocer cuántos bolsos venden mensualmente dónde 3 boutique que representan el 30% manifestaron que venden de 20 a 30 bolsos mensuales, 1 con el 10% vende de 31 a 40 bolsos, 4 boutique con el 40% vende de 41 a 50 bolsos y 2 con el 20% vende de 51 a más bolsos al mes.

Estas mismas boutiques 7 con el 70% venden 1 a 10 faldas al mes mientras las otras 3 que representa el 30% de estas vende de 11 a 20 faldas mensualmente.

3. ¿De qué tamaño el consumidor adquiere su bolso y falda con mayor frecuencia?

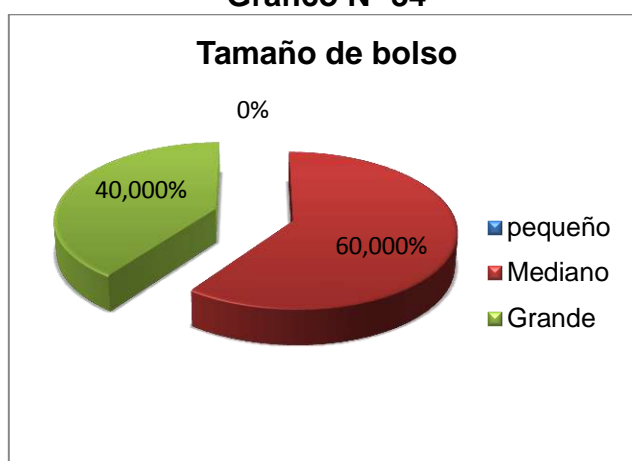
Cuadro N° 34
Tamaño de bolso

variable	F	%
Pequeño	0	0,00%
Mediano	6	60,00%
Grande	4	40,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

Gráfico N° 34



Cuadro N° 35
Tamaño de falda

variable	F	%
Corta	10	100,00%
Larga	0	0,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

Gráfico N° 35



Análisis e interpretación: Se preguntó a los dueños de las boutiques que cual era el tamaño de bolso que venden dónde respondieron que 6 con el 60% venden bolsos medianos y 4 con el 40% venden bolsos grandes.

El tamaño de falda que venden las 10 boutiques que representa al 100% de los encuestados es falda corta.

4. ¿Desde cuánto va el precio de los bolsos y faldas que usted vende?

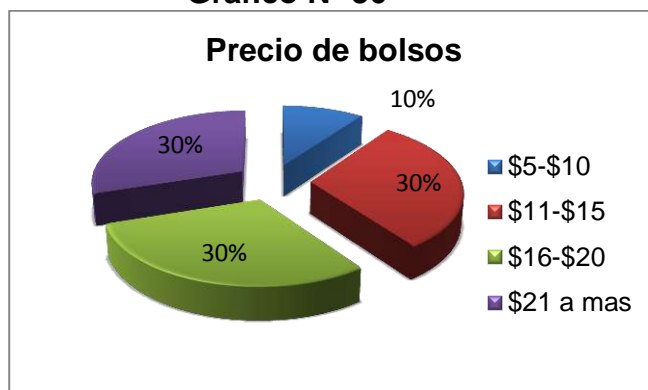
Cuadro N° 36
Precio de bolsos

variable	F	%
\$5-\$10	1	10,00%
\$11-\$15	3	30,00%
\$16-\$20	3	30,00%
\$21 a mas	3	30,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

Gráfico N° 36



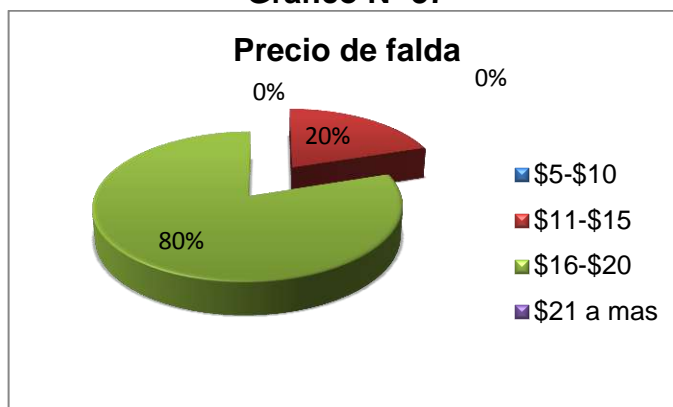
Cuadro N° 37
Precio de bolsos

variable	F	%
\$5-\$10	0	0,00%
\$11-\$15	2	20,00%
\$16-\$20	8	80,00%
\$21 a mas	0	0,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

Gráfico N° 37



Análisis e interpretación: El precio que va de los bolsos en 1 boutique que representa el 10% va desde \$5 a \$10 dólares, en 3 con el 30% va desde \$11 a \$15 dólares, en 3 con el 30% va desde \$16 a \$20 dólares y 3 boutiques con el 30% va desde \$21 dólares en adelante.

Los precios de las faldas en 2 boutiques que representa el 20% va desde \$11 a \$15 dólares, en 8 que representa el 801% de los encuestados el precio va desde \$16 a \$20 dólares.

5. Como consideran los consumidores el precio

Cuadro N° 38

Consideran el precio los consumidores

variable	F	%
Alto	0	0,00%
Bajo	0	0,00%
Normal	10	100,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

Gráfico N° 38



Cuadro N° 39
Consideran el precio los consumidores

variable	F	%
Alto	0	0,00%
Bajo	0	0,00%
Normal	10	100,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

Gráfico N° 39



Análisis e interpretación: Los dueños de las boutiques aseguran que los consumidores con el 100% consideran que el precio es normal según el tipo de bolso o falda que ellos escojan.

6. Cuando vende un bolso y falda jean. ¿Cuáles son las características que el consumidor ve al momento de comprar?

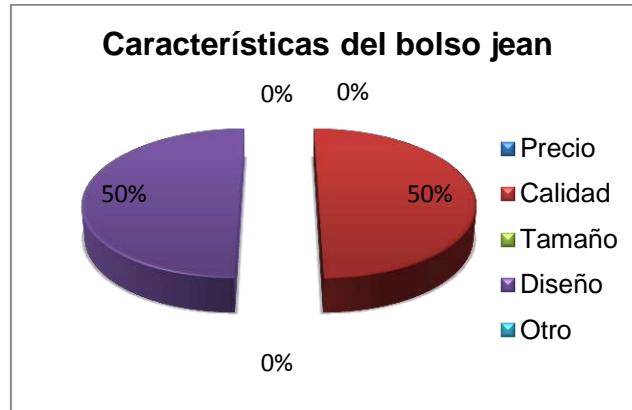
Cuadro N° 40
Características del bolso jean

variable	F	%
Precio	0	0,00%
Calidad	5	50,00%
Tamaño	0	0,00%
Diseño	5	50,00%
Otro	0	0,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

Gráfico N° 40

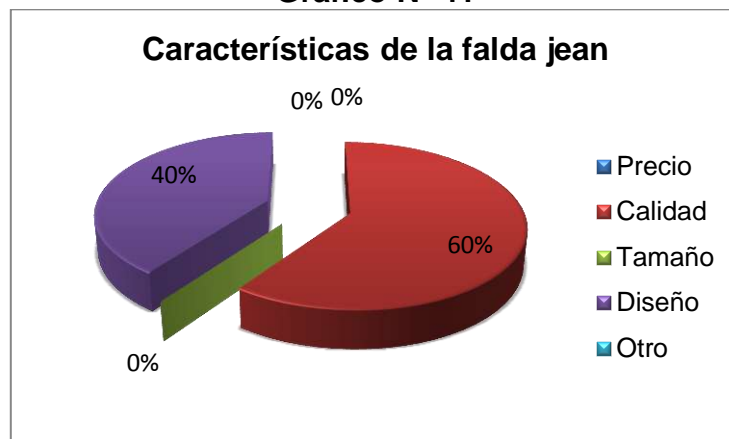


Cuadro N° 41
Características de la falda jean

variable	F	%
Precio	0	0,00%
Calidad	6	60,00%
Tamaño	0	0,00%
Diseño	4	40,00%
Otro	0	0,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques
Elaborado: La autora

Gráfico N° 41



Análisis e interpretación: Los ofertantes supieron manifestar que las características que suelen ver los consumidores antes de comprarlo en 5 boutiques que representa el 50% lo compran por la calidad y diseño.

En cuanto a las faldas en 6 boutiques que representa el 60% aseguran que los consumidores se fijan en la calidad y en las 4 con el 40% se fijan en el diseño cuando compran una falda.

7. Usted distribuye este producto a diferentes locales?

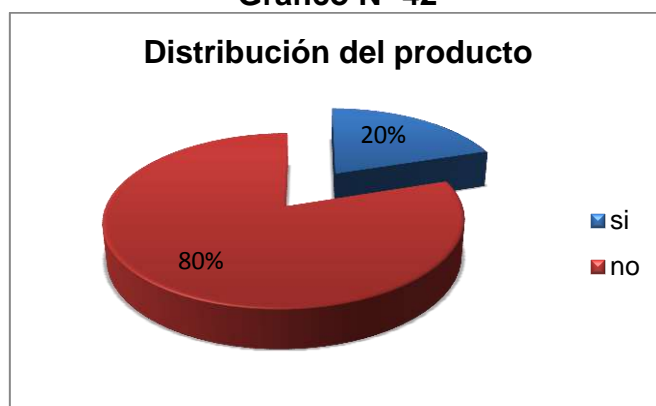
Cuadro N° 42
Distribución del producto

variable	F	%
si	2	20,00%
no	8	80,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

Gráfico N° 42



Análisis e interpretación: Al preguntarle a los ofertantes si distribuye su producto 2 que corresponde el 20% dijeron que si y 8 con el 80% respondieron que no distribuyen su producto.

¿Cuáles?

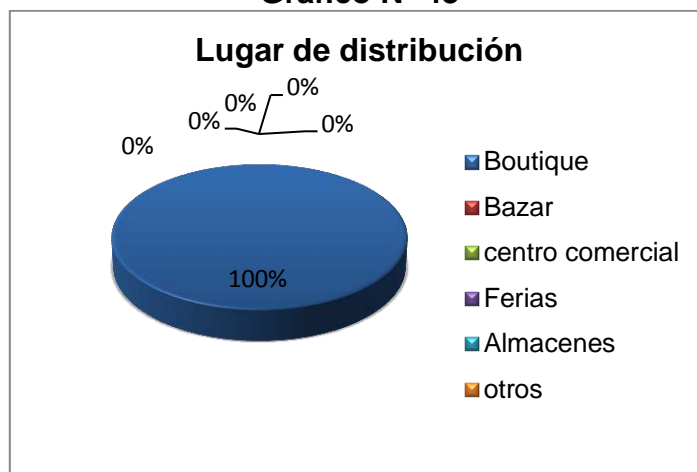
Cuadro N° 43
Lugar de distribución

variable	F	%
Boutique	2	100,00%
Bazar	0	0,00%
centro comercial	0	0,00%
Ferias	0	0,00%
Almacenes	0	0,00%
Otros	0	0,00%
TOTAL	2	100%

Fuente: Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

Gráfico N° 43



Análisis e interpretación: Al sitio que distribuye su producto estas 2 boutiques que equivalen al 100% es otro local como es una boutique.

8. ¿Usted realiza publicidad?

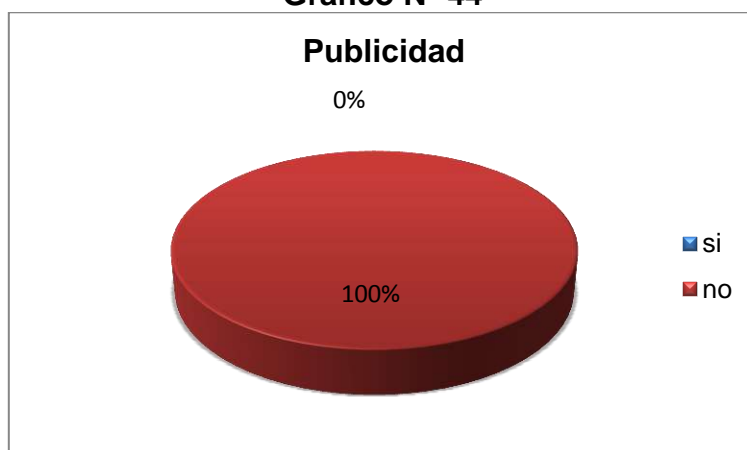
Cuadro N° 44
Publicidad

variable	F	%
si	0	0,00%
no	10	100,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

Gráfico N° 44



Análisis e interpretación: Al preguntarle a los ofertantes si realizaban publicidad respondieron que 10 que representa el 100% aseguran que no realizan ningún tipo de publicidad.

9. ¿Si en nuestra ciudad de Loja se instala una empresa productora y comercializadora de bolsos personalizados con material reciclado de jean que brinde calidad y diseños según su gusto estaría dispuesto a vender este producto?

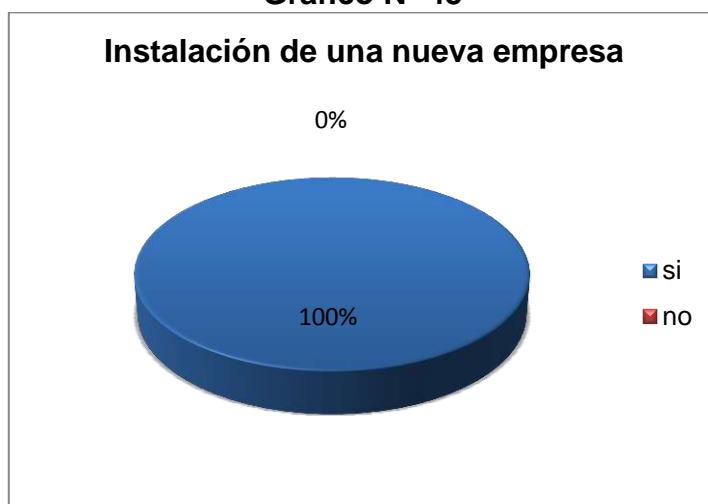
Cuadro N° 45
Instalación de una nueva empresa

variable	F	%
si	10	100,00%
no	0	0,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

Gráfico N° 45



Análisis e interpretación: Con esta pregunta sirvió para conocer si estos ofertantes están dispuestos a vender el producto que se va realizar cuando se instale una empresa productora y comercializadora de bolsos y faldas personalizados con material reciclado de jean que brinde calidad y diseños según su gusto, las 10 boutiques que representa el 100% manifestaron que si están dispuestos a vender este producto.

5.4. Resumen de los resultados de las encuestas

Cuadro Nº 1 y 19

Estos cuadros permitieron identificar la demanda potencial de los bolsos y faldas obteniendo un 89,42% que contestaron que si utilizan bolsos y un 69,27% que si utilizan faldas.

Cuadro Nº 3, 4, 5, 6, 21 y 22

Mediante estos cuadros se pudo identificar la cantidad de bolsos y faldas que compran anualmente las mujeres, calculando la media aritmética dio como resultado que las mujeres de entre 12 a 50 años compran anualmente 4 bolsos y 3 faldas al año.

Cuadro Nº 12 y 25

Dentro de estos cuadros permitió identificar la demanda real en dónde se muestra que el 70,03% si está dispuesta de adquirir un bolso con material reciclado de jean y el 50,38% asegura que si adquiriría una falda con material reciclado de jean.

Cuadro Nº 13 y 26

Con estos cuadros permitió establecer una base de los precios para los bolsos y las faldas, así mismo realizando el cálculo de la media aritmética, estarían dispuestas a pagar por un bolso más de \$ 10 USD, y por una falda más de \$ 9 USD.

Cuadro Nº 14 y 27

Mediante estos cuadros se pudo identificar que dónde les gustaría adquirir los bolsos y las faldas con material reciclado de jean, en dónde supieron contestar que quieren adquirir estos productos en una boutique.

Cuadro Nº 17 y 29

Estos cuadros son los más importantes porque permitió determinar si estos productos tendrán la acogida necesaria para establecerse en el mercado, además que permitió descubrir la demanda efectiva, dando un porcentaje de 64,99% que si comprarán los bolsos y un 43,58% si desean comprar las faldas.

g. DISCUSIÓN

7. DISCUSIÓN

7.1 ESTUDIO DE MERCADO

7.1.1. DEMANDA

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores, en un momento determinado.

Para poder generar esta información fue necesario realizar encuestas al mercado objetivo y potenciales compradores. Así tenemos que con respecto a la encuesta, para este análisis se ha considerado tomar a la ciudad de Loja y el segmento escogido es la población femenina de la ciudad de entre 12 a 50 años, por lo que el producto a realizarse como son los bolsos y faldas con material reciclable de jean es exclusivo para mujeres.

7.1.1.1 Demanda Potencial

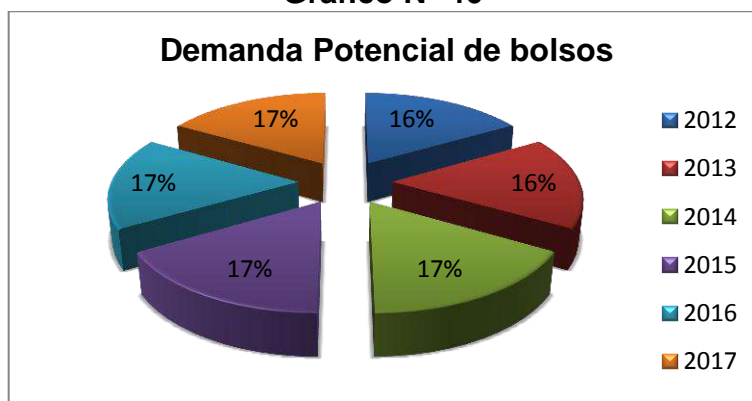
Cuadro N° 46

Demanda Potencial de bolsos				
N°	Años	Población femenina de entre 12 a 50 años	%	Demanda Potencial
0	2012	58465	89,42%	52279
1	2013	60014	89,42%	53665
2	2014	61604	89,42%	55087
3	2015	63237	89,42%	56547
4	2016	64913	89,42%	58045
5	2017	66633	89,42%	59584

Fuente: Población Cuadros N° 1

Elaborado: La autora

Gráfico N° 46



Análisis: Según el resultado de las encuestas realizadas a las mujeres de entre 12 a 50 años de edad de la ciudad de Loja se dedujo que la demanda potencial de los bolsos de material reciclado de jean para el año 2012 será de 52.279; para el año 2013 será de 53.665; para el año 2014 será de 55.087; el año 2015 será de 56.547; para el año 2016 será de 58.045; y finalmente para el año 2017 será de 59.584.

Interpretación: En el gráfico podemos observar que en el año 2017 habrá más demanda potencial que en el año 2012 que tiene minoría en la demanda potencial.

