



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBERTORES PARA ASIENTOS DE AUTOMÓVILES PARA LA PROVINCIA DE LOJA”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTORES:

FRANCISCO JAVIER ARMIJOS ACARO
JAIME VINICIO ALEJANDRO CUEVA

DIRECTOR:

ING. COM. OSCAR GÓMEZ

Loja – Ecuador

2012

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Oscar Gómez

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

CERTIFICO:

Que he procedido a revisar la tesis cuyo título es: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBERTORES PARA ASIENTOS DE AUTOMOVILES PARA LA PROVINCIA DE LOJA". De la autoría de los Srs. Francisco J. Armijos A.y Jaime V. Alejandro C. La misma que cumple con las Normas Generales de Graduación en la Universidad Nacional de Loja, por lo que autorizo su presentación.

Loja, 15 de Enero del 2013

Ing. Com. Oscar Gómez

DIRECTOR DE TESIS

AUTORIA

Los conceptos, información, comentarios y análisis vertidos en la presente tesis son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Francisco J. Armijos A.

Jaime V. Alejandro C.

AGRADECIMIENTO

Nuestra gratitud sincera a la Universidad Nacional de Loja, en la Carrera de Administración de Empresas y de manera especial al Sr. Ing. Com. Oscar Gómez. Profesor de la Carrera de Administración de Empresas, quien dirigió la presente investigación, por su valioso apoyo académico; de igual forma a las personas que forman parte del área administrativa, nuestro reconocimiento de gratitud. A los profesores del área que fueron nuestros guías en los diferentes módulos, nuestro agradecimiento, y en general a todos quienes hicieron posible la realización de la presente tesis.

Los autores

DEDICATORIA

Con amor y cariño a mis padres,
Y de manera especial a mi esposa
Genoveva y a mis hijos Camila Belén
y Pablo Emilio, quienes han sido pilar
fundamental en la consecución para
alcanzar mi meta.

JAIME

A mis padres: **Guillermo y Zoilita**, por su
apoyo incondicional en todos mis proyectos.
A mi esposa **Ma.Eufemia** por su constancia.
A todos mis hermanos en especial a mi
hermano **Tuco**, porque siempre creyó en mí
A todos mis familiares.

PANCHO

TEMA

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE COBERTORES PARA ASIENTOS DE
AUTOMOVILES PARA LA PROVINCIA DE LOJA”**

RESUMEN

a. RESUMEN

En el desarrollo del trabajo investigativo denominado propuesta para la creación de una empresa dedicada a la elaboración de cobertores para asientos de vehículos, se cumple con cada una de las fases estructuradas donde se consideran diversos aspectos como son:

En la revisión bibliográfica se efectuó un análisis minucioso de toda la información bibliográfica y estadística existente para tratar sobre los antecedentes de la pequeña industria a nivel nacional, provincial y local, en donde se destaca que en la provincia de Loja la industria es efímera y que únicamente predomina la comercialización de productos tales como productos de primera necesidad, prendas de vestir, calzado entre otros.

Se utilizaron los materiales de oficina y automatizados y en cuanto a los métodos se utilizaron el inductivo y deductivo con la utilización de información secundaria obtenida de la Agencia Provincial de Tránsito de Loja

En los resultados se presenta la sistematización de la información primaria obtenida mediante la aplicación de la encuesta a la población de estudio conformada por los propietarios de vehículos de cilindraje de hasta 2000

centímetros cúbicos.

En la discusión se presentan los cuatro estudios de un proyecto de inversión comenzando por el estudio de mercado en donde se establece una demanda insatisfecha de 1.446 juegos de cobertores para vehículos, se presenta un plan de comercialización para aplicarse en la ejecución del presente proyecto. En el estudio técnico se determina una capacidad instalada de 880 cobertores anuales para un horizonte de cinco años de vida útil, la empresa deberá ubicarse en un local arrendado en la calle Sucre y Juan de Salinas y en la ingeniería se muestra la patente, el proceso productivo y los requerimientos técnicos para la implementación del proyecto. El estudio financiero constan las inversiones que ascienden a \$ 9,500.00 financiado con capital propio y ajeno, los presupuestos de ingresos y egresos; los estados financieros con la finalidad de demostrar los niveles de rendimiento, se estructuró el flujo de caja que constituye el elemento básico para realizar la evaluación financiera del proyecto, con los siguientes criterios: período de recuperación de la inversión en 11 meses y 20 días, el valor actual neto positivo de \$ 35,741.73, una tasa interna de retorno de 120.84%, la relación beneficio costo de \$ 1.17 y el análisis de sensibilidad, que determina que el proyecto no es sensible a un incremento en costos del 8.5% y de disminución de ingresos en un 7.3%.