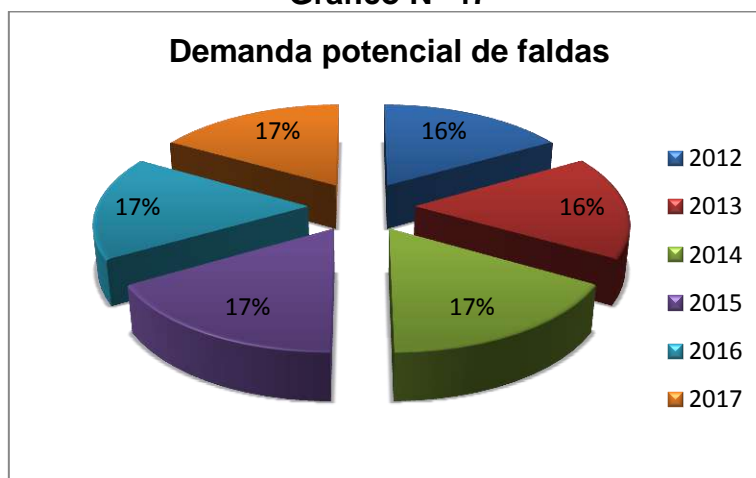
Cuadro N°47

Demanda Potencial de faldas				
Nº	Años	Población femenina de entre 12 a 50 años	%	Demanda Potencial
0	2012	58465	69,27%	40498
1	2013	60014	69,27%	41571
2	2014	61604	69,27%	42673
3	2015	63237	69,27%	43804
4	2016	64913	69,27%	44965
5	2017	66633	69,27%	46156

Fuente: Población Cuadros N° 19

Elaborado: La autora

Gráfico N° 47



Análisis: Según el resultado de las encuestas aplicadas a las mujeres de entre 12 a 50 años de edad de la ciudad de Loja se dedujo que la demanda potencial de las faldas de material reciclado de jean para el año 2012 será de 40.498 para el año 2013 será de 41.571; para el año 2014 será de 42.673; el año 2015

será de 43.804; para el año 2016 será de 44.965; y finalmente para el año 2017 será de 46.156.

Interpretación: En el gráfico podemos observar que en el año 2017 habrá más demanda potencial de faldas que en el año 2012 que tiene minoría en la demanda potencial.

7.1.1.2. Demanda Real

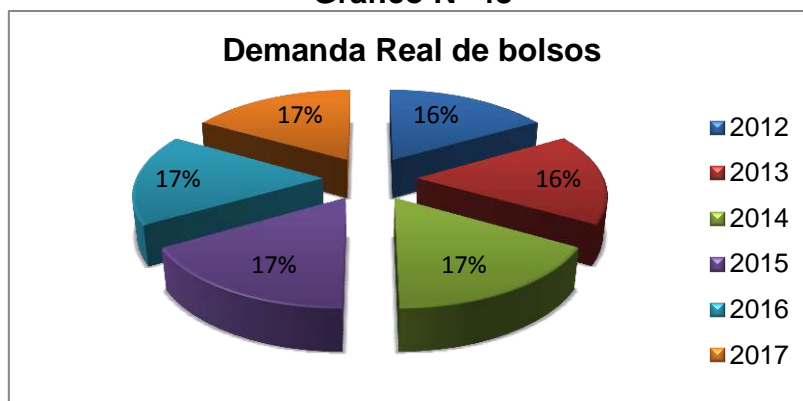
Cuadro Nº 48

Demanda Real de bolsos				
Nº	Años	Demanda Potencial	%	Demanda Real
0	2012	52279	70,03%	36609
1	2013	53665	70,03%	37579
2	2014	55087	70,03%	38575
3	2015	56547	70,03%	39597
4	2016	58045	70,03%	40646
5	2017	59584	70,03%	41723

Fuente: Cuadros Nº 12, 46

Elaborado: La autora

Gráfico Nº 48



Análisis: De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a las mujeres ciudad de Loja se concluyó que la demanda real de los bolsos de material reciclado de jean para el año 2012 será de 36.609; para el año 2013 será de 37.579; para el año 2014 será de 38.575; el año 2015 será de 39.597; para el año 2016 será de 40.646; y finalmente para el año 2017 será de 41.723.

Interpretación: Se observa que el gráfico en el año 2017 tiene una mayor demanda real comparado con el año 2012 que tiene minoría.

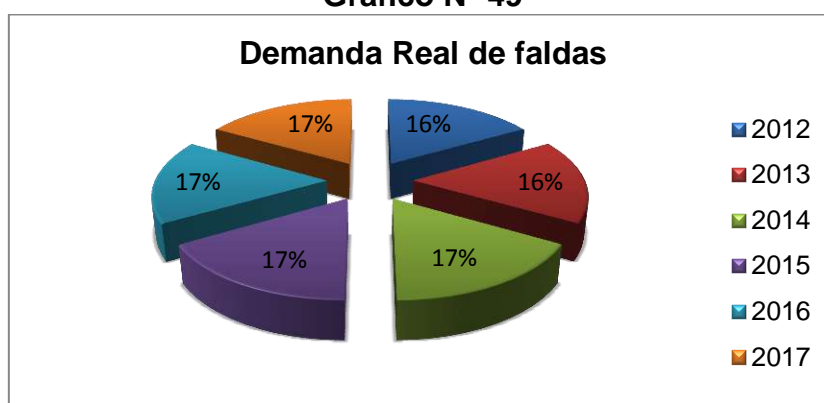
Cuadro N° 49

Demanda Real de faldas				
N°	Años	Demanda Potencial	%	Demanda Real
0	2012	40498	50,38%	20402
1	2013	41571	50,38%	20943
2	2014	42673	50,38%	21498
3	2015	43804	50,38%	22067
4	2016	44965	50,38%	22652
5	2017	46156	50,38%	23253

Fuente: Cuadros N° 25, 47

Elaborado: La autora

Gráfico N° 49



Análisis: De acuerdo a las encuestas aplicadas a las mujeres de la ciudad de Loja se concluyó que la demanda real de las faldas de material reciclado de jean para el año 2012 será de 20.402; para el año 2013 será de 20.943; para el año 2014 será de 21.498; el año 2015 será de 22.067; para el año 2016 será de 22.652; y finalmente para el año 2017 será de 23.253.

Interpretación: Se puede ver que el gráfico en el año 2017 tiene una mayor demanda real en cambio en el año 2012 la misma será minoritaria.

7.1.1.3. Demanda Efectiva

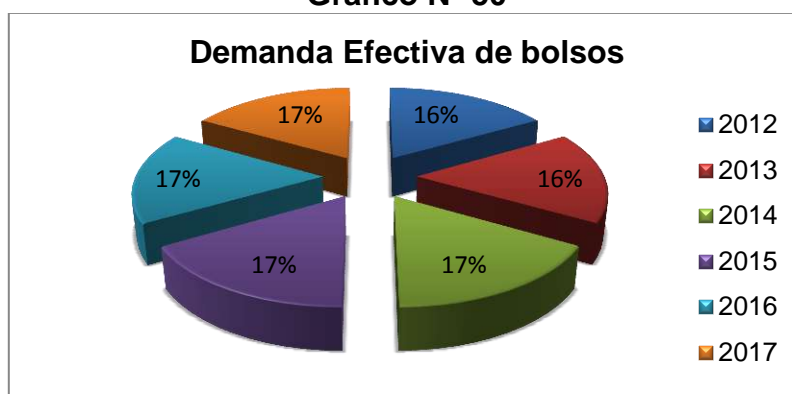
Cuadro N° 50

Demanda Efectiva de bolsos				
N°	Años	Demanda Real	%	Demanda Efectiva
0	2012	36609	64,99%	23791
1	2013	37579	64,99%	24422
2	2014	38575	64,99%	25069
3	2015	39597	64,99%	25733
4	2016	40646	64,99%	26415
5	2017	41723	64,99%	27115

Fuente: Cuadros N° 17, 48

Elaborado: La autora

Gráfico N° 50



Análisis: De acuerdo a los datos arrojados por las encuestas aplicadas a las mujeres ciudad de Loja se puede definir que la demanda efectiva de los bolsos de material reciclado de jean para el año 2012 será de 23.791; para el año 2013 será de 24.422; para el año 2014 será de 25.069; el año 2015 será de 25.733; para el año 2016 será de 26.415; y finalmente para el año 2017 será de 27.115.

Interpretación: Se puede observar que el gráfico en el año 2017 tiene una mayor demanda efectiva que en el año 2012 la misma será minoritaria.

Cuadro N° 51

Demanda Efectiva de faldas				
Nº	Años	Demanda Real	%	Demanda Efectiva
0	2012	20402	43,58%	8891
1	2013	20943	43,58%	9126
2	2014	21498	43,58%	9368
3	2015	22067	43,58%	9616
4	2016	22652	43,58%	9871
5	2017	23253	43,58%	10133

Fuente: Cuadros N° 29, 49

Elaborado: La autora

Gráfico N° 51



Análisis: De acuerdo a las encuestas aplicadas a las mujeres de entre 12 a 50 años de la ciudad de Loja se puede concluir que la demanda efectiva de las faldas de material reciclado de jean para el año 2012 será de 8.891; para el año 2013 será de 9.126; para el año 2014 será de 9.368; el año 2015 será de 9.616; para el año 2016 será de 9.871; y finalmente para el año 2017 será de 10.133.

Interpretación: Se puede observar que el gráfico en el año 2017 tiene una mayor demanda efectiva que en el año 2012 la misma será minoritaria.

7.1.1.4. Consumo Promedio PER-CAPITA

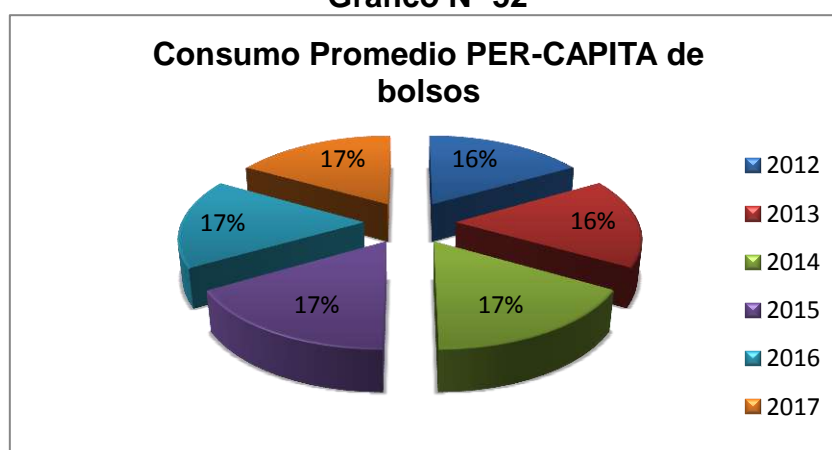
Cuadro N° 52

Consumo promedio PER-CAPITA de bolsos				
N°	Años	Demanda Efectiva	Promedio consumo (unidad)	Demanda Real Efectiva
0	2012	23791	4	95164
1	2013	24422	4	97686
2	2014	25069	4	100275
3	2015	25733	4	102932
4	2016	26415	4	105660
5	2017	27115	4	108460

Fuente: Cuadros N° 3, 4, 5, 6, 50

Elaborado: La autora

Gráfico N° 52



Análisis: De acuerdo al cuadro referente al consumo Promedio PER-CAPITA se observa que: en el año 2012 la demanda efectiva es de 23.791, con un promedio de consumo de 4 bolsos, dando como resultado la demanda real efectiva de 95.164; en el año 2013 la demanda efectiva es de 24.422 con un promedio de consumo de 4 bolsos dando como resultado la demanda real efectiva de 97.686; en el año 2014 la demanda efectiva es de 25.069, con un promedio de consumo de 4 bolsos, dando como resultado la demanda real efectiva de 100.275; en el año 2015 la demanda efectiva es de 25.733, con un promedio de consumo de 4 bolsos, dando como resultado la demanda real efectiva de 102.932; el año 2016 la demanda efectiva es de 26.415, con un promedio de consumo de 4 bolsos, dando como resultado la demanda real efectiva de 105.660, y finalmente para el año 2017 la demanda efectiva es de

27.115, con un promedio de consumo de 4 bolsos, dando como resultado la demanda real efectiva de 108.460.

Interpretación: En el gráfico podemos apreciar que la demanda real efectiva del año 2017 es mayor a la del año 2012.

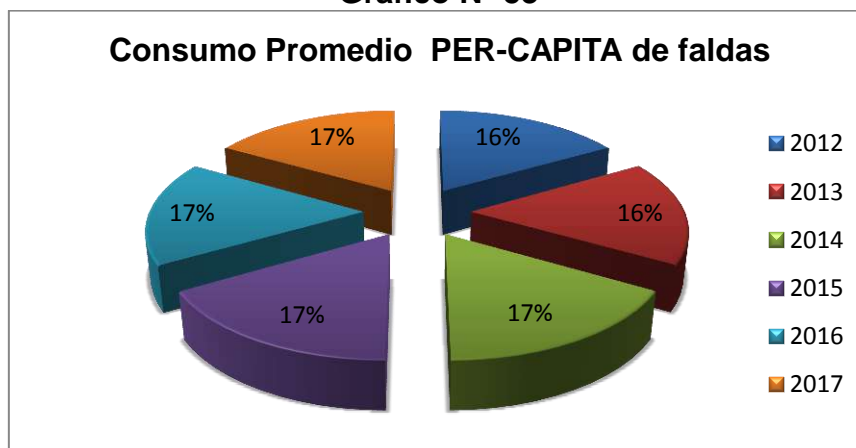
Cuadro N° 53

Consumo promedio PER-CAPITA de faldas				
N°	Años	Demanda Efectiva	Promedio consumo (unidad)	Demanda Real Efectiva
0	2012	8891	3	26672
1	2013	9126	3	27379
2	2014	9368	3	28104
3	2015	9616	3	28849
4	2016	9871	3	29613
5	2017	10133	3	30398

Fuente: Cuadros N° 21, 22, 51

Elaborado: La autora

Gráfico N° 53



Análisis: De acuerdo al cuadro referente al consumo Promedio PER-CAPITA se observa que: en el año 2012 la demanda efectiva es de 8.891, con un promedio de consumo de 3 faldas, dando como resultado la demanda real efectiva de 26.672; en el año 2013 la demanda efectiva es de 9.126 con un promedio de consumo de 3 faldas dando como resultado la demanda real efectiva de 27.379; en el año 2014 la demanda efectiva es de 9.368, con un promedio de consumo de 3 faldas, dando como resultado la demanda real efectiva de 28.104; en el año 2015 la demanda efectiva es de 9.616, con un promedio de consumo de 3 faldas, dando como resultado la demanda real

efectiva de 28.849; el año 2016 la demanda efectiva es de 9.871, con un promedio de consumo de 3 faldas, dando como resultado la demanda real efectiva de 29.613, y finalmente para el año 2017 la demanda efectiva es de 10.133, con un promedio de consumo de 3 faldas, dando como resultado la demanda real efectiva de 30.398.

Interpretación: En el gráfico podemos apreciar que la demanda real efectiva del año 2017 es mayor a la del año 2012.

7.1.2. Análisis de la Oferta

Se define a la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado. Hay que diferenciar la oferta del término cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

Con el objetivo de conocer la oferta de bolsos y faldas jeans en la ciudad de Loja, se aplicó una encuesta a la muestra correspondiente del total de los negocios dedicados a la venta de ropa y accesorios.

Oferta total:

Debido a que en la ciudad de Loja cuenta con una gran cantidad de negocios dedicados a esta actividad, se tomó como muestra para la aplicación de las encuestas a 10 boutiques, considerando que la tasa de crecimiento económico a nivel nacional es del 5,5%, según datos estadísticos del Banco Central del Ecuador.

Cuadro N° 54
VENTA DE BOLSOS

Año	Textiles O & M	Boutique Lizett	Boutique Generación	Boutique Naty's	Look Boutique	Boutique Europalatina	Boutique María José	Gin's boutique	Boutique Miracle	Boutique Merceditas	TOTAL DE BOLSOS
	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	
2012	720	360	576	576	432	300	360	540	576	600	5.040
2013	760	380	608	608	456	317	380	570	608	633	5.317
2014	801	401	641	641	481	334	401	601	641	668	5.610
2015	845	423	676	676	507	352	423	634	676	705	5.918
2016	892	446	714	714	535	372	446	669	714	743	6.244
2017	941	471	753	753	565	392	471	706	753	784	6.587

Fuente: Banco Central del Ecuador, Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

**Cuadro N° 55
VENTA DE FALDAS**

Año	Textiles O & M	Boutique Lizett	Boutique Generación	Boutique Naty's	Look Boutique	Boutique Europalatina	Boutique María José	Gin's boutique	Boutique Miracle	Boutique Mercedesitas	TOTAL DE FALDAS
	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	
2012	96	96	144	120	144	72	96	144	120	144	1.176
2013	101	101	152	127	152	76	101	152	127	152	1.241
2014	107	107	160	134	160	80	107	160	134	160	1.309
2015	113	113	169	141	169	85	113	169	141	169	1.381
2016	119	119	178	149	178	89	119	178	149	178	1.457
2017	125	125	188	157	188	94	125	188	157	188	1.537

Fuente: Banco Central del Ecuador, Dueños de Boutiques

Elaborado: La autora

7.1.2.1. Balance entre oferta y demanda

Para obtener la demanda insatisfecha se resta la demanda proyectada de la oferta total, todo esto representado en unidades.

Se estima una oferta de 5.040 bolsos anuales, para cubrir una demanda de 95.164, de 4 bolsos anuales por mujer como mínimo.

Cuadro N° 56
Demanda insatisfecha de Bolsos

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA DE BOLSOS	DEMANDA INSATISFECHA
2012	95.164	5.040	90.124
2013	97.686	5.317	92.369
2014	100.275	5.610	94.665
2015	102.932	5.918	97.014
2016	105.660	6.244	99.416
2017	108.460	6.587	101.873

Fuente: Cuadro N° 52

Elaborado: La autora

Se calcula una oferta de 1.176 faldas anuales, para cubrir la demanda de 33.340, de 3 faldas anuales por mujer como mínimo.

Cuadro N° 57
Demanda insatisfecha de Faldas

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA DE FALDAS	DEMANDA INSATISFECHA
2012	33.340	1.176	32.164
2013	34.223	1.241	32.983
2014	35.130	1.309	33.821
2015	36.061	1.381	34.680
2016	37.017	1.457	35.560
2017	37.998	1.537	36.461

Fuente: Cuadro N° 53

Elaborado: La autora

Los resultados obtenidos brindan una perspectiva positiva para el desarrollo de este proyecto puesto que la demanda insatisfecha muestra un gran mercado por acaparar y posibles consumidores que no están de acuerdo con el producto de la competencia oferta, ya sea por problemas de precio, localización no adecuada, calidad, etc., lo que representa una oportunidad para encaminar el proyecto.

7.1.3. Plan de Mercadotecnia

7.1.3.1. Producto

El jean es parte de muchos de nuestros guardarropas. Desde su creación se ha ido adaptando para satisfacer las necesidades de gusto, protección y confort de cada uno de sus compradores, con un 80% de algodón y 20% de poliéster, de pantalones ya no usados, dónde nosotros nos encargamos de la transformación de esta prenda en un bolso o una falda según sea el gusto del consumidor.

La empresa **Ecolojean** ofrece un producto que se va a dar a conocer en el mercado como son los bolsos y faldas con material reciclado de Jeans para mujeres, en las que se determinan el tamaño de los bolsos, pequeño, mediano y grande y en caso de las faldas si las quieren corta o larga de acuerdo al gusto y preferencias de las consumidoras.