Finalmente tenemos las conclusiones y recomendaciones más importantes a las que hemos llegado, determinándose que es factible realizar el proyecto.

ABSTRAC

In developing the proposed research work called for the creation of a company dedicated to making car seat covers, it meets each of the structured phases where various aspects are considered such as:

In the literature review was conducted a thorough analysis of all the existing information and statistical literature to discuss the background of small industry at national, provincial and local levels, which highlights that in the province of Loja industry is fleeting and that only dominates the marketing of products such as staples, clothing, footwear and more.

Were used and automated office equipment and the methods were used inductive and deductive use of secondary information obtained from the Provincial Transit Loja.

In the results presented the systematization of primary information obtained by applying the survey to the study population comprised of owners of vehicles cylinder capacity of up to 2000 cubic centimeters.

In the discussion of the four studies presented an investment project starting with the market research which establishes an unmet demand of

1,446 sets of covers for vehicles, presents a marketing plan to engage in the implementation of this project. The technical study determined an installed capacity of 880 covers per year for a period of five years of life, the company must be located in leased premises or on the streets of Sucre and Juan Salinas and engineering shows the patent, the process production and technical requirements for the implementation of the project. The financial study consist investments totaling \$ 9,500.00 financed with foreign capital and the budgets of income and expenditure, the financial statements in order to demonstrate the performance levels are structured cash flow which is the basic element make the financial evaluation of the project, with the following criteria: period of payback in 11 months and 20 days, the positive net present value of \$ 35,741.73, an internal rate of return of 120.84%, the benefit cost of \$ 1.17 and sensitivity analysis, which determines that the project is not sensitive to an increase in costs of 8.5% and revenues decreased by 7.3%.

Finally we have the most important conclusions and recommendations to which we have come, determining that the project is feasible.

INTRODUCCIÓN

b. INTRODUCCIÓN

Los diversos problemas que presenta la provincia de Loja, han permitido que ésta se convierta únicamente en mercados consumidores, que frecuentemente soportan la entrada de productos a precios elevados de las grandes metrópolis del país (Quito, Guayaquil, Cuenca, Santo Domingo y Ambato), por los inadecuados sistemas de comercialización y por la existencia de un sinnúmero de intermediarios. Por ello se torna necesario crear alternativas que vayan en busca de soluciones a favor de la sociedad. Con la investigación se utilizará recursos existentes en ésta zona para dar apertura a un producto nuevo, de buena calidad y precio razonable que se adapte a las características de mercado; se generará empleo, rentabilidad a los inversionistas etc., contribuyendo de esta manera al desarrollo socioeconómico.

El producto propuesto, elaboración de cobertores que sirve para el uso en los automóviles para evitar que los forros originales de los asientos se deterioren, lo que permitirá a los propietarios de vehículos adquirir este producto de la nueva empresa a precios y calidad de acorde a las necesidades actuales.

El informe final de la presente investigación contempla lo que dispone el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, consecuentemente consta de las siguientes partes:

El título de la presente investigación.

El resumen de lo investigado en castellano y traducido al inglés.

La revisión bibliográfica que se refiere al tema de investigación debidamente estructurado.

En los materiales y métodos se puntualizó entre otros aspectos el tamaño de la muestra la distribución de las encuestas en los cinco cantones de la provincia de Loja.

En los resultados se presenta la información obtenida de la aplicación de la encuesta a los futuros clientes conformada por los propietarios de vehículos de los cinco cantones: Loja, Macará, Paltas, Catamayo y Calvas.

En la discusión se presenta el estudio de mercado, se determinó el comportamiento del producto en el mercado, con su oferta, demanda, demanda insatisfecha, publicidad, etc. En tamaño y localización de la planta, se presenta la capacidad instalada y utilizada, esta última expresada en unidades de producción por año y la localización de la nueva unidad productora. En ingeniería del proyecto se realiza la descripción técnica del producto, requerimiento de materia prima, de personal, distribución en planta, etc. En inversiones y financiamiento, se calcula el total en inversiones que demanda el proyecto y las fuentes de financiamiento a emplearse. En el presupuesto de costos e ingresos se realiza las estimaciones en los rubros que constan dentro de los costos de producción y de los gastos de operación, determinando el costo unitario, con el cual se determina el margen de utilidad y el precio de venta. En la Evaluación económica determinamos la rentabilidad y aceptación del proyecto a través de los diferentes métodos de evaluación como son: El VAN que en el presente trabajo resultó positivo \$ 35,741.73; la TIR del 120.84% mayor al costo de oportunidad, relación beneficio costo es del 1.17 es decir que por cada dólar generará 0,17 de dólar, periodo de recuperación de capital en 11 meses y 20 días, análisis de sensibilidad es del 0,99 cuanto se incrementan los costos en un 8,5% y disminuyen 7,3%. En la organización se identifica el tipo de compañía que pertenece la empresa y se establece el manual de funciones en el que buscará el

personal idóneo para el desarrollo de las actividades dentro de la Empresa.

Por último se formulan las conclusiones y recomendaciones del trabajo realizado.

REVISION DE LITERATURA

c. REVISION DE LITERATURA

1. PROYECTO DE INVERSION (CONCEPTUALIZACION)

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

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

1.1. ESTUDIOS DE UN PROYECTO

EL ESTUDIO DEL MERCADO: El objetivo aquí es estimar las ventas. Lo primero es definir el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su "unidad": piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en área donde está el "mercado".

Una vez determinada, se debe estudiar la OFERTA, es decir, la competencia ¿De dónde obtiene el mercado ese producto ahora?, ¿Cuántas tiendas o talleres hay?, ¿Se importa de otros lugares?, se debe hacer una estimación de cuanto se oferta. De la oferta y demanda, definirá cuanto será lo que se oferte, y a qué precio, este será el presupuesto de ventas. Un presupuesto es una proyección a futuro.

EL ESTUDIO TECNICO.- El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

Dónde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.

Donde obtener los materiales o materia prima.

Que máquinas y procesos usar.

Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

EL ESTUDIO FINANCIERO.- Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

EL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN.- Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está

formada. Qué régimen fiscal es la más conveniente. Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto. Como organizaras la empresa cuando el proyecto esté en operación.

1.2. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La capacidad de producción es el nivel de actividad máximo que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad es fundamental para la gestión empresarial en cuanto permite conocer y analizar el grado de uso de cada uno de ellos en la organización y así tener oportunidad de optimizarlos.

Los incrementos y disminuciones de la capacidad productiva provienen de decisiones de inversión o desinversión (Ej.: adquisición de una máquina adicional).

Cuando una línea de producción está formada por varias máquinas o estaciones de trabajo, la capacidad de producción de la planta está determinada por la máquina o la estación más lenta (la que tenga una menor capacidad de producción). Se llama balance de línea al proceso mediante el cual se determina la cantidad de máquinas y herramientas

por estación de trabajo, para lograr que todas ellas estén bastante equilibradas, evitando desperdicios.

Sin embargo la crisis de la economía ha afectado a la industria, que ha producido tasas negativas de crecimiento dentro de este contexto se puede enfocar el problema estructural del sector industrial en el reducido mercado interno como consecuencia de los bajísimos ingresos que percibe la mayoría de la población.

En nuestro país el proyecto industrial de gran alcance, para desarrollar en el mercado interno, y que garantice dinamismo propio; necesitará incorporar al mercado a la gran masa de trabajadores del campo y de la ciudad, pero para ello es indispensable modificar la inadecuada y desigual distribución de la riqueza nacional.¹

La artesanía presenta una estructura muy frágil que no le permite desarrollar en forma efectiva y consecuentemente se torna muy difícil ingresar a un nivel competitivo nacional. Su comportamiento sigue la misma dinámica que el contexto nacional, con elevado grupo de empresas productoras de bienes de consumo orientados casi en su totalidad al mercado local, a excepción

¹ . PAREDES, Eduardo A. "La oligarquía y la crisis", La industria en la última década. Tomo Nº 1, Pág.2

de aquellas subsidiarias y representantes de las transnacionales e internacionales que producen principalmente bienes de capital.

La artesanía también atraviesa una fuerte dependencia del mercado internacional en cuanto al suministro de insumos y tecnología. La forma de organización empresarial aún no logra superar la fase primaria, esta estructura jurídica quizás sea el reflejo de la liquidación del aparato productivo fabril que es casi nulo, dentro de la producción nacional industrial.

1.3. LA PRODUCCIÓN EN LOJA

La pequeña industria en Loja ha venido y sigue manteniendo una situación de rezago frente a otras del resto del país, que se han constituido en grandes polos de desarrollo, cuya dinámica empresarial ha permitido la creación de algunos establecimientos industriales de significativa importancia, por lo mismo se puede manifestar que ciertas empresas pasaron de pequeña a medianas.

Actualmente en la ciudad de Loja existe pequeñas empresas artesanales que se dedican a la elaboración de ciertos productos, que sirven de accesorios a los vehículos livianos tal es el caso de Auto-tapicería Moderna que es el único que elaboran este tipo de producto en forma de

microempresa, los demás tapicerías trabajan bajo pedido de los usuarios. También existen en el mercado otros almacenes que se dedican únicamente a la comercialización del producto, tales como DENCAR, AUTOTAPICERIA OCHOA, AUTODECORACIONES, cuyos datos serán analizados cuando se trate de la oferta.