La empresa ofrecerá una gran variedad de diseños de bolsos y faldas de la más alta calidad con normas para el cuidado del medio ambiente, que cubran todas las expectativas de nuestros clientes, y estén al alcance de su economía. Además la atención será personalizada y esmerada para que nuestros clientes depositen la confianza en nuestra empresa y productos. Ya que en el creciente mercado local seremos sinónimo de excelencia y alta calidad, lo que será muy gratificante porque es un orgullo que se valore los productos que son hechos por ecuatorianos.

Gráfico N° 54



El producto será elaborado con tela de pantalones jean que ya no sean utilizados y por retazos sobrantes de empresas que fabrican estos pantalones

con material jean, que serán de distintos colores y texturas que se confeccionará bajo normas de calidad así como también dependerá de nuestra creatividad. Ya que a veces los diseños que encontramos en los distintos negocios no reflejan nuestra personalidad, y con toda esta expectativa permitirá hacer todas las combinaciones necesarias y para que la clienta se sienta identificada.

Descripción de la marca

Marca:

La marca de estos productos será bolso Ecojean y falda Ecojean

Logotipo:

Gráfico N° 55



7.1.3.2. Precio

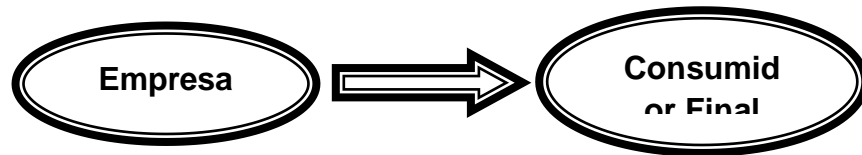
Para establecer un precio se determinó un rango de precios que fueran acorde con la competencia directa de la empresa, a este rango se le aplicó un estudio de mercado para saber el poder adquisitivo de las personas y la cantidad máxima que estarían dispuestos a pagar por este producto, con estos antecedentes y después de realizar el análisis financiero se colocó el precio del bolso que será de \$12,78 y el precio de la falda será de \$ 10,45

7.1.3.3. Plaza

La comercialización de los bolsos y faldas jeans se utilizará dos canales de distribución:

- 1) Directo:** El producto es comercializado directamente de la empresa al consumidor final sin la intervención de intermediarios, se lo utilizara con la finalidad de posicionarse en el mercado.

Gráfico N° 56



2) **Indirecto:** El producto es comercializado por medio de intermediarios se utilizara una vez que la empresa este posicionada en el mercado.

Gráfico N° 57



7.1.3.4. Promoción

Son incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.

Se promocionará el producto a través de ferias, exposiciones y desfiles de moda de manera que se dé a conocer la calidad, la personalización del producto y también se concientizará a la gente acerca del reciclaje de desechos textiles.

7.1.4.5. Publicidad

La publicidad es la parte esencial para poder hacer conocer el producto y así mismo venderlo. Para la empresa, la publicidad es una estrategia determinante en el desarrollo de todo el proceso de venta. Debido a esto se realizaran las siguientes actividades:

- Cuñas publicitarias en la radio Centinela por un tiempo de un año en el horario de la mañana de 06H00 a 11H00, con el fin de llegar a la mente del consumidor.
- Anuncios en el Diario La Hora por un periodo de un año, con la finalidad de dar a conocer la empresa, el producto y lograr mayor aceptación por parte de los consumidores.

- Entregar volantes, dónde se especifique la ubicación de la empresa y las características del producto.

7.2. ESTUDIO TECNICO

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo

7.2.1. Tamaño y Localización

7.2.1.1. Tamaño

7.2.1.1.1. Capacidad instalada

Condiciones de bolsos:

- Trabaja 5 días a la semana
- Horario: 8 horas diarias
- Se trabajan los 240 días al año
- 1 operaria
- Capacidad de una máquina de coser 8 bolsos por día

Cuadro N° 58
Capacidad Instalada de bolsos

Variable	Cantidad unidad
Capacidad maquina al día	8
semana	40
Mes	160
Año	1.920

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: La autora

Analizando el cálculo, 1 operaria trabaja 8 horas diarias, dónde emplea un tiempo de 45 a 1 hora para confeccionar un bolso, lo que significa que diariamente producen 8 bolsos diarios, este valor es multiplicado por 240 días laborales del año, esto da un resultado de 1.920 bolsos anuales.

Condiciones de faldas:

- Trabaja 5 días a la semana
- Horario: 8 horas diarias
- Se trabajan los 240 días al año
- 1 operaria
- Capacidad de una máquina de coser 8 faldas por día

Cuadro N° 59
Capacidad Instalada de faldas

Variable	Cantidad unidad
Capacidad maquina al día	8
semana	40
Mes	160
Año	1.920

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: La autora

Así mismo realizando el cálculo correspondiente, 1 operaria trabaja 8 horas diarias, donde emplea un tiempo de 30 a 45 minutos para confeccionar una falda, lo que significa que diariamente producen 8 faldas diarias, este valor es multiplicado por 240 días laborales del año, esto da un resultado de 1.920 faldas anuales.

Participación en el mercado

Cuadro N°60
Participación de bolsos

Año	Demanda insatisfecha	Capacidad instalada 100%	% Participación
1	92.369	1.920	2,08%
2	94.665	1.920	2,03%
3	97.014	1.920	1,98%
4	99.416	1.920	1,93%
5	101.873	1.920	1,88%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: La autora

Cuadro N° 61
Participación de faldas

Año	Demanda insatisfecha	Capacidad instalada 100%	% Participación
1	32.983	1.920	5,82%
2	33.821	1.920	5,68%
3	34.680	1.920	5,54%
4	35.560	1.920	5,40%
5	36.461	1.920	5,27%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: La autora

7.2.1.1.2. Capacidad utilizada

Cuadro N° 62
Capacidad utilizada bolsos

Año	Capacidad instalada al 100%	Capacidad Utilizada	Planificación
1	1.920	1.728	90%
2	1.920	1.824	95%
3	1.920	1.920	100%
4	1.920	1.920	100%
5	1.920	1.920	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: La autora

Cuadro N° 63
Capacidad utilizada faldas

Año	Capacidad instalada al 100%	Capacidad Utilizada	Planificación
1	1.920	1.728	90%
2	1.920	1.824	95%
3	1.920	1.920	100%
4	1.920	1.920	100%
5	1.920	1.920	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: La autora

7.1.2. Localización

Macrolocalización

La Macrolocalización se refiere a la ubicación de la macro zona dentro del cual se establecerá este proyecto.

La empresa productora y comercializadora de bolsos y faldas de material reciclable de jean estará situada en la parte oriental de la provincia de Loja, en el sur de Ecuador, específicamente en la capital de la provincia, tiene un clima temperado-ecuatorial subhúmedo. Con una temperatura media del aire de 16 °C. La oscilación anual de la temperatura lojana es de 1,5 °C, generalmente cálido durante el día y más frío y húmedo a menudo por la noche. La ciudad cuenta con grandes atractivos turísticos, debido a su arte y cultura, que se siente principalmente en su Centro Histórico, sabiendo que también se encuentra rodeada de poblaciones con una rica tradición como Saraguro y Vilcabamba. Es por eso que es catalogada como uno de los principales destinos turísticos de los ecuatorianos y peruanos.

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

- En el sector de influencia del proyecto no existen empresas que produzcan este tipo de bolsos y faldas reciclables, por tal razón se ha visto la oportunidad de crear una empresa que ofrezca un producto diferenciado orientado a satisfacer los requerimientos del cliente.
- El sector es de rápido y fácil acceso, cuenta con la infraestructura adecuada y necesaria para la implementación del proyecto, dispone de los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable y alcantarillado.
- Facilidad en la obtención de materia prima y mano de obra necesarias para el desarrollo del proyecto.
- En la ciudad de Loja también tenemos como servicios fundamentales como bancos, universidades, colegios, escuelas, hospitales, clínicas, cuerpo de bomberos, policías, etc.

Gráfico N° 58



Microlocalización

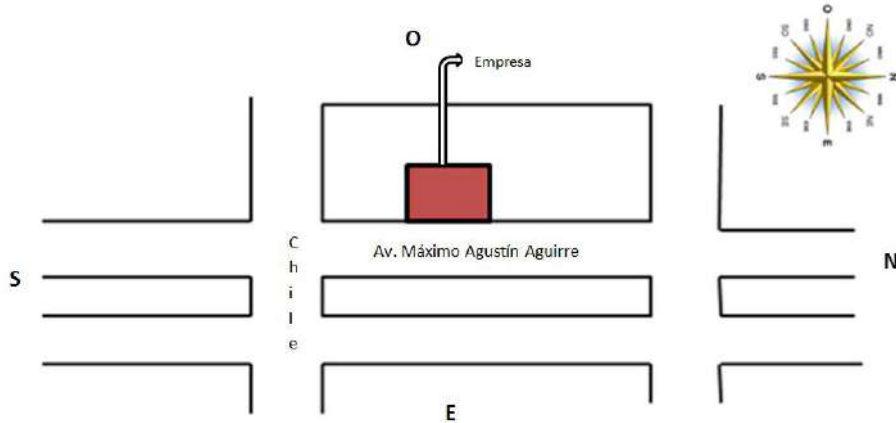
La Microlocalización indica cual es la mejor alternativa de instalación dentro de la Macrolocalización escogida.

Luego de haber determinado la macro localización en la que se instalará la empresa, es posible evaluar el lugar seleccionado. Siendo el lugar escogido la ciudad de Loja, es necesario identificar y analizar diversos factores de tal manera que la instalación de la empresa sea efectiva.

El tipo de terreno selecto para la instalación de la empresa consta de una superficie plana ubicada al centro de la ciudad de Loja en el sector la Tebaida en la Av. Máximo Agustín Aguirre y Chile. Consta con servicios básicos como son energía eléctrica, agua potable y alcantarillado, con adecuadas vías de acceso.

La infraestructura para instalar la empresa con todo su equipo y herramientas, será arrendada. Considerando, que no se ve necesario la compra de terreno o construcción del local.

Gráfico N° 59



7.2.2. Materia prima

Se refiere a la provisión de materias primas o insumos suficientes en cantidad y calidad para cubrir las necesidades del proyecto durante los años de vida del mismo. La fluidez de la materia prima, su calidad y cantidad son vitales para el desarrollo del proyecto. Es recomendable levantar un listado de todos los proveedores así como las cotizaciones de los productos requeridos para el proceso productivo.

En Ecuador según la revista económica del IDE (Escuela de Dirección de empresas) PERSPECTIVA indica que las personas poseen un promedio de 7 pares de jeans aproximadamente, lo que represente un valor importante para la obtención de materia prima para este proyecto. Como materia prima se utilizarán los jeans viejos que nadie les da ningún uso y algunas personas proceden a botarlos. A través de la publicidad se motivará a las personas que estén interesadas a ayudar en una grata manera para conservar el medio ambiente, a que vendan sus jeans usados a la empresa Ecolojean.

Si no se dispone de la suficiente materia prima para la elaboración de bolsos y faldas se adquirirá retazos de jean de empresas fabricantes de pantalones jeans, con esto se determinó como proveedores principales a las empresas Royaltex S.A. que se encuentra en la ciudad de Quito y la empresa Ram jean que se encuentra en la ciudad de Pelileo.

Así mismo la ciudad de Loja dispone de almacenes y proveedores de insumos de materiales para la elaboración de bolsos y faldas que facilitan la movilización y ahorro de tiempo.

7.2.3. Mano de Obra

El talento humano constituye un importante recurso en la operación de un proyecto. Por tal motivo, es necesario identificar y cuantificar el tipo de personal que el proyecto requiere; así como determinar el costo en remuneraciones que implica.

En la ciudad de Loja existe mano de obra calificada para prestar su contingente en los distintos sectores de la producción.

Para la disponibilidad de talento humano se lo ha realizado en base al requerimiento de la investigación de campo y la cual las mujeres encuestadas mencionan que el factor más importante que ellas consideran al momento de adquirir un bolso y una falda es el acabado y terminado de los mismos, en definitiva se debe contar con un personal especializado, capacitado y creativo, en este caso serán personas certificadas como artesanas o graduadas de corte y confección, con conocimientos sobre el manejo de máquinas de coser industrial y etapa de terminado del producto.

7.2.4. Servicios Básicos

Son las condiciones de facilidad de la zona, en cuanto a las vías de comunicación terrestres, fluviales o marítimas, telecomunicaciones, disponibilidad de agua potable y para riego, disponibilidad de electricidad, abastecimiento de combustibles líquidos, etc.

La empresa estará ubicada en un sector dónde cuenta con todos los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, etc., otro aspecto importante también cuenta con alumbrado público.

7.2.5. Estructura impositiva /legal

La empresa es considerada como una microempresa, sin embargo, se cumplirá con la base legal para el funcionamiento de la misma.

Previo a la instalación de la unidad productiva, se efectuará sus actividades como persona natural.

Son personas naturales todos los individuos de la especie humana, cualesquiera que sean su edad, sexo o condición. Divídanse en ecuatorianos y extranjeros.

Por lo que cumplirá con las normas y leyes para este tipo de negocios, tales como:

- PATENTE MUNICIPAL
- CARNET DE ARTESANO CALIFICADO
- RUC
- PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

7.2.6. Factores Ambientales

El proyecto que se desea implementar es la elaboración de un producto en base a materiales reciclados esto es con el objetivo de preservar el medio ambiente, está exclusivamente dirigido para mantener al medio ambiente sin poner en riesgo el entorno en el cual se desarrollará la nueva empresa, evitando y minimizando los impactos que pueden resultar de la ejecución del proyecto.

7.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

7.3.1. Componente tecnológico

Maquinaria y equipo

La maquinaria necesaria para el funcionamiento de la empresa.

Cuadro N° 64

Cantidad	Maquinaria
2	Máquina industrial de costura recta
1	Máquina Overlock
1	Cortadora de tela
2	Planchas
4	Tijeras

Máquina industrial de costura recta.- Une tejidos usando hilo. Las máquinas de coser hacen una puntada característica, usando normalmente dos hilos, si bien existen máquinas que usan uno, tres, cuatro o más.

Las máquinas de coser pueden hacer variedad de puntadas rectas o en patrones. Incluyen medios para arrastrar, sujetar y mover la tela bajo la aguja de coser para formar el patrón de la puntada. La mayoría de las máquinas de coser caseras y algunas industriales usan una puntada de coser antiguas producen cadenetas.



Máquina Overlock.- La máquina overlock, también llamada fileteadora o serge le da a la costura una apariencia profesional. Con esta máquina también ahorra tiempo porque corta, cose y sobrehíla, Con esta máquina se puede coser desde las telas más gruesas a las más livianas. Una las piezas con esta máquina si se desea costuras angostas y cerradas.

Las máquinas overlock se utilizan para trabajos de cosido que requieren puntadas de seguridad y la alimentación de 3 y hasta 5 hilos. Existen máquinas overlock de cama cilíndrica y de cama plana, estas máquinas son utilizadas ampliamente para el cosido de seguridad en los bordes de las telas para evitar el deshilado.as de las características de estos equipos son: velocidades superiores a las 8500 rpm, enhebrado automático del hilo, sistemas de limpieza del polvo de las telas, velocidades de cosido variables.



Cortadora de tela.- Esta máquina realiza la operación de corte de la tela, esta operación es decisiva, una vez realizada es prácticamente imposible corregir errores graves. Para realizar el corte se pueden utilizar tijeras convencionales o máquinas cortadoras, entre estas últimas se tienen: máquinas de cuchillas rotatorias, las cuales son adecuadas para cortes rectos o con curvas graduales. La máquina consta de un disco de 4 a 20cm de diámetro que al girar realiza el corte, con esta máquina se pueden cortar pliegos de tela con anchuras de hasta el 40% del diámetro del disco; máquina de cuchilla recta, es la máquina más popular en los cuartos de corte, consta de una cuchilla recta que efectúa el corte, usada correctamente es versátil y exacta; máquina cortadora de banda, esta máquina permite cortes de gran exactitud por lo delgado de la banda, finalmente se tienen los mecanismos asistidos por computadora que constituyen las innovaciones últimas en términos de corte.



Plancha.- Indispensable para dar el acabado final a la prenda, existen planchas manuales de vapor a baja presión (parecidas a las planchas de uso

doméstico), planchas para trabajo pesado en seco y las más usadas que son planchas de vapor para trabajo pesado.



Equipo de oficina

En cuanto al equipo necesario para el área administrativa, se ha establecido como equipamiento fundamental algunas herramientas y equipo.

Cuadro N° 65

Cantidad	Equipo de oficina
1	Teléfono - fax
1	Sumadora

Equipo de computación

Al igual que el equipo de oficina el equipo de computación, forma parte fundamental del equipamiento del área administrativa para una realización adecuada de las funciones.

Cuadro N° 66

Cantidad	Equipo de computación
1	Computador
1	Impresora multifunción

Muebles y enseres

Existe el complemento de algunas piezas, para la comodidad de los empleados, y un desarrollo eficiente de las funciones y demás actividades.

Cuadro N° 67

Cantidad	Muebles y enseres
1	Escritorio
1	Silla de escritorio
4	Sillas para operarias
1	Archivador
1	Mesa de cortar
2	Vitrina
1	Repisa
2	Basureros

Recurso humano

Para la confección de bolsos y faldas de mujer, se contratará con personal que posea conocimientos y experiencia en cuanto al manejo de maquinaria textil para asegurar de esta forma el correcto funcionamiento de la maquinaria. Adicionalmente se requerirá de personal que se ponga a cargo del área administrativa y de ventas.

La mano de obra necesaria para realizar las distintas actividades de la empresa será la siguiente:

Cuadro N° 68

Cantidad	Cargo o puesto
1	Gerente - Propietario
1	Contador
2	Operarias

7.3.2. Infraestructura Física

El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

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

7.3.3. Distribución de la Planta

Gráfico N° 59



7.3.4. Proceso de producción

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

El proceso de producción de bolsos y faldas para mujer será en serie, ya que se cuenta con un diseño básico, relativamente estable en el tiempo y que está destinado a un amplio mercado.

Descripción de proceso de bolsos

Adquisición de Materia Prima

Para la fabricación de bolsos (carteras) para mujer, es necesaria la adquisición de materia prima, en este caso los pantalones reciclados de jeans y/o retazos de tela jean.



Corte

El corte se lo realiza por medio de la utilización de una máquina cortadora de uso manual, la misma que tiene la capacidad de cortar toda la tela tendida o extendida anteriormente sobre las marcas trazadas, y en ciertas partes se procederá a utilizar tijeras comunes.

Se corta ambas mangas del pantalón jean a la altura del tiro. De las mangas de la parte delantera, se corta 2 rectángulos de 7 cm x 50 cm para coser en la parte de la abertura del bolso, un rectángulo de 12 cm x 90 cm para la tira del bolso. De la parte trasera de las mangas se corta un rectángulo de 12 cm x 50 cm para la base del bolso.

Recortamos la tela que tenemos para hacer el forro, que sea del tamaño del bolso.





Confección

El trabajo de coser representa la parte intensiva del proceso de fabricación de los bolsos para mujer. Aquí se unen todas las piezas cortadas anteriormente obteniendo como resultado el ensamblaje del bolso. Para realizar el cuerpo del bolso se une con costura la tela de forro al borde del corte realizado en el jean, a la altura del tiro. Se cose el cierre entre las dos piezas reservadas para la abertura. Se coloca la pieza con el cierre en la parte superior del bolso y une con costura por el borde de la cintura del jean. La costura de los bolsos se la realizará por medio de la utilización de máquinas de coser recta, y overlock, las mismas que son operadas manualmente.