2. LA TAPICERÍA

Tapicero es el artesano que ejerce el oficio de cubrir con tela o piel asientos domésticos, de automóviles, motocicletas o barcos, fijando el material con tachuelas o grapas. También se dedica mejorar la comodidad de los mismos instalando muelles, espumas o fibras vegetales en su interior. El objetivo principal de sus trabajos es lograr la comodidad y belleza de los asientos que tapiza.

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

A lo largo de la historia los pueblos nómadas cubrían el suelo de sus tiendas con alfombras y cojines, buscando la comodidad. También fue en estas circunstancias que se crearon las primeras sillas y mesas plegables, probablemente fabricadas por los mismos artesanos que hacían las

tiendas de campaña. Todo esto podemos verlo en grabados antiguos que se han conservado hasta nuestros días.

En la edad media fue cuando reyes y nobles tenían a su servicio artesanos, que fabricaban para ellos butacas y sillas de madera con asientos de cuero al principio y más adelante con asientos rellenos de pelo de animal o fibras vegetales recubiertos con tela. Fue en la época del renacimiento cuando las butacas, sillas y sofás adquirieron su mayor elegancia y sofisticación. Para ello los ebanistas trabajaban en contacto muy cercano con los tapiceros para lograr realizar sus encargos por parte de la nobleza.

Desde los años 70 los tapiceros utilizan espumas sintéticas para los rellenos de sillas, taburetes, butacas y sofás. Aunque siguen teniendo mucho valor los rellenos de pluma de oca y fibras naturales.

El tapicero de muebles es aquel profesional que está especializado en la tapicería de muebles para el hogar y otras instalaciones domésticas o industriales, como restaurantes, hoteles y centros hospitalarios. El tapicero de muebles tiene experiencia y habilidades para tapizar sillas, butacas, sofás, taburetes, cabeceros de cama y otras piezas habituales

en el ámbito doméstico. Además confecciona e instala cortinas. Dentro de esta categoría hay especialistas en muebles clásicos o de época, muy solicitados por anticuarios y restauradores de antigüedades.

El oficio de tapicero de asientos de moto es una especialidad dentro de la tapicería. La principal característica es que confecciona y monta tapizados en asientos y sillines de moto. Los materiales que utiliza para ello tienen resistencia a condiciones climatológicas adversas. Usualmente son tapizados de vinilo con tratamientos especiales para no deteriorarse con la luz solar, la lluvia o los cambios bruscos de temperatura. El tapicero de asientos de motocicleta también realiza trabajos de modificación de espumas para conseguir mejorar la comodidad del motorista, dependiendo de su anatomía personal. Las espumas que utiliza en estas modificaciones son espumas de poliuretano de alta densidad, para que el resultado sea un asiento cómodo y firme.

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

El oficio de tapicero de barcos es una especialidad dentro de la tapicería

El tapicero de barcos confecciona tapizados para los asientos y colchonetas de las embarcaciones. Además hace cubiertas de lona para protegerlas cuando no se usan y forra cualquier zona del interior que lo necesite, como paredes o techos. Los materiales que utiliza para tapizar partes de una embarcación son resistentes a los ambientes salinos, los hongos y los rayos ultravioleta. Para el relleno de colchonetas y asientos utiliza espuma estanca, que no absorbe el agua y alarga la vida útil de los mismos.

GRÁFICO N° 1
TAPIZADO DE VEHÍCULOS



MATERIALES Y METODOS

d. MATERIALES Y METODOS

1. MATERIALES

Para la elaboración del presente trabajo investigativo se utilizaron algunos materiales, los mismos que se los clasificaron:

- Formularios y cuestionarios
- Computadores
- Impresora
- Textos bibliográficos
- Revistas
- Internet
- Útiles de escritorio
- Papelería

2. METODOS

Para comprender el problema se necesita recurrir a la revisión de literatura que permite precisar el contexto del actual servicio que se pretende brindar, así mismo realizar un estudio de mercado para proponer las necesidades, localización e ingeniería del proyecto, para luego efectuar la evaluación

financiera y decidir su factibilidad o no, a la vez que se contrastaría los objetivos planteados.

Para recopilar la información se utiliza las fuentes de datos siguientes:

Secundarias- Que se integran con toda la información escrita existente sobre el tema ya sea en estadísticas gubernamentales ajenas a la empresa y estadísticas de la propia empresa, o provenientes de la misma empresa en proyecto.

Primarias.- Estas fuentes consisten básicamente en investigación de campo por medio de: Encuestas, observación directa, entrevistas etc. Se refiere al diseño, recopilación y tratamiento estadístico de datos. Si se obtiene información por medio de encuestas habrá que diseñar estas de manera distinta a como se procederá en la obtención de información de fuentes secundarias.

También consta el procesamiento y análisis de datos que significa que una vez que se cuenta con toda la información necesaria proveniente de cualquier tipo de fuente se procede al procesamiento y análisis. Todo ello conlleva a elaborar un informe una vez procesada la información.