Para realizar la tira del bolso se cose a lo largo y por el revés la pieza y se da vuelta hacia el derecho. Se cortan dos tramos de 20 cm para las presillas laterales y los 50 cm restantes reservalos para la tira del bolso y las forramos con tela. Coser las dos presillas a los costados del bolso, insertando las argollas.

Adicionalmente en el armado del bolso se colocará en una parte la etiqueta con el logotipo de la empresa.



Planchado

Después de cada costura, siempre es conveniente planchar cada lado, de esta forma se asentarán las costuras y quedará mucho más prolijo.

Teñido

Una vez confeccionado el bolso, si se desea se lo puede teñir con la anilina de color, o del tono que se quiera, siguiendo las indicaciones del producto.

Terminados

Luego de coser completamente y teñir el bolso reciclado de jean, se coloca los detalles y accesorios como botones, cintas, y bisutería de moda, que pasan a formar parte de su terminado y exclusividad.



Revisión

Una vez terminada la confección de bolsos jeans de mujer, se procede a cortar los hilos sobrantes del proceso de costura, posteriormente se realiza una revisión total del bolso con la finalidad de ubicar ciertas imperfecciones o fallas. Se revisa el estado del accesorio o bolso como: homogeneidad del tamaño, uniformidad de la costura y tela, firmeza de botones, cinta en los colgantes del bolso, y firmeza en el sujetador. En el caso de encontrar algún error en la fabricación, se procede a reparar los bolsos, evitando así que las operarias cometan el mismo error nuevamente y logrando con esto que el bolso se encuentre en óptimas condiciones para el momento de la venta.

Almacenamiento y Empaque

El proceso de almacenamiento y empaque se lo realizará por colores y texturas, a cada bolso se le adherirá etiquetas de papel con el respectivo logotipo, y el empaque será con fundas brillantes transparentes. Estos serán llevados hacia la bodega en dónde permanecerán hasta el proceso de la compra.






Comercialización

En la comercialización de las faldas, el factor determinante es la aceptación por parte del consumidor.

Éste exige un producto de buena calidad, presentación y un precio que sea acorde con el mercado.

7.3.5. Diagrama de Flujo

Simbología

-  Operación
-  Inspección
-  Operación e inspección
-  Almacenamiento
-  Transporte

Cuadro N° 69
Proceso de un bolso de material reciclable de jean

Nº	Descripción del proceso						Tiempo
1	Adquisición de Materia Prima				X		30m
2	Corte	X					25m
3	Confección	X					25m
4	Planchado			X			5m
5	Teñido	X					30m
6	Terminados			X			20m
7	Revisión		X				10m
8	Almacenamiento y Empaque				X		10m
9	Comercialización					X	15m
	TOTAL	3	1	2	2	1	

Descripción de proceso de faldas

Adquisición de Materia Prima

Para la fabricación de faldas con material reciclable de jean, es necesaria la adquisición de materia prima, en este caso los pantalones reciclados de jeans y retazos de jean.

Corte

Se toma el pantalón y se corta por la medida que se quiere. Una vez cortado, se descose la parte interior del pantalón tanto por delante como por detrás. Con cuidado de no descoser la parte de la cremallera.

Con un retazo de jean de reciclaje, añadir y montar en la abertura de la falda y en la parte del tiro, una sobre la otra, sosteniendo con alfileres, teniendo el cuidado de coser y siguiendo las costuras con el color de hilo. Tanto en la parte del frente como en la parte trasera.



Confección

Aquí se procede a unir todas las piezas cortadas anteriormente. Se cose siguiendo las costuras que anteriormente eran las costuras de la entrepierna. Se modifica las medidas del largo de la falda, que queden iguales tanto en el costado como en el frente.

La costura de las faldas se la realizará por medio de la utilización de máquinas de coser recta y overlock, las mismas que son operadas manualmente.

Adicionalmente en el armado de la falda se colocará en una parte la etiqueta con el logotipo de la empresa.



Planchado

Después de cada costura, siempre es conveniente planchar cada lado, de esta forma se asentarán las costuras y quedará mucho más prolijo.

Teñido

Una vez realizada la falda, si se desea se lo puede teñir con la anilina de color, o del tono que se quiera, siguiendo las indicaciones del producto.

Terminados

En el ruedo o final de la falda si se desea se le puede poner un encaje, hacerle un orillo, filetearlo o dejarlo sin acabado. Según sea la preferencia del cliente.



Revisión

Una vez terminada la transformación de faldas jeans, se procede a cortar los hilos sobrantes del proceso de costura, posteriormente se realiza una revisión total de la falda con la finalidad de ubicar ciertas imperfecciones o fallas.

Se revisa el estado de la falda como: homogeneidad del tamaño, uniformidad de la costura y tela. En el caso de encontrar algún error en la fabricación, se procede a reparar la falda, evitando así que las operarias cometan el mismo error nuevamente y logrando con esto que la falda se encuentre en óptimas condiciones para el momento de la venta.

Almacenamiento y Empaque

El proceso de almacenamiento y empaque se lo realizará por colores y texturas, a cada falda se le adherirá etiquetas de papel con el respectivo logotipo, y el empaque será con fundas brillantes transparentes. Estos serán llevados hacia la bodega en dónde permanecerán hasta el proceso de la compra.






Comercialización

En la comercialización de las faldas, el factor determinante es la aceptación por parte del consumidor.

Éste exige un producto de buena calidad, presentación y un precio que sea acorde con el mercado.

7.3.5. Diagrama de flujo

Simbología

-  Operación
-  Inspección
-  Operación e inspección
-  Almacenamiento
-  Transporte

Cuadro N°70
Proceso de una falda con material reciclable de jean

Nº	Descripción del proceso						Tiempo
1	Adquisición de Materia Prima				X		30m
2	Corte	X					25m
3	Confección	X					25m
4	Planchado			X			5m
5	Teñido	X					30m
6	Terminados			X			20m
7	Revisión		X				10m
8	Almacenamiento y Empaque				X		10m
9	Comercialización					X	15m
	TOTAL	3	1	2	2	1	

7.4. ESTUDIO FINANCIERO

7.4.1. Inversiones

7.4.1.1. Activos Fijos.- Se los utilizará en el proceso de transformación de los insumos los mismos que servirán de apoyo en la operación del proyecto.

**Cuadro N° 71
MAQUINARIA Y EQUIPO**

ACTIVOS	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Máquina industrial de costura recta	2	600,00	1200,00
Máquina Overlock	1	750,00	750,00
Cortadora de tela	1	400,00	400,00
Planchas	2	40,00	80,00
Tijeras	4	10,00	40,00
TOTAL			2470,00

Fuente: Empresa COSERTEX (Quito - Ecuador)

Elaborado: La autora

**Cuadro N° 72
MUEBLES Y ENSERES**

ACTIVOS	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Escritorio	1	190,00	190,00
Silla de escritorio	1	80,00	80,00
Sillas para operarias	4	30,00	120,00
Archivador	1	120,00	120,00
Mesa de cortar	1	180,00	180,00
Vitrina	2	300,00	600,00
Repisa	1	200,00	200,00
TOTAL			1490,00

Fuente: Mueblería 18 de Noviembre

Elaborado: La autora

**Cuadro N° 73
EQUIPO DE OFICINA**

ACTIVOS	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Teléfono - fax	1	100,00	100,00
Sumadora	1	25,00	25,00
TOTAL			125,00

Fuente: Electro hogar

Elaborado: La autora

**Cuadro N° 74
EQUIPO DE COMPUTO**

ACTIVOS	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Computador	1	600,00	600,00
Impresora multifunción	1	85,00	85,00
TOTAL			685,00

Fuente: Toners
Elaborado: La autora

**Cuadro N° 75
REINVERSIÓN EQUIPO DE COMPUTO**

ACTIVOS	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Computador	1	600,00	600,00
Impresora multifunción	1	85,00	85,00
TOTAL			685,00

Fuente: Toners
Elaborado: La autora

**Cuadro N° 76
RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS**

ESPECIFICACIONES	VALOR TOTAL
Maquinaria y Equipo	2470,00
Muebles y Enseres	1490,00
Equipo de Oficina	125,00
Equipo de computo	685,00
TOTAL	4770,00

Fuente: Cuadros N° 71, 72, 73, 74, 75
Elaborado: La autora

7.4.1.2. Depreciaciones

**Cuadro N° 77
Depreciación Maquinaria y Equipo**

AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	2470,00	247		2223,00
1	2223,00		222,30	2000,70
2	2000,70		222,30	1778,40
3	1778,40		222,30	1556,10
4	1556,10		222,30	1333,80
5	1333,80		222,30	1111,50
6	1111,50		222,30	889,20
7	889,20		222,30	666,90
8	666,90		222,30	444,60
9	444,60		222,30	222,30
10	222,30		222,30	0,00

Cuadro N° 78
Depreciación Muebles y Enseres

Costo	1490,00			
Valor Residual	10%			
Vida Útil	10			
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	1490,00	149,00		1341,00
1	1341,00		134,10	1206,90
2	1206,90		134,10	1072,80
3	1072,80		134,10	938,70
4	938,70		134,10	804,60
5	804,60		134,10	670,50
6	670,50		134,10	536,40
7	536,40		134,10	402,30
8	402,30		134,10	268,20
9	268,20		134,10	134,10
10	134,10		134,10	0,00

Cuadro N°79
Depreciación de Equipo de Oficina

Costo	125,00			
Valor Residual	10%			
Vida Útil	10			
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	125,00	12,50		112,50
1	112,50		11,25	101,25
2	101,25		11,25	90,00
3	90,00		11,25	78,75
4	78,75		11,25	67,50
5	67,50		11,25	56,25
6	56,25		11,25	45,00
7	45,00		11,25	33,75
8	33,75		11,25	22,50
9	22,50		11,25	11,25
10	11,25		11,25	0,00

**Cuadro N°80
Depreciación Equipo de Cómputo**

Costo	685,00			
Valor Residual	33,33%			
Vida Útil	3			
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	685,00	228,31		456,69
1	456,69		152,21	304,47
2	304,47		152,21	152,26
3	152,26		152,21	0,00

**Cuadro N° 81
Depreciación Reinversión de Equipo de Computo**

Costo	685,00			
Valor Residual	33,33%			
Vida Útil	3			
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	685,00	228,31		456,69
1	456,69		152,21	304,47
2	304,47		152,21	152,26
3	152,26		152,21	0,00

7.4.1.3. Activos Diferidos.- Son los gastos necesarios para el inicio de actividades de la empresa.

**Cuadro N° 82
VALOR DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS**

ESPECIFICACIONES	VALOR TOTAL
Gastos de constitución	400,00
Estudio de proyecto	1200,00
Permisos de Funcionamiento	70,00
Marcas y patentes	250,00
TOTAL	1920,00

Fuente: Municipio de Loja, Asesoría jurídica.

Elaborado: La autora

7.4.1.3. Amortización de Activos Diferidos

Cuadro N° 83
Amortización de Activos Diferidos

AÑO	TOTAL	AMORTIZACIÓN ANUAL
0	1920	384
1		384
2		384
3		384
4		384
5		384

7.4.1.3. Activos Circulantes: Son todos los gastos que intervienen durante el ciclo de producción.

Costos de producción

Costo Primo

Cuadro N° 84
MATERIA PRIMA DIRECTA PARA BOLSOS

ACTIVOS	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
jean usados	unidad	640	1,00	640,00
forro	metro	100	2,00	200,00
cierre	unidad	1920	1,00	1920,00
hilo de colores	ovillo	20	5,00	100,00
TOTAL				2860,00

Fuente: Comercial Castillo, empresa Ram Jean, Royaltex S.A.

Elaborado: La autora

Cuadro N° 85
MATERIA PRIMA DIRECTA PARA FALDAS

ACTIVOS	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
jean usados	Unidad	1920	1,00	1920,00
hilos de colores	ovillo	20	5,00	100,00
TOTAL				2020,00

Fuente: Comercial Castillo, empresa Ram Jean, Royaltex S.A.

Elaborado: La autora

Cuadro N° 86
VALOR DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

DENOMINACIÓN	VALORES
Remuneración Unificada	292,00
Décimo Tercero	24,33
Décimo Cuarto	0,00
Vacaciones	12,17
Aporte patronal 11,15%	32,56
Fondos de Reserva	0,00
Aporte al IECE 0,5%	1,46
Aporte al SECAP 0,5%	1,46
TOTAL	363,98
Número de operarias	2
TOTAL MENSUAL	727,956
TOTAL ANUAL	8735,47

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado: La autora

Costos Indirectos de Fabricación

Cuadro N°87
MATERIA PRIMA INDIRECTA PARA BOLSOS

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Cintas de tela	Rollo	100	4,00	400,00
Botones	Unidad	2500	0,05	125,00
Fundas brillantes transparentes	Unidad	1920	0,05	96,00
Etiquetas de la empresa (tela)	Unidad	1920	0,10	192,00
Anilina de color	Funda	50	1,50	75,00
TOTAL				888,00

Fuente: Comercial castillo
Elaborado: La autora

Cuadro N° 88
MATERIA PRIMA INDIRECTA PARA FALDAS

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Encaje	Metro	100	1,00	100,00
Cintas de tela	Rollo	200	4,00	800,00
Fundas brillantes transparentes	unidad	1920	0,05	96,00
Etiquetas de la empresa	Unidad	1920	0,10	192,00
Anilina de color	Funda	100	1,50	150,00
TOTAL				1338,00

Fuente: Comercial castillo
Elaborado: La autora

Servicios básicos

Cuadro N° 89
Servicios básicos

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Agua	m3	1500	0,25	375,00
Consumo Teléfono	m/h	600	0,10	60,00
Energía Eléctrica	KW	4400	0,10	440,00
TOTAL				875,00

Fuente: EERSSA, CNT, Jefatura de rentas municipales

Elaborado: La autora

7.4.2. Gastos de Operación

Son todos los gastos que intervienen durante el ciclo de producción, que permite llevar a cabo las diversas actividades y operaciones diarias.

7.4.2.1. Gastos Administrativos

Son costos necesarios que están asociados con la gestión, los sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina, la renta y demás servicios generales de oficina. Gastos normales de carácter corriente para el funcionamiento del Sector Central que no pueden ser aplicados directamente a alguna categoría de gastos relacionados con la operación.

Cuadro N° 90
Sueldos y Salarios

DENOMINACIÓN	GERENTE PROPIETARIO	SECRETARIA CONTADORA
Remuneración Unificada	500,00	300,00
Décimo Tercero	41,67	25,00
Décimo Cuarto	24,33	24,33
Vacaciones	20,83	12,50
Aporte patronal 11,15%	55,75	33,45
Fondos de Reserva	0	0
Aporte al IECE 0,5%	2,50	1,50
Aporte al SECAP 0,5%	2,50	1,50
TOTAL	647,58	398,28
Número de obreros	1	1
TOTAL MENSUAL	647,58	398,28
TOTAL ANUAL	7771,00	4779,40

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado: La autora

Cuadro N° 91
Materiales y útiles de oficina

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Grapadora, grapas	unidad	2	3,00	6,00
Perforadora	unidad	1	5,00	5,00
Carpetas de Archivo	unidad	10	0,30	3,00
Lápices	docena	1	3,00	3,00
Esferográficos	docena	1	5,00	5,00
Resma de hojas	unidad	3	3,60	10,80
Cds	unidad	12	0,40	4,80
Tinta de impresora	cartucho	6	28,00	168,00
TOTAL				205,60

Fuente: Proforma La Reforma

Elaborado: La autora

Cuadro N° 92
Materiales y útiles de aseo

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Escobas	Unidad	2	3,00	6,00
Trapeadores	Unidad	2	3,00	6,00
Desinfectante	Galón	4	4,00	16,00
recogedor	Unidad	2	1,00	2,00
Basurero	Unidad	2	5,00	75,00
Jabón	Unidad	6	6,00	36,00
Papel higiénico	Paquete	6	5,00	30,00
Franela	30cm x 30cm	4	20,00	80,00
TOTAL				251,00

Fuente: Proforma La Reforma

Elaborado: La autora

Cuadro N° 93

ESPECIFICACIÓN	CANT.	V. UNIT.	V. Mensual
Arriendo	1	300,00	3600,00
TOTAL			3600,00

Fuente: Local comercial

Elaborado: La autora

7.4.2.2. Gastos de ventas

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento del producto para la venta, la promoción de ventas, los Gastos en que se incurre al realizar las ventas.

Cuadro N° 94
Reparación y Mantenimiento

ESPECIFICACIÓN	VALOR	ALÍCUOTA	V. ANUAL
Maquinaria y Equipo	2470,00	2%	49,40
Muebles y Enseres	1490,00	2%	29,80
Equipo de oficina	125,00	2%	2,50
Equipo de computación	685,00	3%	20,55
TOTAL			102,25

Fuente: Toners,

Elaborado: La autora

Cuadro N° 95
Gastos Publicitarios

PUBLICIDAD	FACTOR	CANTIDAD	PRECIO	V. ANUAL
Radio	Avisos	5 veces por día	100,00	1200,00
Medios escritos	páginas	12	30,00	360,00
TOTAL				1560,00

Fuente: Radio Centinela, Diario La Hora

Elaborado: La autora

Cuadro N°96
CUADRO DE RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTES

ESPECIFICACIONES	VALOR TOTAL ANUAL	VALOR TOTAL MENSUAL
Materia prima directa (bolsos y faldas)	4880,00	406,67
Mano de obra directa	8735,47	727,96
Materia prima indirecta	2226,00	185,50
Servicios básicos	875,00	72,92
Gastos de Administración	12550,40	1045,87
Materiales y útiles de oficina	205,60	17,13
Materiales y útiles de aseo	251,00	20,92
Arriendo	3600,00	300,00
Reparación y mantenimiento	102,25	8,52
Gasto publicitarios	1560,00	130,00
TOTAL	34985,72	2915,48

Fuente: Cuadros N° 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95.

Elaborado: La autora

Cuadro N° 97
CUADRO DE RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Activo Fijo	4770,00
Activo Diferido	1920,00
Activo Circulante	2915,48
TOTAL	9605,48

Fuente: Cuadros N° 76, 96

Elaborado: La autora

7.4.3. Financiamiento

Luego de haber realizado los correspondientes cuadros, mencionamos que el 58,36% que correspondiente a \$5.605,48 será financiado por recursos propios del dueño de la empresa; mientras que el financiamiento externo se recurrirá a un préstamo en el Banco del Pichincha que es el 41,64% equivalente al \$4.000.

Cuadro N° 98
Financiamiento

FINANCIAMIENTO	VALOR	%
Fuente Interna	5605,48	58,36%
Fuente Externa	4000,00	41,64%
TOTAL	9605,48	100%

Fuente: Banco del Pichincha, Cuadro N° 96

Elaborado: La autora

7.4.3.1. Amortización

Los valores correspondientes a la amortización de la deuda, que el proyecto deberá realizar por el pago de intereses y capital a través del financiamiento con el Banco del Pichincha es:

Cuadro N° 99
Cuadro de Amortización

Monto	4000,00				
Tasa de interés	15%				
Años vida útil	5 años				
AÑO	PRÉSTAMO	TASA DE INTERÉS	AMORTIZ.	PAGO ANUAL	SALDO
0					4000,00
1	4000,00	600	593,26	1193,26	3406,74
2	3406,74	511,01	682,25	1193,26	2724,49
3	2724,49	408,67	784,59	1193,26	1939,90
4	1939,90	290,98	902,28	1193,26	1037,62
5	1037,62	155,64	1037,62	1193,26	0,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: La autora

7.4.3.2. Presupuestos proyectados

Para realizar la proyección de los siguientes presupuestos se utilizó la tasa de inflación del año 2011 que es de 5,14%.

Cuadro Nº 100
Proyección

PRESUPUESTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima directa bolsos	2860,00	3007,00	3161,56	3324,07	3494,93
Materia Prima directa faldas	2020,00	2123,83	2232,99	2347,77	2468,44
Materia prima Indirecta bolsos	888,00	933,64	981,63	1032,09	1085,14
Materia prima Indirecta faldas	1338,00	1406,77	1479,08	1555,11	1635,04
Materiales y útiles de oficina	205,60	216,17	227,28	238,96	251,24
Materiales y útiles de aseo	251,00	263,90	277,47	291,73	306,72
Arriendo	3600,00	3785,04	3979,59	4184,14	4399,21
Reparación y Mantenimiento	102,25	107,51	113,03	118,84	124,95
Gastos Publicitarios	1560,00	1640,18	1724,49	1813,13	1906,32

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: La autora

Para la proyección de los sueldos y salarios se lo realizo con la tasa de incremento de la remuneración que es de 10,6% que se lo calculo considerando dos factores: la inflación proyectada para el próximo año y la productividad. La primera es del 5,14%, lo cual representa USD 13,57, mientras que la segunda se calculó de la productividad proyectada del 5,43%, que implica USD 14,34 más. La suma de ambos factores da los USD 28 de alza salarial.

Cuadro Nº 101
Proyección

PRESUPUESTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de obra directa	8735,47	9661,43	10685,54	11818,21	13070,94
Gastos Administrativos	12550,40	13880,74	15352,10	16979,42	18779,24

Fuente: Ministerio de relaciones laborales

Elaborado: La autora

Para la proyección de los servicios básicos se utilizó la tasa de incremento de los servicios básicos que es de 1,9% Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

**Cuadro Nº 102
Proyección**

PRESUPUESTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios básicos	875,00	891,63	908,57	925,83	943,42

Fuente: INEC

Elaborado: La autora

**Cuadro Nº 103
Presupuesto de Operación**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS PRIMOS					
Materia Prima Directa (bolsos y faldas)	4880,00	5130,83	5394,56	5671,84	5963,37
Materia Prima Indirecta (bolsos y faldas)	2226,00	2340,42	2460,71	2587,19	2720,18
Mano de obra Directa	8735,47	9661,43	10685,54	11818,21	13070,94
TOTAL COSTO PRIMO	15841,47	17132,68	18540,81	20077,24	21754,49
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Dep. maquinaria y equipo	222,30	222,30	222,30	222,30	222,30
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	222,30	222,30	222,30	222,30	222,30
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos administrativos	12550,40	13880,74	15352,10	16979,42	18779,24
Dep. Equipo de oficina	11,25	11,25	11,25	11,25	11,25
Dep. Muebles y Enseres	134,10	134,10	134,10	134,10	134,10
Dep. Equipo de Computo	152,21	152,21	152,21	152,21	152,21
Materiales y útiles de oficina	205,60	216,17	227,28	238,96	251,24
Materiales y útiles de aseo	251,00	263,90	277,47	291,73	306,72
Servicios básicos	875,00	891,63	908,57	925,83	943,42
Arriendo	3600,00	3785,04	3979,59	4184,14	4399,21
Reparación y mantenimiento	102,25	107,51	113,03	118,84	124,95
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	17881,81	19442,55	21155,60	23036,49	25102,35
GASTO DE VENTAS					
Publicidad	1560,00	1640,18	1724,49	1813,13	1906,32
TOTAL GASTO DE VENTAS	1560,00	1640,18	1724,49	1813,13	1906,32
GASTOS FINANCIEROS					
Amort. Activos Diferidos	384	384	384	384	384
interés del préstamo	600,00	511,01	408,67	290,98	155,64
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	984	895,01	792,67	674,98	539,64
TOTAL DE OPERACIONES	36489,59	39332,72	42435,88	45824,14	49525,10

7.4.4. Costos

Para determinar los ingresos que se tiene a través de la puesta en marcha de este proyecto, que consiste en la producción y comercialización de bolsos y

faldas de material reciclado de jean en la ciudad de Loja se ha considerado lo siguientes aspectos:

- Se va a destinar el 55% para la producción de los bolsos con material reciclado de jean y el 45% para la producción de faldas con material reciclado de jean.
- El precio que se van a vender los bolsos es de \$12,78 dólares, mientras que el precio promedio para la venta de las faldas será de \$10,45 dólares.

Cuadro N° 104
Costo Unitario de Producción de Bolsos 55%

AÑO	GASTOS DE OPERACIÓN	UNIDADES PRODUCIDAS	C.U.F.
1	20069,27	1728	11,61
2	21633,00	1824	11,86
3	23339,73	1920	12,16
4	25203,28	1920	13,13
5	27238,81	1920	14,19

Fuente: Estudio Financiero, cuadro N° 103

Elaborado: La autora

Cuadro N° 105
Precio de Venta Bolso

AÑO	CUF	COSTO UTILIDAD	PRECIO TOTAL
1	11,61	10%	12,78
2	11,86	10%	13,05
3	12,16	10%	13,37
4	13,13	10%	14,44
5	14,19	10%	15,61

Fuente: Estudio Financiero, Cuadro N° 104

Elaborado: La autora

Cuadro N° 106
Ingreso de Bolsos

AÑO	PRECIO UNITARIO	UNIDADES PRODUCIDAS	INGRESO
1	12,78	1728	22076,20
2	13,05	1824	23796,30
3	13,37	1920	25673,70
4	14,44	1920	27723,61
5	15,61	1920	29962,69

Fuente: Estudio Financiero, Cuadro N° 105

Elaborado: La autora

Cuadro N° 107
Costo Unitario de Producción de Faldas 45%

AÑO	GASTOS DE OPERACIÓN	UNIDADES PRODUCIDAS	C.U.F.
1	16420,31	1728	9,50
2	17699,72	1824	9,70
3	19096,14	1920	9,95
4	20620,87	1920	10,74
5	22286,30	1920	11,61

Fuente: Estudio Financiero Cuadro N° 103
Elaborado: La autora

Cuadro N° 108
Precio de Venta Falda

AÑO	CUF	COSTO UTILIDAD	PRECIO TOTAL
1	9,50	10%	10,45
2	9,70	10%	10,67
3	9,95	10%	10,94
4	10,74	10%	11,81
5	11,61	10%	12,77

Fuente: Estudio Financiero, Cuadro N° 107
Elaborado: La autora

Cuadro N° 109
Ingreso de Faldas

AÑO	PRECIO UNITARIO	UNIDADES PRODUCIDAS	INGRESO
1	10,45	1728	18062,35
2	10,67	1824	19469,70
3	10,94	1920	21005,76
4	11,81	1920	22682,95
5	12,77	1920	24514,93

Fuente: Estudio Financiero; cuadro N° 108
Elaborado: La autora

7.4.5. Estado de Pérdidas y Ganancias

Nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante este periodo de 5 años.

Cuadro N° 110
Estado de pérdidas y ganancias

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	40138,55	43265,99	46679,46	50406,56	54477,61
(-) Costos - Totales	36489,59	39332,72	42435,88	45824,14	49525,10
(=) Utilid. - Bruta - Ventas	3648,96	3933,27	4243,59	4582,41	4952,51
(-)Trabajador 15%	547,34	589,99	636,54	687,36	742,88
(=) utilid. - Antes-imp	3101,61	3343,28	3607,05	3895,05	4209,63
(-) impuesto. Rent 25%	465,24	501,49	541,06	584,26	631,45
Utilidad Neta	2636,37	2841,79	3065,99	3310,79	3578,19

Fuente: Cuadro N° 106, 109

Elaborado: La autora

7.4.6. Clasificación de los Costos

**Cuadro N° 111
COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL**

DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
COSTOS PRIMOS			
Materia Prima Directa (bolsos y faldas)		4880,00	
Materia Prima Indirecta (bolsos y faldas)		2226,00	
Mano de obra Directa	8735,47		
TOTAL COSTO PRIMO	8735,47	7106,00	15841,47
COSTOS DE PRODUCCIÓN			
Dep. maquinaria y equipo	222,30		
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	222,30		222,30
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Sueldos administrativos	12550,40		
Dep. Equipo de oficina	11,25		
Dep. Muebles y Enseres	134,10		
Dep. Equipo de Computo	152,21		
Materiales y útiles de oficina	205,60		
Materiales y útiles de aseo	251,00		
Servicios básicos		875,00	
Arriendo	3600,00		
Reparación y mantenimiento		102,25	
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	16904,56	977,25	17881,81
GASTO DE VENTAS			
Publicidad	1560,00		
TOTAL GASTO DE VENTAS	1560,00		1560,00
GASTOS FINANCIEROS			
Amort. Activos Diferidos	384		
interés del préstamo	600		
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	984,00		984,00
TOTAL DE OPERACIONES	28406,34	8083,25	36489,59

Cuadro N° 112
COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL SEGUNDO AÑO DE VIDA ÚTIL

DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
COSTOS PRIMOS			
Materia Prima Directa (bolsos y faldas)		5130,83	
Materia Prima Indirecta (bolsos y faldas)		2340,42	
Mano de obra Directa	9661,43		
TOTAL COSTO PRIMO	9661,43	7471,25	17132,68
COSTOS DE PRODUCCIÓN			
Dep. maquinaria y equipo	222,30		
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	222,30		222,30
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Sueldos administrativos	13880,74		
Dep. Equipo de oficina	11,25		
Dep. Muebles y Enseres	134,10		
Dep. Equipo de Computo	152,21		
Materiales y útiles de oficina	216,17		
Materiales y útiles de aseo	263,90		
Servicios básicos		891,63	
Arriendo	3785,04		
Reparación y mantenimiento		107,51	
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	18443,42	999,13	19442,55
GASTO DE VENTAS			
Publicidad	1640,18		
TOTAL GASTO DE VENTAS	1640,18		1640,18
GASTOS FINANCIEROS			
Amort. Activos Diferidos	384		
interés del préstamo	511,01		
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	895,01		895,01
TOTAL DE OPERACIONES	30862,34	8470,38	39332,72

Cuadro N° 113
COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL TERCER AÑO DE VIDA ÚTIL

DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
COSTOS PRIMOS			
Materia Prima Directa (bolsos y faldas)		5394,56	
Materia Prima Indirecta (bolsos y faldas)		2460,71	
Mano de obra Directa	10685,54		
TOTAL COSTO PRIMO	10685,54	7855,27	18540,81
COSTOS DE PRODUCCIÓN			
Dep. maquinaria y equipo	222,30		
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	222,30		222,30
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Sueldos administrativos	15352,10		
Dep. Equipo de oficina	11,25		
Dep. Muebles y Enseres	134,10		
Dep. Equipo de Computo	152,21		
Materiales y útiles de oficina	227,28		
Materiales y útiles de aseo	277,47		
Servicios básicos		908,57	
Arriendo	3979,59		
Reparación y mantenimiento		113,03	
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	20134,00	1021,60	21155,60
GASTO DE VENTAS			
Publicidad	1724,49		
TOTAL GASTO DE VENTAS	1724,49		1724,49
GASTOS FINANCIEROS			
Amort. Activos Diferidos	384		
interés del préstamo	408,67		
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	792,67		792,67
TOTAL DE OPERACIONES	33559,01	8876,87	42435,88

Cuadro N° 114
COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL CUARTO AÑO DE VIDA ÚTIL

DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
COSTOS PRIMOS			
Materia Prima Directa (bolsos y faldas)		5671,84	
Materia Prima Indirecta (bolsos y faldas)		2587,19	
Mano de obra Directa	11818,21		
TOTAL COSTO PRIMO	11818,21	8259,03	20077,24
COSTOS DE PRODUCCIÓN			
Dep. maquinaria y equipo	222,30		
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	222,30		222,30
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Sueldos administrativos	16979,42		
Dep. Equipo de oficina	11,25		
Dep. Muebles y Enseres	134,10		
Dep. Equipo de Computo	152,21		
Materiales y útiles de oficina	238,96		
Materiales y útiles de aseo	291,73		
Servicios básicos		925,83	
Arriendo	4184,14		
Reparación y mantenimiento		118,84	
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	21991,82	1044,67	23036,49
GASTO DE VENTAS			
Publicidad	1813,13		
TOTAL GASTO DE VENTAS	1813,13		1813,13
GASTOS FINANCIEROS			
Amort. Activos Diferidos	384		
interés del préstamo	290,98		
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	674,98		674,98
TOTAL DE OPERACIONES	36520,44	9303,70	45824,14

Cuadro N° 115
COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL QUINTO AÑO DE VIDA ÚTIL

DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
COSTOS PRIMOS			
Materia Prima Directa (bolsos y faldas)		5963,37	
Materia Prima Indirecta (bolsos y faldas)		2720,18	
Mano de obra Directa	13070,94		
TOTAL COSTO PRIMO	13070,94	8683,55	21754,49
COSTOS DE PRODUCCIÓN			
Dep. maquinaria y equipo	222,30		
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	222,30		222,30
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Sueldos administrativos	18779,24		
Dep. Equipo de oficina	11,25		
Dep. Muebles y Enseres	134,10		
Dep. Equipo de Computo	152,21		
Materiales y útiles de oficina	251,24		
Materiales y útiles de aseo	306,72		
Servicios básicos		943,42	
Arriendo	4399,21		
Reparación y mantenimiento		124,95	
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	24033,98	1068,37	25102,35
GASTO DE VENTAS			
Publicidad	1906,32		
TOTAL GASTO DE VENTAS	1906,32		1906,32
GASTOS FINANCIEROS			
Amort. Activos Diferidos	384		
interés del préstamo	155,64		
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	539,64		539,64
TOTAL DE OPERACIONES	39773,19	9751,91	49525,10

7.4.7. Análisis del Punto de Equilibrio

Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) dónde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad dónde no existe utilidad ni pérdida.

Punto de Equilibrio para el Primer año de Operación

a) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$
$$PE = \frac{28.406,34}{40.138,55 - 8.083,25} \times 100$$

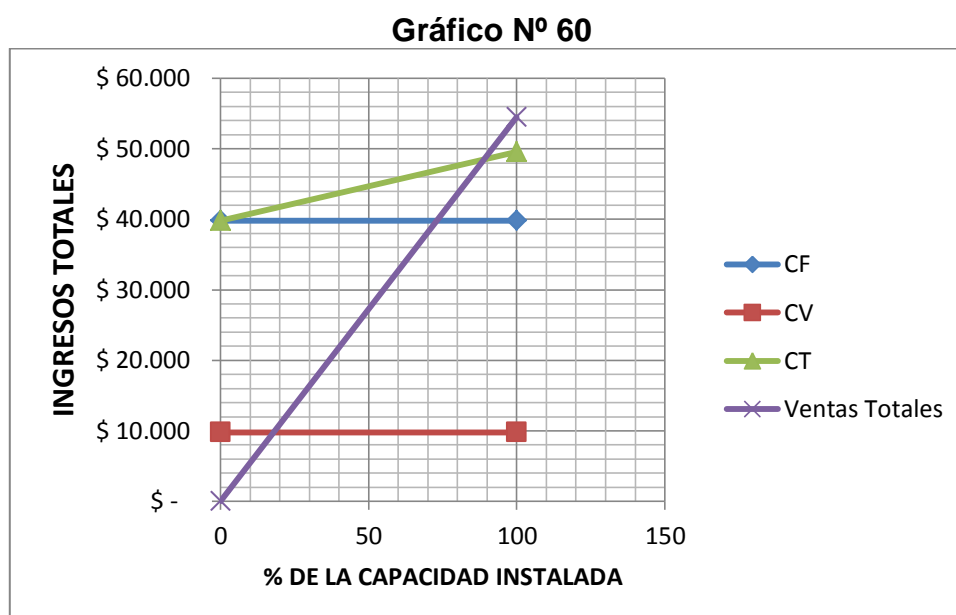
$$PE = 88,62\%$$

b) En función de las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$
$$PE = \frac{28.406,34}{1 - \frac{8.083,25}{40.138,55}}$$

$$PE = 141.055,77$$

c) Método Gráfico



En referencia al Gráfico N° 60 teniendo en cuenta las personas que trabajan en la planta y la maquinaria a utilizar se debe trabajar al 88,62%, en función a la capacidad instalada los \$141.055,77 se refiere a los ingresos para no perder ni ganar.

Punto de Equilibrio para el segundo año de Operación

a) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$
$$PE = \frac{30.862,34}{43.265,99 - 8.470,38} \times 100$$

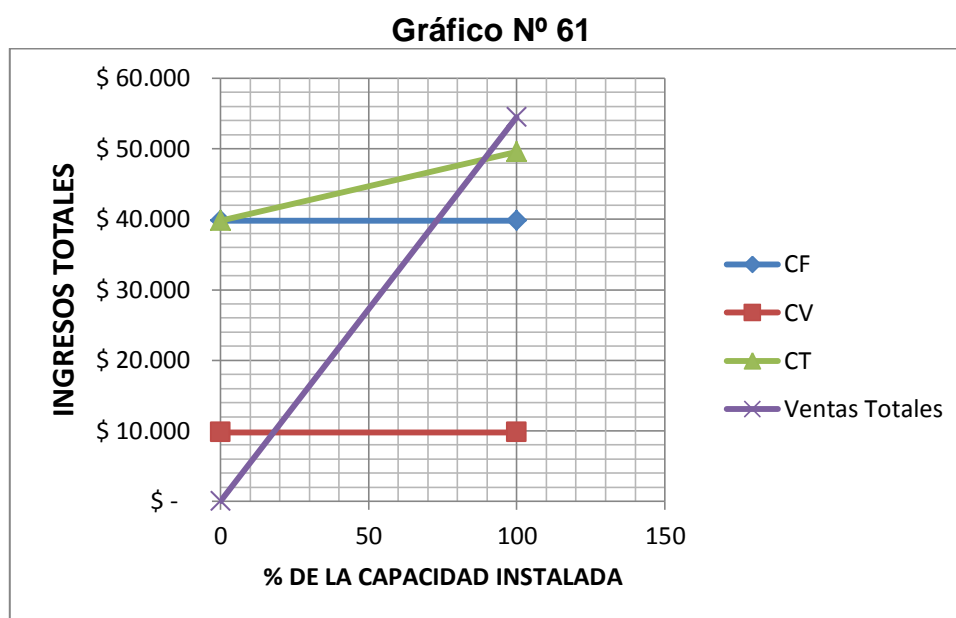
$$PE = 88,70\%$$

b) En función de las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$
$$PE = \frac{30.862,34}{1 - \frac{8.470,38}{43.265,99}}$$

$$PE = 157.642,29$$

c) Método Gráfico



En referencia al Gráfico N° 61 teniendo en cuenta las personas que trabajan en la planta y la maquinaria a utilizar se debe trabajar al 88,70%, en función a la capacidad instalada los \$157.642,29 se refiere a los ingresos para no perder ni ganar.