POBLACIÓN DE ESTUDIO.- Para establecer la población de estudio, se

hace necesario analizar la información histórica de las estadísticas, recabada de la Agencia de Transito de Loja del sistema vehicular o parque automotor en la provincia de Loja, tiene como particularidad que el 90% es de vehículos particulares, el 9% vehículos de alquiler, el 1% los ocupan entre vehículos estatales y municipales.

En el año de 2007, se han registrado 9.569 vehículos particulares, 466 vehículos de alquiler, 111 vehículos de estado, y 1 vehículo municipal lo que da un total de 10.147.

En el año de 2008, se han registrado 10.933 vehículos particulares, 247 vehículos de alquiler, 153 vehículos de estado, y 0 vehículo municipal lo que da un total de 11.333.

En el año de 2009, se han registrado 12.768 vehículos particulares, 341 vehículos de alquiler, 129 vehículos de estado, y 1 vehículo municipal lo que da un total de 13.239.

En el año de 2010, se han registrado 13.215 vehículos particulares, 359 vehículos de alquiler, 111 vehículos de estado, y 0 vehículo municipal lo que da un total de 13.685.

En el año 2011, se matricularon en la ciudad de Loja un total de 14.796

vehículos, divididos de la siguiente manera: 14.322 corresponden a vehículos particulares, de alquiler 360, del estado 112 y municipal 2.

CUADRO Nº 1

SISTEMA VEHICULAR EN LA PROVINCIA DE LOJA

AÑOS	PARTICULARES	ALQUILER	ESTADO	MUNICIPALES	TOTAL
2007	9.569	466	111	1	10.147
2008	10.933	247	153	0	11.333
2009	12.768	341	129	1	13.239
2010	13.215	359	111	0	13.685
2011	14.322	360	112	2	14.796

FUENTE: AGENCIA DE TRANSITO DE LOJA
ELABORACION: LOS AUTORES

De los vehículos registrados en el año 2011 que constan en el cuadro Nº 2 según datos de la Agencia de Tránsito de Loja, el 46% de estos corresponden a vehículos livianos tipo automóvil hasta 2000 cc. en la provincia de Loja; por tanto, en el año 2011 que es el año en el que se realizó el estudio con el proyecto propuesto, se registran 5.961 vehículos livianos tipo automóvil en la ciudad de Loja, en el cantón Macará 268, en el cantón Paltas 195, en el cantón Catamayo 163 y en cantón Calvas 219, teniendo un total de 6.806 vehículos livianos en los cantones seleccionados para la población de estudio. Se ha considerado estos cantones para el estudio por ser los que cuentan con un número mayor a los 150 vehículos, quedando en el resto de la provincia la cantidad de vehículos de las características que interesan al proyecto.

CUADRO Nº 2**DISTRIBUCIÓN DE VEHICULOS DE 2000 CC****LOJA**

MARCA-MODELO	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
ALFA ROMEO	1	1	8	2	2	14
AUDI	2	7	4	3	0	16
AUSTIN	17	0	0	0	0	17
B.M.W.	3	8	7	1	1	20
CHEVROLET	362	524	578	565	536	2.565
DAEWOO	5	19	20	78	66	188
DAIHATSU	17	6	6	11	55	95
DATSUN	123	156	145	111	199	734
FIAT	15	12	16	17	10	70
FORD	254	383	412	490	402	1.941
HONDA	19	15	25	28	45	132
LADA	5	10	33	40	2	90
PEUGEOT	14	7	5	33	20	79
TOTAL.....	837	1.148	1.259	1.379	1.338	5.961

MACARA

MARCA-MODELO	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
CHEVROLET	11	4	8	5	7	35
DAEWOO	13	11	8	18	12	68
DAIHATSU	9	1	6	4	5	25
DATSUN	17	6	5	1	5	34
FORD	4	3	22	19	3	51
HONDA	3	5	6	8	0	22
LADA	5	8	3	0	4	20
PEUGEOT	1	3	5	3	1	13
TOTAL.....	63	41	63	58	43	268

PALTAS

MARCA-MODELO	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
CHEVROLET	12	4	8	5	6	35
DAEWOO	5	9	10	8	6	38
DAIHATSU	7	6	8	9	5	35
DATSUN	3	6	5	11	9	34
FORD	7	7	6	2	6	28
HONDA	5	4	3	4	3	19
LADA	2	0	2	0	2	06
TOTAL.....	41	36	42	39	37	195

CATAMAYO

MARCA-MODELO	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
CHEVROLET	2	4	2	1	6	15
DAEWOO	7	3	0	8	10	28
DAIHATSU	3	4	2	9	0	18
DATSUN	4	6	5	4	2	21
FIAT	2	4	2	8	2	18
FORD	8	3	2	6	2	21
HONDA	9	5	2	1	5	22
LADA	3	3	4	9	1	20
TOTAL.....	38	32	19	46	28	163

CALVAS

MARCA-MODELO	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
CHEVROLET	12	4	8	5	6	35
DAEWOO	3	6	10	13	6	38
DAIHATSU	1	6	4	2	2	15
DATSUN	3	3	8	11	9	34
FORD	2	1	1	10	7	21
HONDA	7	5	6	8	5	31
LADA	3	5	3	10	5	26
RENAULT	5	3	5	3	3	19
TOTAL.....	36	33	45	62	43	219

FUENTE: AGENCIA DE TRANSITO DE LOJA
ELABORACION: LOS AUTORES

MUESTRA.- Para determinar el tamaño de la muestra se recurrió a una fórmula estadística para calcular el número de encuestas que deben aplicarse, cuyos parámetros de cálculo son:

$$n = \frac{Z^2 N(p.q)}{e^2 (N-1) + Z^2 (p.q)}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = 1,96 margen de seguridad del 95%

N = Población o universo total 5.961 propietarios de vehículos livianos tipo automóvil de cilindraje hasta 2000 cc para Loja. Según la Agencia Provincial de Tránsito de Loja 2011.

p = 0,5 de probabilidad que ocurra.

q = 0,5 de posibilidad de que no ocurra.

e = 5% de margen de error.

Para determinar **p** y **q** se procedió a realizar un sondeo con 20 propietarios de vehículos sobre el interés que tendrían en el producto. De las respuestas se determinó que el 50% de los encuestados tienen interés por el producto, razón por la cual se toma los valores para p = 0,5 y q = 0,5.

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 5.961 \cdot [(0,5)(0,5)]}{(5\%)^2(5.961-1) + (1,96)^2[(0,5)(0,5)]}$$

$$n = \frac{(3,8416) \cdot 5.961 \cdot (0,25)}{(0,0025) (5.960) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{5.724,94}{15,86}$$

$$n = 360.96 = 361 \text{ encuestas}$$

Este tamaño de la muestra, se distribuye para cada cantón de la siguiente manera: tomando en consideración la población vehicular en cada cantón que puedan utilizar cobertores de asientos.

CUADRO N° 3

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL SIGNIFICATIVA DE LA POBLACIÓN

CANTONES	POBLACIÓN DE ESTUDIO	FACTOR	NUMERO DE ENCUESTAS
CANTON LOJA	5.961	0,88	318
CANTON MACARA	268	0,04	14
CANTON PALTAS	195	0,03	11
CANTON CATAMAYO	163	0,02	7
CANTON CALVAS	219	0,03	11
TOTAL	6.806	1	361

FUENTE: CUADRO N° 3 Y MUESTRA
ELABORACION: LOS AUTORES

Para el estudio de mercado se utilizó los sistemas de segmentación: **Geográfica**, que consiste en determinar el lugar donde se pretende comercializar el producto, que son los cinco cantones: Loja, Macará, Paltas, Catamayo y Calvas. **Demográficas**, consiste en analizar la población propietaria de vehículos únicamente. **Psicográfica**, se refiere a los gustos y preferencias de los usuarios del producto que pretendemos ofrecer en nuestro caso los cobertores para asientos de automóviles. La empresa con la finalidad de ofrecer un buen servicio entregará al usuario y propietario del vehículo, cobertores de calidad elaborados en telas tales como: Felpa, Cuero, Corosil, Yute, etc.

Con los antecedentes antes expuestos fue posible completar la información sobre oferta y demanda, hecho que al comparar los dos elementos determinó la demanda insatisfecha y el porcentaje a cubrir con el proyecto planteado.

La ingeniería del proyecto es el resultado del estudio de mercado, procedimiento que permitió la posibilidad para determinar su localización, el tamaño de la planta, el tipo de maquinaria, los equipos, muebles y herramientas necesarias así como la distribución en el taller, de tal manera que los recursos utilizados se ocupen en forma óptima.

Los costos en el mercado de los insumos y las necesidades que se determinaron en la ingeniería del proyecto, sirvieron de base para definir la inversión y buscar el financiamiento.

La elaboración de los elementos financieros y contables como el análisis del flujo de caja, los estados de situación financiera, de pérdidas y ganancias, dio datos para efectuar la evaluación del proyecto desde el punto de vista del VAN de la TIR, B/C, Análisis de Sensibilidad, de cuyos resultados se obtuvo la factibilidad proyecto y su posible implementación.

Una vez definidos los parámetros técnico operativos, financieros, se propone un aporte técnico para la organización jurídica y administrativa de la empresa.

Por tratarse de un trabajo investigativo, que pretende detectar la problemática artesanal, nos apoyamos en las técnicas e instrumentos de investigación social que permitieron llegar a definir los diferentes elementos que rodean al proyecto desde el punto de vista socioeconómico.

Finalmente en las conclusiones se comprueba la hipótesis planteada y los resultados de la investigación son las recomendaciones planteadas en el documento y análisis del proyecto.

RESULTADOS

e. RESULTADOS

Para tener una fuente de análisis posterior se plantea las siguientes interrogantes que se encuentran en la encuesta planteada a la muestra de propietarios de vehículos.

1. SIRVASE INDICAR SI EL VEHICULO QUE CONDUCE ES PROPIO O USTED ES UNICAMENTE EL CONDUCTOR?

CUADRO Nº 4

PROPIEDAD DE LOS VEHÍCULOS

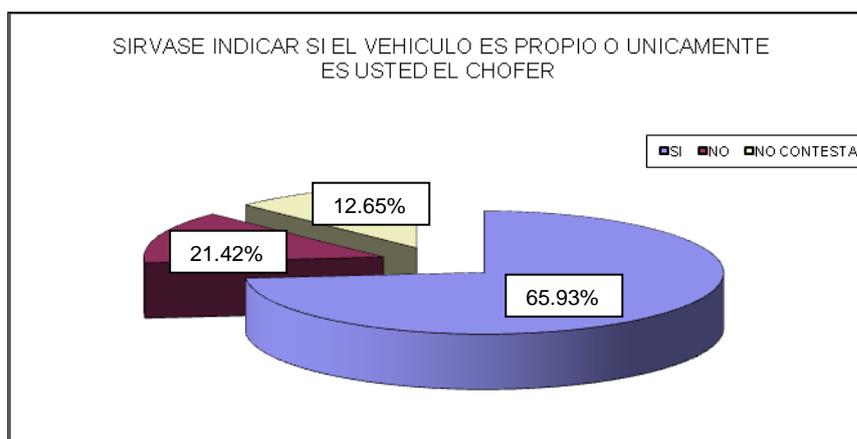
CANTÓN	ENCUESTAS	PROPIETARIO	%	CONDUCTOR	%	NO CONTESTA	%
LOJA	318	207	86,97	67	87,01	44	95,66
MACARA	14	11	4,62	3	3,90	0	0
PALTAS	11	8	3,36	2	2,60	1	2,17
CATAMAYO	7	5	2,10	1	1,30	1	2,17
CALVAS	11	7	2,94	4	5,19	0	0
TOTAL	361	238	65,93	77	21,33	46	12,74

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES

Para elaborar el cuadro que antecede se procede de la siguiente manera: en la primera columna se hace constar los cantones que están inmersos en el estudio como son: Loja, Macará, Paltas, Catamayo y Calvas; en la segunda columna se detalla el total de encuestas aplicadas, en la tercera columna se describe las respuestas de los encuestados que dicen ser

propietarios del vehículo; en la cuarta columna se detalla los porcentajes que se obtiene de dividir los 238 propietarios de vehículos para el total de encuestas aplicadas; este mismo procedimiento se aplica para la sexta y octava columna.

GRÁFICO N° 2
PROPIEDAD DE LOS VEHÍCULOS



Como se observa en el cuadro y gráfico que anteceden; de los 361 encuestados; 238 encuestados de los cinco cantones respondieron que son propietarios de vehículos esto es el 65,93%; 77 encuestados respondieron que son únicamente choferes esto es el 21,33% y 46 encuestados no respondieron lo que significa el 12,74%.