Punto de Equilibrio para el tercer año de Operación

a) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$
$$PE = \frac{33.559,01}{46.679,46 - 8.876,87} \times 100$$

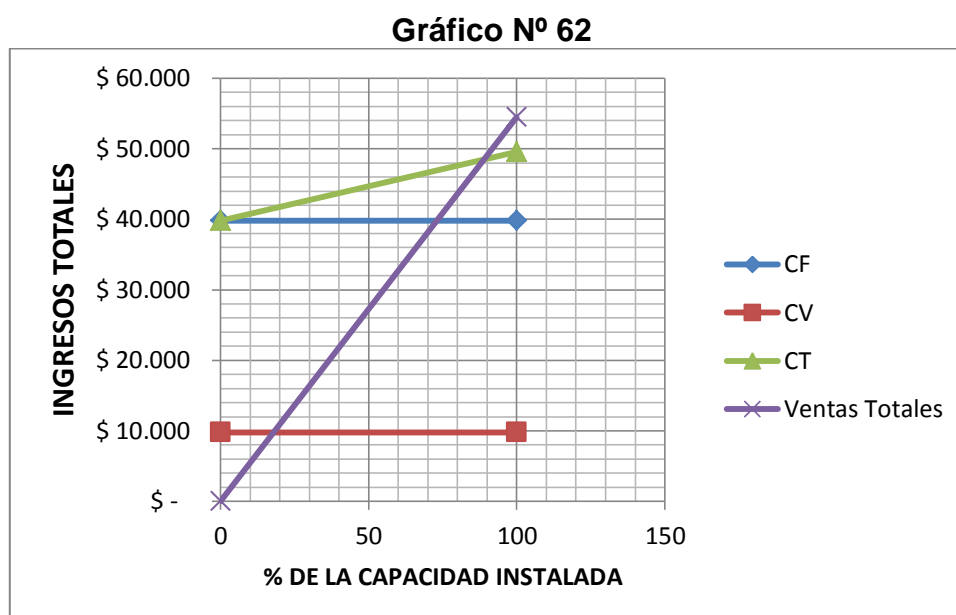
$$PE = 88,77\%$$

b) En función de las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$
$$PE = \frac{33.559,01}{1 - \frac{8.876,87}{46.679,46}}$$

$$PE = 176.471,76$$

c) Método Gráfico



En referencia al Gráfico N° 62 teniendo en cuenta las personas que trabajan en la planta y la maquinaria a utilizar se debe trabajar al 88,77%, en función a la capacidad instalada el \$176.471,76 se refiere a los ingresos para no perder ni ganar.

Punto de Equilibrio para el cuarto año de Operación

a) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$
$$PE = \frac{36.520,44}{50.406,56 - 9.303,70} \times 100$$

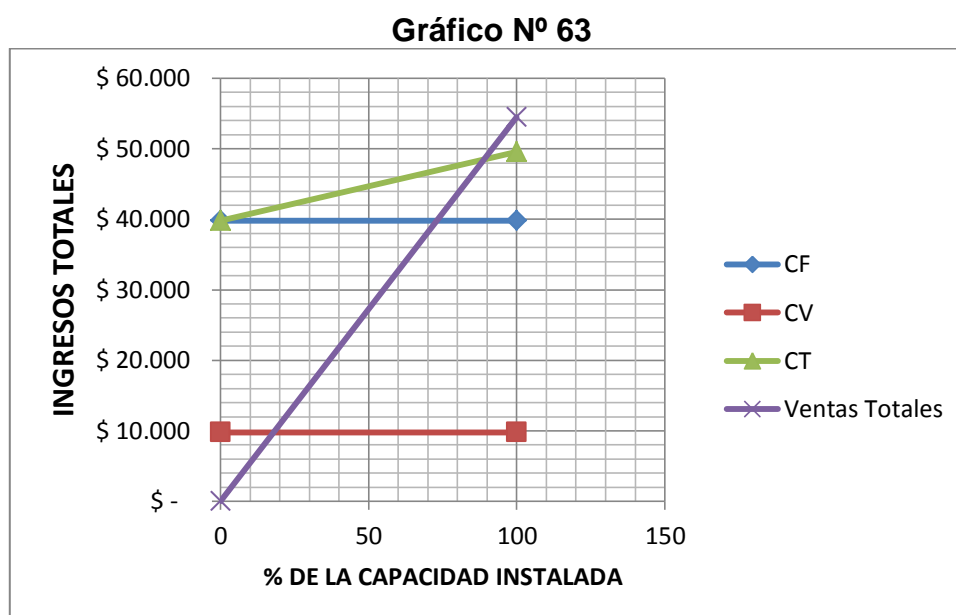
$$PE = 88,85\%$$

b) En función de las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$
$$PE = \frac{36.520,44}{1 - \frac{9.303,70}{50.406,56}}$$

$$PE = 197.864,25$$

c) Método Gráfico



En referencia al Gráfico N° 63 teniendo en cuenta las personas que trabajan en la planta y la maquinaria a utilizar se debe trabajar al 88,85%, en función a la capacidad instalada los \$197.864,25 se refiere a los ingresos para no perder ni ganar.

Punto de Equilibrio para el Quinto año de Operación

a) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PE = \frac{39.773,19}{54.477,61 - 9.751,91} \times 100$$

$$PE = 88,93\%$$

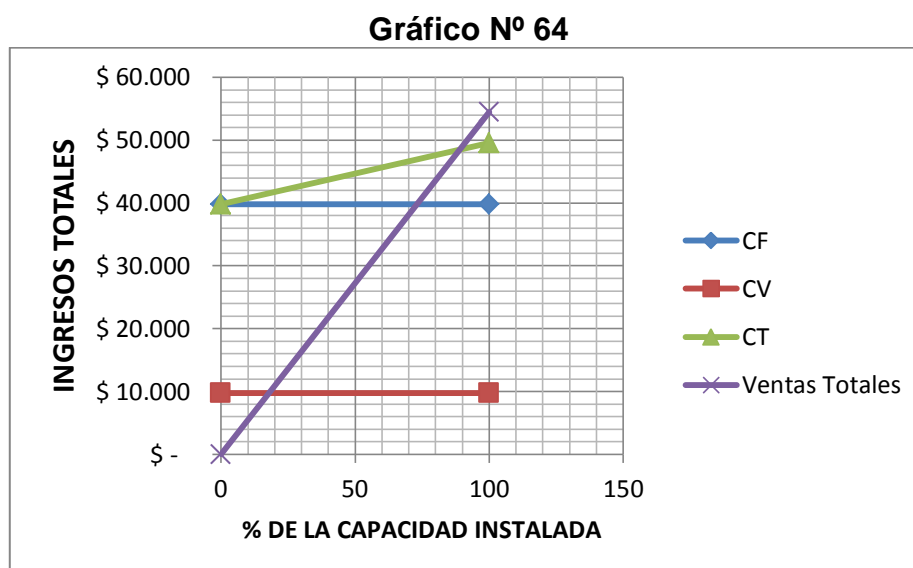
b) En función de las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{39.773,19}{1 - \frac{9.751,91}{54.477,61}}$$

$$PE = 222.186,97$$

c) Método Gráfico



En cuanto al Gráfico N° 64 teniendo en cuenta las personas que trabajan en la planta y la maquinaria a utilizar se debe trabajar al 88.93%, en función a la capacidad instalada con un valor de \$ 222.186,97 referente a los ingresos para no perder ni ganar.

7.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

Se requiere medir objetivamente ciertas magnitudes resultantes del estudio proyecto y combinarlo con operaciones matemáticas, a fin de obtener los indicadores de evaluación que permitan ver la marcha y progreso del proyecto.

7.5.1. Flujo de Caja

Presenta en forma significativa, resumida y clasificada las actividades de operación, inversión y financiamiento, las diversas entradas y salidas de recursos monetarios efectuados en el periodo de 5 años.

Cuadro N° 116
Flujo de Caja

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	40138,55	43265,99	46679,46	50406,56	54477,61
Valor Residual	0	0	0	0	865,12
TOTAL DE INGRESOS	40138,55	43265,99	46679,46	50406,56	55342,73
EGRESOS					
Costo de operación	36489,59	39332,72	42435,88	45824,14	49525,10
Amortización	593,26	682,25	784,59	902,28	1037,62
Utili. Trabaja. 15%	547,34	589,99	636,54	687,36	742,88
Impues. Rent 25%	465,24	501,49	541,06	584,26	631,45
Reinversión	0	0	0	685,00	0
(-) Deprec. Activo fijo	-519,86	-519,86	-519,86	-519,86	-519,86
(-) Amortización act. Difer.	-384	-384	-384	-384	-384
TOTAL DE EGRESOS	37191,57	40202,59	43494,20	47779,18	51033,18
FLUJO DE CAJA	2946,98	3063,40	3185,27	2627,38	4309,55

Fuente: Cuadro N° 106, 109, 110
Elaborado: La autora

7.5.2. Valor Actual Neto.- Se analiza el valor del dinero a través del tiempo que genera después de la vida útil del proyecto, que en este caso es de 5 años.

Cuadro N° 117
Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJO NETO	TASA ACTUALIZADA	VALOR ACTUALIZADO
1	2946,98	0,869565	2562,59
2	3063,40	0,756144	2316,37
3	3185,27	0,657516	2094,36
4	2627,38	0,571753	1502,21
5	4309,55	0,497177	2142,61
TOTAL			10618,15
INVERSIÓN			-9605,48
VALOR ACTUAL NETO			1012,67

Fuente: Cuadro N° 116

Elaborado: La autora

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, se puede mencionar que el resultado es positivo lo que significa que es rentable realizar el proyecto.

7.5.3. Periodo de Recuperación de Capital

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial.

Cuadro N° 118
Periodo de Recuperación

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO DE CAJA
0	9605,48	
1		2946,98
2		3063,40
3		3185,27
4		2627,38
5		4309,55
Sumatoria Total		16132,58

Fuente: Cuadro N° 96, 116

Elaborado: La autora

$$PRC = \frac{\text{Flujo neto} - \text{Inversión}}{\text{Flujo Último año}}$$

$$PRC = \frac{16.132,58 - 9.605,48}{4.309,55}$$

$$PRC = 1,51$$

1,51 = 1 años

0,51 x 12 = 6,12 meses

0,12 x 30 = 4 días

El periodo de recuperación del proyecto es aceptable puesto que está dentro de la vida útil del proyecto, la inversión inicial se recuperará en 1 año, 6 meses y 4 días.

7.5.4. Relación Beneficio Costo

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

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

Cuadro Nº 119
Relación Beneficio Costo

AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR	INGRESO ACTUALIZADO
0		15%			15%	
1	36489,59	0,869565	31730,08	40138,55	0,869565	34903,08
2	39332,72	0,756144	29741,19	43265,99	0,756144	32715,31
3	42435,88	0,657516	27902,28	46679,46	0,657516	30692,50
4	45824,14	0,571753	26200,10	50406,56	0,571753	28820,11
5	49525,10	0,497177	24622,73	55342,73	0,497177	27515,12
TOTAL			140196,37			154646,13

Fuente: Cuadro Nº 106, 109

Elaborado: La autora

$$\text{RBC} = \frac{\text{Ingreso Actual}}{\text{Costo Actual}}$$

$$\text{RBC} = \frac{154.646,13}{140.196,37}$$

$$\text{RBC} = 1,10$$

Si por cada dólar que debe la empresa tiene \$1,10 para pagar sobrando 0,10 por cada dólar.

Si por cada dólar que la empresa invierte tiene un 10% de utilidad.

7.5.5. Tasa Interna de Retorno

Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial:

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

Cuadro N° 120
Tasa interna de Retorno

AÑOS	FUJO NETO	FACTOR	VAN (Menor)	FACTOR	VAN (Mayor)
0		19,00%		20,00%	
1	2946,98	0,840336	2476,45	0,833333	2455,81
2	3063,40	0,706165	2163,27	0,694444	2127,36
3	3185,27	0,593416	1890,19	0,578704	1843,33
4	2627,38	0,498669	1310,19	0,482253	1267,06
5	4309,55	0,419049	1805,92	0,401878	1731,91
			9646,01		9425,48
Inversión			-9605,48	Inversión	-9605,48
			40,54		-180,00

Fuente: Cuadro N° 96, 116

Elaborado: La autora

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

$$TIR = 46 + 1 * \left(\frac{40,54}{40,54 - (-180,00)} \right)$$

$$TIR = 19,18\%$$

Con los datos obtenidos podemos mencionar que la empresa por la inversión inicial posee un rendimiento del 19,18%, por lo que es factible invertir el dinero en el proyecto.

7.5.6. Análisis de Sensibilidad

Se mide en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada del proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezca constante.

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

Cuadro Nº 121

Sensibilidad con el Incremento de Costos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL ACTUAL	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO NUEVO	FACTOR ACTUALIZADO	VALOR ACTUAL	FACTOR ACTUAL	VALOR ACTUAL
0		4%			3%		35%	
1	36489,59	37949,17	40138,55	2189,38	0,970874	2125,61	0,740741	1621,76
2	39332,72	40906,03	43265,99	2359,96	0,942596	2224,49	0,548697	1294,90
3	42435,88	44133,31	46679,46	2546,15	0,915142	2330,09	0,406442	1034,86
4	45824,14	47657,11	50406,56	2749,45	0,888487	2442,85	0,301068	827,77
5	49525,10	51506,11	55342,73	3836,63	0,862609	3309,51	0,223014	855,62
NTIR= Tm + Dif. Tasa (VAN menor/ VAN menor – VAN mayor)						12432,55		5634,92
NTIR= 3 + 32 (2.820,07 / 2.820,07 – (-3.970,56))						Inversión	Inversión	-9605,48
						2827,07		-3970,56

NTIR= 16,31

Diferencia de TIR

Dif. Tir= Tirproj. – Nueva Tir

Dif. Tir= 19,18% - 16,31%

Dif. Tir= 2,88%

Porcentaje de Variación

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

% Var.= (2,88% / 19,18%)* 100

% Var.=14,99%

Sensibilidad

Sensibilidad= %Var. /Nueva Tir

Sensibilidad= 14,99% / 16,31%

Sensibilidad= 0,9

La empresa soporta el 4% en los incremento de los costos, pasado este porcentaje la empresa es sensible.

Cuadro N° 122
Sensibilidad con Disminución en los Ingresos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL -	FLUJO NETO NUEVO	FACTOR ACTUALIZAD	VALOR ACTUAL	FACTOR ACTUAL	VALOR ACTUAL
0			4%		3%		55%	
1	36489,59	40138,55	38533,00	2043,42	0,970874	1983,90	0,645161	1318,33
2	39332,72	43265,99	41535,35	2202,63	0,942596	2076,19	0,416233	916,81
3	42435,88	46679,46	44812,28	2376,41	0,915142	2174,75	0,268537	638,15
4	45824,14	50406,56	48390,30	2566,15	0,888487	2279,99	0,173250	444,59
5	49525,10	55342,73	53129,02	3603,92	0,862609	3108,77	0,111774	402,83
						11623,61		3720,71
						-9605,48	Inversión	-9605,48
						2018,13		-5884,77

NTIR=Tm + Dif. Tasa (VAN menor/ VAN menor – VAN mayor)

NTIR= 3 + 52 (2.018,13 / 2.018,13 – (-5.884,77))

NTIR= 16,28%

Diferencia de TIR

Dif. Tir= Tirproj. – Nueva Tir

Dif. Tir= 19,18% - 16,28%

Dif. Tir= 2,90%

Porcentaje de Variación

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

% Var.= (2,90% / 19,18%)* 100

% Var.= 15,14%

Sensibilidad

Sensibilidad= %Var. /Nueva Tir

Sensibilidad= 15,14% / 16,28%

Sensibilidad= 0,9

La empresa soporta el 4% de disminución en los ingresos si a futuro la empresa sufre disminución en sus ventas, ya sea por los impuestos o leyes.

7.6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

7.6.1. Base Legal

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

7.6.1.1. Constitución de la Empresa

La Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada (LEURL) establece que toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada (EURL) cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

La EURL es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenece, por ende, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados. La persona natural a quien pertenece una EURL se llama “gerente-propietario”.

Se establece que una misma persona natural puede constituir varias empresas unipersonales de responsabilidad limitada, siempre que el objeto empresarial de cada una de ellas fuere distinto y que sus denominaciones no provoquen confusiones entre sí. Adicionalmente, se prohíbe que las EURL's pertenecientes a un mismo gerente-propietario, no podrán contratar ni negociar entre sí, ni con personas en dónde guarde el parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o el segundo grado de afinidad de conformidad con la ley. En caso de contravención de esta disposición, además de la nulidad correspondiente, el gerente-propietario responderá personalmente por todas las obligaciones de dichas empresas.

La Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, constituye entonces, una alternativa para quienes buscan formalizar el ejercicio de una actividad comercial determinada a través de una persona jurídica pero sin el requerimiento de socios. Así pues, esta clase de empresa no requiere para su conformación de la concurrencia de varias personas, con una sola basta; si bien su constitución requiere de solemnidades no está sujeta al control de la

Superintendencia de Compañías, su único propietario no necesita aprobación de ningún interno de la compañías para enajenar o disponer de los bienes de la misma, su responsabilidad está limitada al monto del capital destinado para la realización de actos de comercio, y la representación legal es ilimitada, bastando la sola firma del gerente propietario o del apoderado que este designe, para obligar a la empresa.

7.6.1.2. Normatividad legal.

1.- CONCEPTO

Art. 1.- Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

Art. 2.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados.

2.- CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

Art. 3.- El principio de existencia de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada es la fecha de la inscripción del acto constitutivo en el Registro Mercantil de su domicilio principal.

Art. 4.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada deberá siempre pertenecer a una sola persona y no podrá tenerse en copropiedad, salvo el caso de la sucesión por causa de muerte a que se refiere el artículo 37 de esta Ley.

Art. 5.- No podrán constituir empresas unipersonales de responsabilidad limitada, las personas jurídicas ni las personas naturales que según la ley no pueden ejercer el comercio.

Art. 6.- Una misma persona natural puede constituir varias empresas unipersonales de responsabilidad limitada, siempre que el objeto empresarial de cada una de ellas fuere distinto y que sus denominaciones no provoquen confusiones entre sí.

Art. 7.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, tiene siempre carácter mercantil cualquiera que sea su objeto empresarial, considerando como comerciante a su gerente-propietario.

3.- RESPONSABILIDAD

La persona que constituya una empresa de esta clase no será responsable por las obligaciones de la misma, ni viceversa, salvo los casos que se mencionan a continuación, en que el gerente-propietario responderá con su patrimonio personal por las correspondientes obligaciones de la empresa:

1. Si dispusiere en provecho propio de bienes o fondos de la empresa que no correspondan a utilidades líquidas y realizadas, según los correspondientes estados financieros;
2. Si la empresa desarrollare o hubiere desarrollado actividades prohibidas o ajenas a su objeto;
3. Si el dinero aportado al capital de la empresa no hubiere ingresado efectivamente en el patrimonio de ésta;
4. Cuando la quiebra de la empresa hubiere sido calificada por el juez como fraudulenta;
5. Si el gerente-propietario de la empresa, al celebrar un acto o contrato, no especificare que lo hace a nombre de la misma;
6. Si la empresa realizare operaciones antes de su inscripción en el Registro Mercantil, a menos que se hubiere declarado en el acto o contrato respectivo, que se actúa para una empresa unipersonal de responsabilidad limitada en proceso de formación;
7. Si en los documentos propios de la empresa se manifestare con la firma del gerente-propietario que la empresa tiene un capital superior al que realmente posee; y,
8. En los demás casos establecidos en la ley.

4.- DENOMINACIÓN

Art. 8.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser designado con una denominación específica que la identifique como tal.

La antedicha denominación específica deberá estar integrada, por lo menos, por el nombre y/o iniciales del gerente-propietario, al que en todo caso se

agregará la expresión "Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada" o sus iniciales E.U.R.L. Dicha denominación podrá contener, además, la mención del género de la actividad económica de la empresa.

Por nombre del "gerente-propietario" se entiende sus nombres y apellidos completos, o simplemente su primer nombre y su apellido paterno.

5.- NACIONALIDAD Y DOMICILIO

Art. 13.- Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en un cantón del territorio nacional, pudiendo operar ocasional o habitualmente en cualquier otro lugar de la República o fuera de ella.

El domicilio principal de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará en el lugar que se determine en el acto de su constitución y puede diferir del domicilio de su gerente-propietario así como del lugar de explotación de su negocio.

6.- OBJETO

Art. 15.- El objeto de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es la actividad económica organizada a que se deba dedicar, según el acto de su constitución.

Tal objeto comprenderá exclusivamente, una sola actividad empresarial.

7.- ACTIVIDADES PROHIBIDAS

Art. 16.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá realizar ninguna de las siguientes actividades:

- a) Bancarias;
- b) De seguros;
- c) De capitalización y ahorro;
- d) De mutualismo;
- e) De cambio de moneda extranjera;
- f) De mandato e intermediación financiera;
- g) De emisión de tarjetas de crédito de circulación general;
- h) De emisión de cheques viajeros;

- i) De financiación o de compra de cartera;
- j) De arrendamiento mercantil;
- k) De fideicomiso mercantil;
- l) De afianzamiento o garantía de obligaciones ajenas;
- m) De captación de dineros de terceros; y,
- n) De ninguna de las actividades a que se refieren las leyes de: Mercado de Valores; General de Instituciones del Sistema Financiero; de Seguros; y, ni las que requieran por ley de otras figuras societarias.

8.- PLAZO

Art. 19.- Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá constituirse por un plazo determinado.

Dicho plazo deberá constar en el acto constitutivo en forma expresa y de manera clara.

El plazo de la empresa puede restringirse o prorrogarse de manera expresa de conformidad con esta Ley.

Una vez vencido el plazo de duración de la empresa, ésta deberá disolverse y liquidarse, a no ser que con anterioridad se hubiere otorgado ya la correspondiente escritura pública que contuviere la prórroga respectiva; pero, si dicha escritura no se inscribiere en el Registro Mercantil dentro de los doce meses posteriores a su otorgamiento, la empresa deberá necesariamente liquidarse sin más dilación.

9.- CAPITAL

Art. 20.- El capital inicial de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará constituido por el monto total del dinero que el gerente-propietario hubiere destinado para la actividad de la misma, según el artículo 1 de esta Ley.

Dicho capital deberá fijarse en el acto constitutivo de manera clara y precisa, y en moneda de curso legal.

10.- CONSTITUCIÓN, APROBACIÓN INSCRIPCIÓN

Art. 30.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se constituirá mediante escritura pública otorgada por el gerente-propietario, que contendrá:

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente-propietario;
2. La denominación específica de la empresa;
3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
4. El objeto a que se dedicará la empresa;
5. El plazo de duración de la misma;
6. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente-propietario, de conformidad con el artículo 1 de esta Ley;
7. La determinación del aporte del gerente-propietario;
8. La determinación de la asignación mensual que habrá de percibir de la empresa el gerente-propietario por el desempeño de sus labores dentro de la misma; y,
9. Cualquier otra disposición lícita que el gerente-propietario de la empresa desee incluir.

Si el gerente-propietario o la gerente-propietaria tuviere formada sociedad conyugal, la escritura de constitución de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada será otorgada también por su cónyuge o conviviente, a fin de que en el mismo deje constancia de su consentimiento respecto de dicha constitución.

La relación entre el gerente-propietario y la empresa no tendrá carácter laboral, por lo que dicha relación y la asignación mensual anteriormente mencionada no estarán sujetas al Código del Trabajo ni a la Ley del Seguro Social Obligatorio.

Art. 31.- Otorgada la escritura pública de constitución de la empresa, el gerente-propietario se dirigirá a uno de los jueces de lo civil del domicilio principal de la misma, solicitando su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil de dicho domicilio.

La solicitud se someterá al correspondiente sorteo legal.

11.- ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Art. 38.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, será administrado por su gerente-propietario, quien a su vez, será su representante legal.

Para legitimar su personería como representante legal de la empresa el gerente-propietario utilizará una copia certificada actualizada de la escritura pública que contenga el acto constitutivo de la empresa con la correspondiente inscripción en el Registro Mercantil, o una certificación actualizada del Registrador Mercantil en la que se acredite la existencia y denominación de la empresa, domicilio principal, objeto, plazo de duración, capital empresarial y la identidad de su gerente-propietario.

Art. 39.- La representación legal de la empresa se extenderá sin posibilidad de limitación alguna, a toda clase de actos y contratos relacionados directamente con el objeto empresarial y a todos los que tengan como finalidad ejercer los derechos o cumplir las obligaciones de la empresa que se deriven de su existencia y de su actividad, así como los que tengan por objeto garantizar el cumplimiento de dichas obligaciones, en los términos señalados en el artículo 18 de esta Ley.

Art. 40.- El gerente-propietario podrá designar uno o más apoderados generales de la empresa, de conformidad con la ley.

12.- CONTABILIDAD Y RESULTADOS

Art. 46.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá llevar su contabilidad de conformidad con la ley y reglamentos respectivos en la forma que más se adecue al giro de sus negocios.

Art. 47.- Anualmente, dentro de los noventa días posteriores a la terminación de cada ejercicio económico, la empresa deberá cerrar sus cuentas y preparar su balance general y su cuenta de pérdidas y ganancias, siguiendo las normas establecidas en la Ley de Compañías y en los reglamentos correspondientes expedidos por la Superintendencia de Compañías, en cuanto fueren aplicables.

13.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Art. 54.- El gerente-propietario de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada o sus sucesores, podrán declarar disuelta voluntariamente la empresa en cualquier tiempo y proceder luego a su liquidación.

Art. 55.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se disolverá forzosamente en los siguientes casos:

1. Por cumplimiento del plazo de su duración; auto de quiebra legalmente ejecutoriado; y, por traslado de su domicilio a país extranjero;
2. Por la conclusión de la actividad para la que se constituyó o la imposibilidad manifiesta de cumplir el objeto empresarial;
3. Por la pérdida total de sus reservas o de más de la mitad del capital asignado, a menos que el gerente-propietario hiciere desaparecer esta causal antes de concluido el proceso de disolución, mediante el aumento del capital empresarial o la absorción de las pérdidas en las cuantías suficientes;
4. A petición de parte interesada en los supuestos establecidos en esta Ley;
5. Por lo establecido en el tercer inciso del artículo 37; y,
6. Por cualquier otra causal determinada en la ley.

7.6.2. Niveles Administrativos

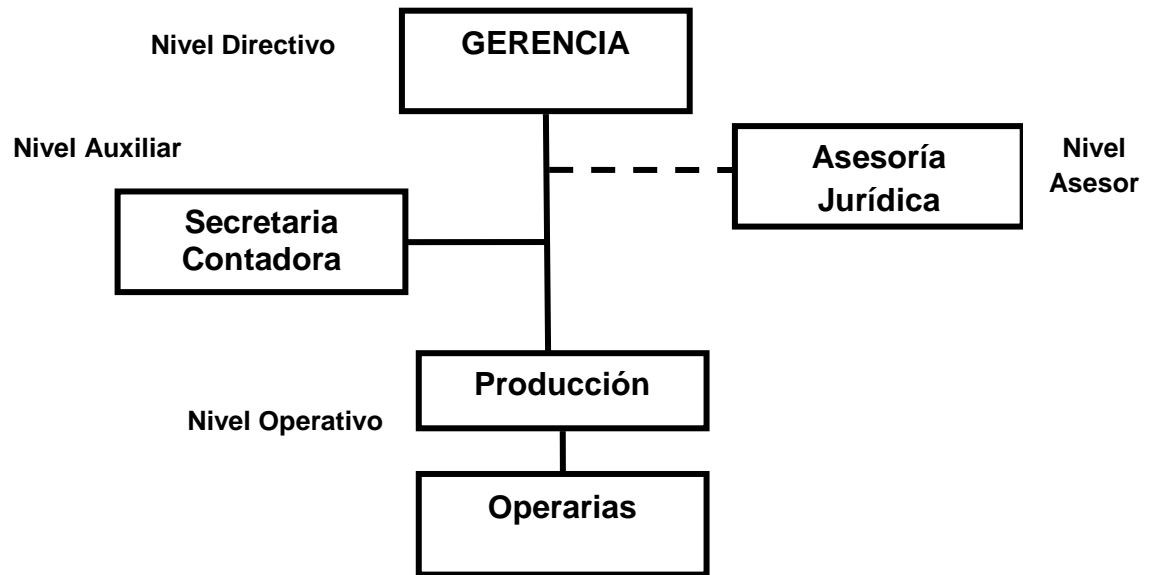
Nivel directivo.- En este nivel se encuentra el Gerente Propietario, quien será la máxima autoridad y su principal función es la toma de decisiones para el buen funcionamiento de la empresa.

Nivel Auxiliar.- Se coordinará las actividades con los demás niveles y será apoyo al nivel directivo. Estará a cargo de la Secretaria Contadora.

Nivel Asesor.- La empresa tendrá un asesor legal de forma temporal, quien expondrá al gerente-propietario la constitución de la Compañía y además de las distintas actividades programadas sobre los problemas legales que se puedan presentar se lo contratará de acuerdo a los requerimientos de la empresa.

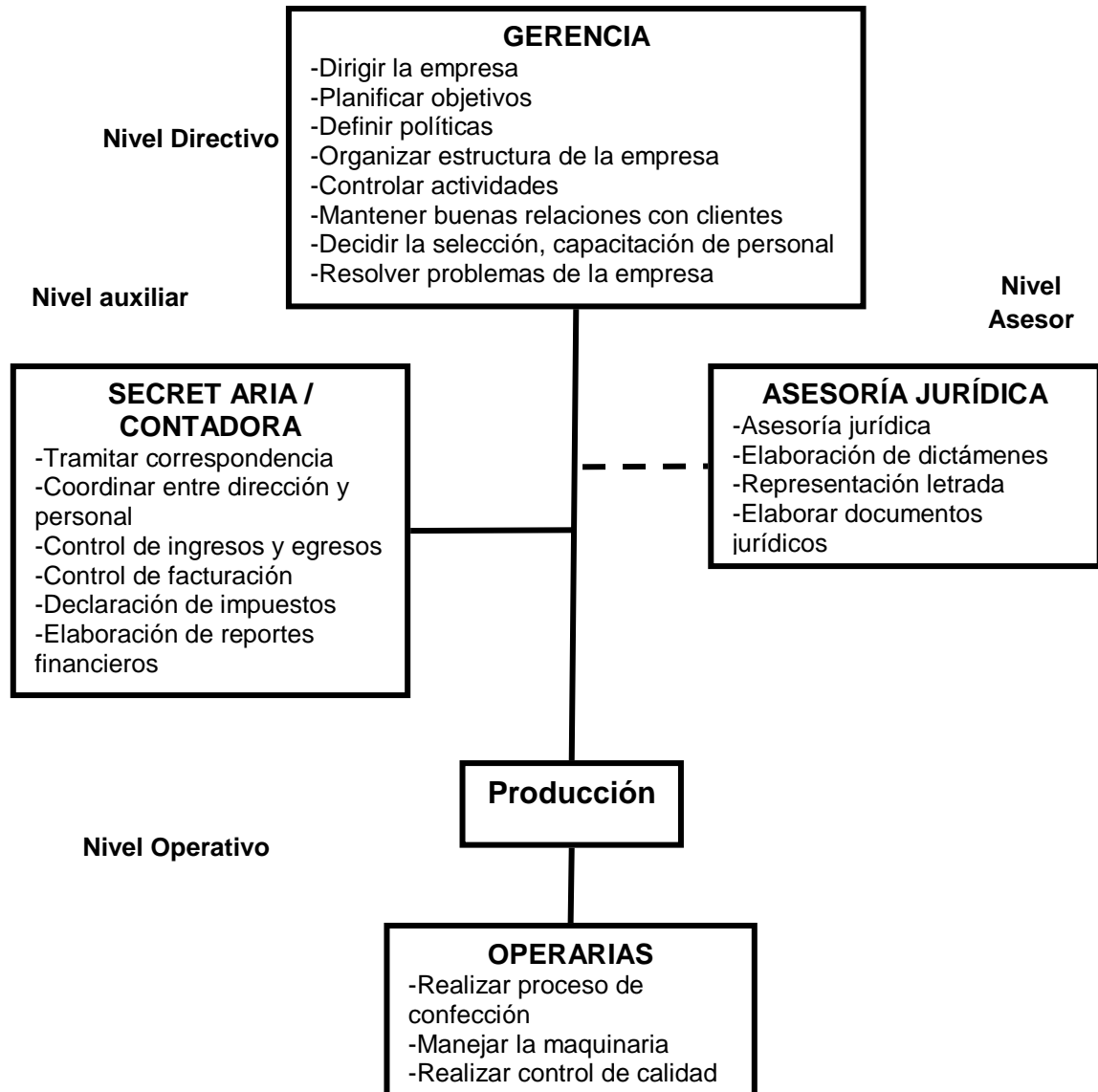
Nivel operativo.- Lo conforman las operarias de la maquinaria textil, quien serán las encargadas de poner en marcha las actividades que requiere el proceso de corte y confección, garantizando la calidad del producto.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



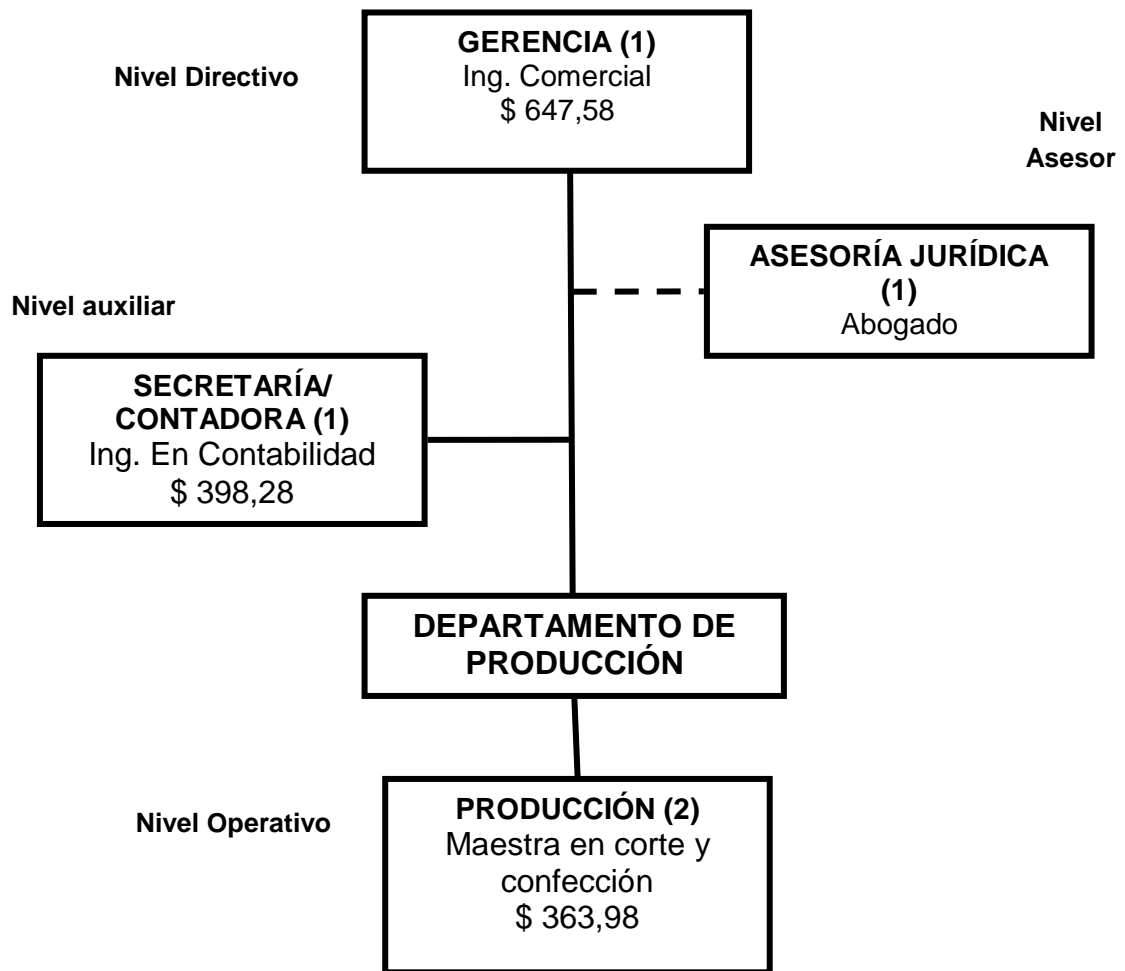
Elaboración: La autora

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaboración: La autora

ORGANIGRAMA POSICIONAL



Elaboración: La autora

7.7. MANUAL DE FUNCIONES

TITULO DEL PUESTO: Gerente General

NIVEL JERARQUICO: Nivel Directivo

CÓDIGO: 001

NATURALEZA DE TRABAJO

Conocimiento y dominio de paquetes informáticos.

Creatividad, capacidad de análisis y liderazgo.

Capacidad de Negociar.

REQUISITOS MÍNIMOS:

Título de tercer nivel Ingeniero Comercial o carreras afines.

Experiencia profesional mínimo de 2 años en cargos similares.

Suficiencia en el idioma inglés.

Características del puesto

- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Definir las principales políticas de la empresa.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Coordinar con la Contadora externa y con la operaria para elaborar los presupuestos, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, proveedores, y colaboradores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
- Realizar cálculos matemáticos, algebraicos y financieros.

TITULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Asesor

CÓDIGO: 002

NATURALEZA DE TRABAJO

Permitir el riesgo de error en las decisiones que se tomen a nivel de dirección general.

REQUISITOS MÍNIMOS:

Dr. En Leyes,

3 Años en cargos similares

Cursos de liderazgo, relaciones humanas, leyes.

Características del puesto

- Asistencia y asesoría jurídica especializada en cualquier rama del Derecho;
- Cumplir con los parámetros de calidad establecidos para la atención de los asuntos.
- Cumplir con los principios éticos de la profesión.
- Ejecutar las tareas que se correspondan con las normas que regulan la actividad.
- Elaboración de dictámenes;
- Representación letrada;
- Elaboración de documentos jurídicos de cualquier naturaleza;
- Cualquier otro servicio que solicite el cliente.