2. SI ES PROPIO SIRVASE INDICAR ¿QUÉ TIPO DE VEHICULO ES?

CUADRO Nº 5
TIPO DE VEHÍCULO

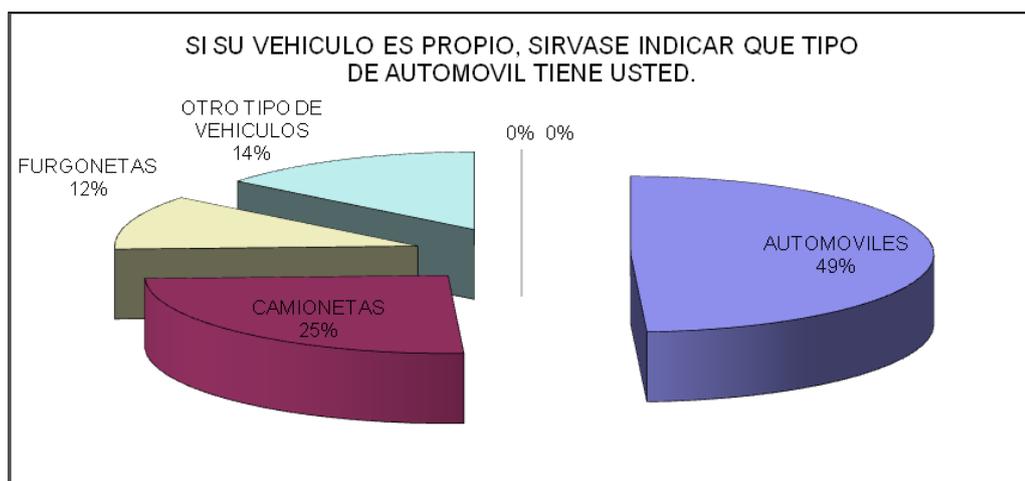
CANTÓN	PERSONAS PROPIETARIAS DE VEHICULOS	PERSONAS QUE TIENEN AUTOMOVIL	%	PERSONAS QUE TIENEN CAMIONETA	%	PERSONAS QUE TIENEN FURGONETA	%	PERSONAS QUE TIENEN OTRO TIPO	%
LOJA	207	89	67,42	18	13,64	10	7,58	15	11,36
MACARA	11	8	23,53	6	17,65	11	32,35	9	26,47
PALTAS	8	6	27,27	10	45,45	3	13,64	3	13,64
CATAMAYO	5	5	25,00	10	50,00	2	10,00	3	15,00
CALVAS	7	9	30,00	16	53,33	1	3,33	4	13,33
TOTAL	238	117	49,16	60	25,21	27	11,34	34	14,29

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES

Para elaborar el cuadro que antecede se procede así: en la primera columna se hace constar los cantones que están inmersos en el estudio como son Loja, Macará, Paltas, Catamayo y Calvas; en la segunda columna se toma en cuenta únicamente a las cantidades que corresponden a los propietarios de vehículos en general, porque ese es el segmento que nos interesa seguir encuestando, en la tercera columna se detalla el número de personas que manifestaron que tienen automóviles, luego para obtener en la tercera columna el porcentaje se divide la cantidad 89 que son las personas que respondieron que son propietarios de automóviles y se divide para el total de respuestas de las personas que manifestaron en el cuadro anterior que son propietarios de vehículos, el mismo procedimiento para obtener el porcentaje de la quinta, séptima y octava columna.

GRÁFICO Nº 3

TIPO DE VEHÍCULO



En el cuadro y gráfico anteriores, se detalla la información obtenida luego del análisis; como se puede observar de los 238 encuestados que en la pregunta anterior respondieron que son propietarios de vehículos; 117 personas encuestadas respondieron que tienen automóviles que corresponden al 49,16%; 60 personas encuestadas manifestaron que son propietarios de camionetas esto es el 25,21%; 27 personas encuestadas respondieron que son propietarios de furgonetas lo que significa el 11,34%; 34 personas contestaron que son propietarios de otros tipos de vehículos esto es el 14,29%.

3. PARA PROTEGER EL TAPIZADO ORIGINAL DE LOS ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL ¿HA COMPRADO COBERTORES?

CUADRO Nº 6

COMPRA COBERTORES PARA LOS ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL

CANTÓN	ENCUESTAS	SI	%	NO	%	NO CONTESTA	%
LOJA	89	76	85,39	6	6,74	7	7,87
MACARA	8	5	62,50	3	37,50	0	0
PALTAS	6	3	50,00	2	33,33	1	16,67
CATAMAYO	5	2	40,00	2	40,00	1	20,00
CALVAS	9	4	44,44	3	33,33	2	22,22
TOTAL	117	90	76,92	16	13,68	11	9,40

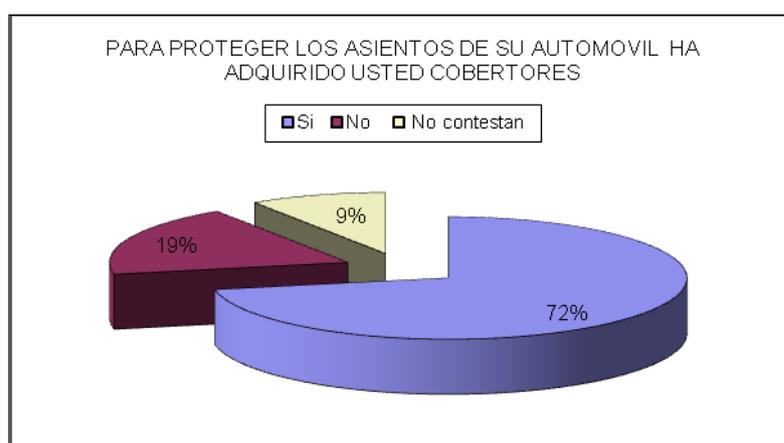
FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES

Para elaborar el cuadro que antecede se procedió de la siguiente manera: en la columna Nº 1; se hace constar los cantones que están inmersos en el estudio como son Loja, Macará