TITULO DEL PUESTO: Secretaria Contadora

NIVEL JERÁRQUICO: Auxiliar

CÓDIGO: 003

NATURALEZA DE TRABAJO

Gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones, establecer buenas relaciones interpersonales con el personal del banco y público en general

REQUISITOS MÍNIMOS:

Título de tercer nivel Ingeniero en Finanzas y Auditoría.

Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.

Conocimiento en paquetes informáticos contables.

Características del puesto

- Apoyar a la dirección de la empresa
- Recibir y tramitar la correspondencia.
- Coordinar entre la dirección y todo el personal de la empresa todos los comunicados y memorándums que se realiza en la secretaría.
- Llevará un control de ingresos y egresos de la empresa.
- Control de la facturación.
- Declaración de impuestos generados.
- Realizará aperturas y seguimiento de los libros de contabilidad.
- Establecimiento de sistema de contabilidad.
- Estudios de estados financieros y sus análisis
- Certificación de planillas para pago de impuestos.
- Aplicación de beneficios y reporte de dividendos.
- Elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

TITULO DEL PUESTO: Operaria

NIVEL JERÁRQUICO: Operativo

CÓDIGO: 005

NATURALEZA DE TRABAJO

Gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones, establecer buenas relaciones interpersonales con el personal del banco y público en general

REQUISITOS MÍNIMOS:

Graduada como maestra de corte y confección.

Experiencia en el manejo de maquinaria industrial textil, costura recta y overlock.

Experiencia de 2 años en confección de accesorios para mujer.

Características del puesto

En el área de producción estará conformado por dos operarias.

- Será la encargada de poner en marcha las actividades que requiere el proceso de confección de bolsos y faldas de material reciclado de jean.
- Manejar las máquinas de coser industriales.
- Realizar el proceso de confección.
- Colocación de material confeccionado.
- Cortado de hilos sobrantes.
- Terminado del producto.
- Realizar el control de calidad del producto.
- Comunicar cualquier situación fuera del proceso en cuanto a la producción.

h. CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio de factibilidad del presente proyecto, se tiene información necesaria y suficiente que permita llegar a las siguientes conclusiones:

- El estudio de mercado revela una gran demanda insatisfecha de estos productos en la ciudad de Loja, de forma que implementando el proyecto de forma idónea, puede tener muy buena acogida en el mercado con la disponibilidad de comprar y consumir estos productos.
- El bolso y la falda diseñados con material reciclado de jean se puede producir inmediatamente en la empresa. Únicamente se requiere contratar personal idóneo para trabajar con la maquinaria disponible.
- El estudio técnico y financiero demuestra la viabilidad del proyecto en cuanto a capacidades de producción, procesamiento, almacenamiento y colocación del producto en el mercado, pudiendo cubrir la demanda insatisfecha identificada e incluso superarla.
- La sociedad a crear será de tipo limitada, la cual se recomienda para pequeñas y medianas empresas. En dónde la responsabilidad del socio será hasta el monto que aportó.
- El análisis financiero arroja una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 19,18% y un Valor Actual Neto (VAN) del 1.012,67, en dónde se puede observar claramente que el proyecto es factible.

i. RECOMENDACIONES

- Es necesario mantener un sistema de información actualizado de clientes, proveedores, competencia y otras variables de mercado, de tal forma que a partir de una base de datos constantemente actualizada se pueda reaccionar ante diversas variaciones del mercado o de los clientes.
- La empresa debe desarrollar una estrategia comercial muy agresiva en imagen, empezando por el diseño del empaque y la realización de actividades en los puntos de venta que permitan el contacto directo de las consumidoras con los productos para facilitar la difusión y verificación de las ventajas del producto.
- Realizar las adquisiciones de activos necesarios para poder mantener la productividad de la empresa en todas sus operaciones
- Para que la empresa funcione se debe de ejecutar un rediseño de procedimientos en las áreas administrativas y financieras, de tal forma que se establezcan controles presupuestarios y contables, formalización de los procedimientos en las distintas áreas y mayor eficiencia en las operaciones y además controlar periódicamente este modelo de procedimientos
- Implementar el proyecto de la forma en que ha sido propuesto, ya que demuestra ser rentable y atractivo de inversión con índices positivos, producto de un análisis profundo y real del entorno.

j. BIBLIOGRAFÍA

Libros

- GALLEGO Juan José, FERNÁNDEZ Susana **Proyecto empresarial**, impreso en España del 2002
- G.B. Giles, **Marketing**, impreso en España 1976
- KLOTER P.; ARMSTRONG G. **Fundamentos de marketing** 4ta. Edición.
- MENESES Edilberto **preparación y evaluación de proyectos**, 3ra. Edición.
- NARESH K. Malhotra **Investigación de mercados un enfoque práctico** /Pearson Educación; 2003.

Páginas Web

- <http://www.eumed.net/rev/tephys/02/era.htm>,
- <http://blog.espol.edu.ec/jeliboti/tag/problemas-ambientales-en-ecuador/>,
- <http://www.buenastareas.com/ensayos/Problemas-Ambientales-En-El-Ecuador/2540327.html>,
- <http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040907164743.html>
- Página Oficial del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)
- <http://camaradecomerciooja.ec/>
- <http://www.fanmania.net/te.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Ficus_carica
- <http://www.amaranto.com.mx/vertical/faq/faq.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Ruta_graveolens
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Miel>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
- <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>
- <http://www.emagister.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado>
- <http://preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2009/02/ingenieria-del-proyecto-distribucion-de.html>
- <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006838/lecciones/capitulo3/funciones.htm>

k. ANEXOS

Anexo N° 1

Ficha de Resumen del Anteproyecto

PROBLEMÁTICA

Hoy en día la crisis mundial tiene varios factores causantes, entre uno de ellos se encuentra el desempleo, el mismo que crece dramáticamente en muchas partes del mundo. Los que permanentemente están desempleados no tienen ingreso alguno, y muchos no encuentran otra alternativa que tener ingresos a través del crimen

El elevado nivel de desempleo mundial según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), se incrementó este año en 200 millones de desempleados en el mundo, pero pueden llegar a los 204 millones si la desaceleración se materializa y el crecimiento mundial cae por debajo del 2 %.

Las microempresas no cuentan con los recursos financieros y tecnológicos con que cuentan las grandes empresas. Tampoco gozan del apoyo que necesitan por parte de sus gobiernos, por lo que la brecha entre estas y las grandes empresas, muchas de ellas “monopolios”, cada día se hace más difícil de finiquitar. La desorganización generalizada, falta de leyes anti-monopólicas, el no cumplimiento de las leyes existentes y la corrupción como medio de conducta social, conlleva a que las posibles propuestas y soluciones no se implementen o simplemente sean ignoradas.

El capitalismo, para su desarrollo, ha requerido de grandes cantidades de recursos naturales, que se ha dedicado a explotar sin pensar en su disponibilidad a futuro y en los daños ambientales que ello implica, por tanto, actualmente existen graves problemas ambientales en todo el mundo, los cuales se han venido desatando desde la revolución industrial y constanding que no se pueden separar el desarrollo económico y dichos problemas, lamentablemente para este sistema su mayor preocupación se basa en la acumulación de riqueza y no en la medición de consecuencias, no han reflexionado sobre que pasara una vez que llegue a los niveles de masificación dónde supere la capacidad de producción de materia prima y absorción de contaminación de la Tierra y provoque irremediablemente efectos nefastos sobre el ambiente.

La depredación y la contaminación de los recursos naturales es tal vez el daño más evidente y dramático que la actual organización del mundo trae y traerá en su perspectiva por efecto del proceso de la mundialización. El resultado, es negativo para todo el planeta, El reciclaje ha sido practicado por industrias estadounidenses, alemanas, japonesas, canadienses, daneses, francesas, y de otros países hace más de 20 años. En Alemania, el país productor de mayor cantidad de basura en Europa, las leyes obligan a las industrias a reciclar parte de sus desechos. Los productos de mayor demanda para ser reciclados se clasifican en papeles y cartones; fibras textiles de algodón, seda y lino; vidrio, plásticos y metales, principalmente aluminio y hierro.

Hoy en día con todos los problemas ambientales son cada vez mayores a los que no se hace frente, es responsabilidad de proyectistas y productores el contribuir protegiendo por medio de los productos el medio ambiente, proponiendo cada vez más productos ecológicos que en primer lugar aprovechen la gran diversidad de residuos que producimos todos los días y en segundo lugar que tengan en la medida de lo posible un proceso de fabricación que respete el ambiente. Se trata de proponer cada vez más productos que sean bellos en el mercado algunos productos fabricados con materiales de reciclaje como los pantalones vaqueros (jeans) han ido penetrando en el mercado contemporáneo, debido a que es un material resistente que los usaban los trabajadores manuales, sobre todo en trabajos pesados como los mineros, o agricultores de principios del siglo XX. Los vaqueros ganaron aceptación y para la década de los 70 se habían convertido en un artículo corriente en los EE.UU., al menos para vestir informalmente. Su aceptación ha seguido creciendo hasta el punto en que ahora forma parte del fondo de armario, y en promedio cada persona posee 7 pares.

La práctica del reciclaje de este material no es una actividad reciente. En el proceso de reciclaje se trata de reincorporar elementos y sustancias que en algún momento se consideran excedentes, desechos o residuos, a los ciclos de producción, de tal manera que no sea necesario aumentar constantemente la extracción de más recursos naturales para materias primas para construir o fabricar el mismo producto, o que éstos se dispongan en menor escala.

Desafortunadamente en Ecuador, el reciclaje tradicionalmente se ha realizado de manera marginal, sin el compromiso ni la participación de la sociedad, ni sus instituciones, tradicionalmente, es realizada por personas sin empleo, indigentes y recolectores de oficio. Esta situación hace que la actividad misma del reciclaje, sea informal; razón por la cual no hay reconocimiento de parte del sector productivo.

Durante las últimas dos décadas, nuestro país ha realizado algunos esfuerzos importantes para fomentar la actividad del reciclaje a nivel nacional. Se han realizado múltiples eventos, con el objetivo de desarrollar políticas de manejo de residuos, que incluya el aprovechamiento y valorización, con la participación activa y digna de la población comúnmente conocida como recicladores. Teniendo en cuenta estos problemas y en beneficio de la sociedad y del medio ambiente se ha planteado el problema principal como: **“La falta de una empresa productora y comercializadora de bolsos y faldas personalizados utilizando como material reciclado el jean”**.

JUSTIFICACIÓN

Justificación académica

Dentro de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja ha venido asumiendo nuevos retos históricos, y ha creído conveniente que se implemente una nueva propuesta de estudios complementarios a favor de los Egresados en Administración de Empresas, que permita aplicar y profundizar los conocimientos adquiridos desarrollando investigaciones alrededor de problemas empresariales de relevancia local y nacional, que ameriten el grado y título de Ingenieros Comerciales.

Justificación social

La generación de residuos textiles es una tendencia en nuestra sociedad actual, por tal motivo la implementación de esta empresa ayudará a concientizar y motivar por el cuidado del medio ambiente, a través de brindarles un producto con material reciclable con su propio estilo, así como el de aprovechar la mano de obra desempleada con lo que se puede generar más fuentes de empleo dentro del país.

Justificación económica

Con el presente proyecto ayudará contribuir al crecimiento de las microempresas de nuestra ciudad e incluso apoyar el crecimiento de la región, además brindara mayor circulación de efectivo que permitirá mantener y aumentar una correcta economía de la localidad

OBJETIVOS

Objetivo general

- Demostrar la factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de bolsos y faldas personalizados con material reciclado de jean en la ciudad de Loja para incrementar el desarrollo empresarial.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado en la ciudad de Loja que permita determinar la oferta y la demanda del producto, que justifiquen la realización del proyecto.
- Efectuar el estudio técnico que determine el tamaño, localización y funcionamiento de la planta que permita utilizar los recursos disponibles para obtener el producto deseado.
- Desarrollar un estudio organizacional, establecer organigramas, niveles jerárquicos y manuales.
- Establecer un estudio y evaluación financiera identificando necesidades de inversión proyectando y analizando los estados financieros para lograr establecer la factibilidad financiera de la empresa

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cuadro Nº 4

ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Presentación del anteproyecto		X																								
Aprobación del anteproyecto			X																							
Diagnostico				X																						
Elaboración y aplicación de las encuestas					X	X																				
Realización del estudio de mercado							X	X	X																	
Realización del estudio técnico										X	X	X														
Realización del estudio organizacional													X	X	X											
Realización del estudio financiero																X	X	X								
Conclusiones y recomendaciones																			X							
Presentar el borrador de tesis																			X							
Hacer las correcciones																				X	X	X				
Presentación de tesis																									X	
Sustentación de la tesis																										X



Anexo N° 2

Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA

Con la finalidad de dar cumplimiento a mi trabajo de tesis, a usted muy respetuosamente le pido se digne otorgarme la información necesaria para realizar mi proyecto, dicha información será utilizada con fines académicos, desde ya se le agradece su gentileza y colaboración al dar respuesta a las siguientes preguntas.

Edad

12 – 19 ()

20 – 29 ()

30 – 39 ()

40 – 50 ()

1) ¿Usted utiliza bolsos y faldas?

Bolsos		Faldas	
Si	()	Si	()
No	()	No	()

2) ¿Con que frecuencia usted compra un bolso y falda?

Bolsos		¿Cuántas?		Faldas		¿Cuántas?	
mensual	()	1 a 3	()	mensual	()	1 a 3	()
		4 a mas	()			4 a mas	()
trimestral	()	1 a 3	()	trimestral	()	1 a 3	()
		4 a mas	()			4 a mas	()
Semestral	()	1 a 3	()	Semestral	()	1 a 3	()
		4 a mas	()			4 a mas	()
Anual	()	1 a 3	()	Anual	()	1 a 3	()
		4 a mas	()			4 a mas	()

3) ¿Qué material de bolso y falda suele comprar?

Bolsos		Faldas	
Tela	()	Tela	()
Cuero	()	Cuero	()
Plástico	()	Plástico	()
Lana	()	Lana	()
Otro	()	Otro	()

4) Piensa usted que el reciclaje es necesario:

Si ()

No ()

¿Por qué?.....

5) ¿Conoce usted acerca del reciclaje de desechos de ropa transformados en bolso y en falda?

Bolsos		Faldas	
Si	()	Si	()
No	()	No	()

6) La industria de la confección y personas desechan residuos de ropa ¿Cree usted necesario tomar medidas con respecto a esto?

Si () No ()

¿Por qué?.....

7) ¿Usted tiene pantalones jeans que no utilice?

Si () No ()

8) ¿Qué hace con ellos?

.....

9) ¿Usted adquiriría un bolso y una falda realizados con material reciclado de jean?

Bolsos		Faldas	
Si	()	Si	()
No	()	No	()

10) ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por un bolso y falda de material reciclado de jean?

Bolsos		Faldas	
\$5 - \$10	()	\$5 - \$10	()
\$11 - \$15	()	\$11 - \$15	()
\$16 - \$20	()	\$16 - \$20	()
\$21 - \$25	()	\$21 - \$25	()

11) ¿Dónde le gustaría adquirir estos bolsos y faldas?

Bolsos		Faldas	
Boutique	()	Boutique	()
Bazar	()	Bazar	()
Centro comercial	()	Centro comercial	()
Ferias	()	Ferias	()
Almacenes	()	Almacenes	()
Otros	()	Otros	()

12) Cuando compra un producto de jean. ¿Qué espera de éste?

Economía () Durabilidad () Resistencia ()

Estética () Otro ()

13) ¿De qué tamaño le gustaría adquirir su bolso o falda jean?

Bolso jean		Falda jean	
a. Bolso pequeño	()	a. Falda corta	()
b. Bolso mediano	()	b. Falda larga	()
c. Bolso grande	()		

14) ¿Si en nuestra ciudad de Loja se instala una empresa productora y comercializadora de bolsos y faldas personalizados con material reciclado de jean que brinde calidad y diseños según su gusto estaría dispuesto a comprar este producto?

Bolsos		Faldas	
Si	()	Si	()
No	()	No	()

15) ¿Cuáles son los principales medios de información de su preferencia para enterarse del producto?

Radio () Televisión () Prensa ()
 Internet () Vallas publicitarias () Otros ()

16) ¿Si su respuesta fue televisión, señale el horario?

Mañana () Tarde () Noche ()

17) ¿Si su respuesta fue la radio, señale el horario?

Mañana () Tarde () Noche ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 3

Entrevista



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA BOLSOS

Con la finalidad de dar cumplimiento a mi trabajo de tesis, a usted muy respetuosamente le pido se digne otorgarme la información necesaria para realizar mi proyecto, dicha información será utilizada con fines académicos, desde ya se le agradece su gentileza y colaboración al dar respuesta a las siguientes preguntas.

1. ¿Qué material de bolso suele vender con mayor frecuencia?

Tela () Cuero () Plástico ()
Lana () otro ()

2. ¿Cuántos bolsos suele vender mensualmente?

3. ¿De qué tamaño el consumidor adquiere su bolso con mayor frecuencia?

Bolso pequeño () Bolso mediano () Bolso grande ()

4. ¿Desde cuánto va el precio de los bolsos que usted vende?

5. Como consideran los consumidores el precio

Alto () Bajo () Normal ()

6. Cuando vende un bolso de jean. ¿Cuáles son las características que el consumidor ve al momento de comprar?

Precio () Calidad () Tamaño ()
Diseño () Otro ()

7. ¿Usted distribuye este producto a diferentes locales?

Si () No ()

¿Cuáles?

Boutique () Bazar () centro comercial ()
Ferias () Almacenes () Otros ()

8. ¿Usted realiza publicidad?

Si () No ()

¿De qué tipo?

9. ¿Si en nuestra ciudad de Loja se instala una empresa productora y comercializadora de bolsos personalizados con material reciclado de jean que brinde calidad y diseños según su gusto estaría dispuesto a vender este producto?

Si ()

No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Entrevista Faldas

Con la finalidad de dar cumplimiento a mi trabajo de tesis, a usted muy respetuosamente le pido se digne otorgarme la información necesaria para realizar mi proyecto, dicha información será utilizada con fines académicos, desde ya se le agradece su gentileza y colaboración al dar respuesta a las siguientes preguntas.

1. ¿Qué material de falda suele vender con mayor frecuencia?

Tela () Cuero () Plástico ()
Lana () otro ()

2. ¿Cuántas faldas suele vender mensualmente?

3. ¿De qué tamaño el consumidor adquiere falda con mayor frecuencia?

Falda corta () Falda larga ()

4. ¿Desde cuánto va el precio de las faldas que usted vende?

5. Como consideran los consumidores el precio

Alto () Bajo () Normal ()

6. Cuando vende una falda de jean. ¿Cuáles son las características que el consumidor ve al momento de comprar?

Precio () Calidad () Tamaño ()
Diseño () Otro ()

7. ¿Usted distribuye este producto a diferentes locales?

Si () No ()

¿Cuáles?

Boutique () Bazar () centro comercial ()
Ferias () Almacenes () Otros ()

8. ¿Usted realiza publicidad?

Si () No ()

¿De qué tipo?

9. ¿Si en nuestra ciudad de Loja se instala una empresa productora y comercializadora de faldas personalizados con material reciclado de jean que brinde calidad y diseños según su gusto estaría dispuesto a vender este producto?

Si ()

No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN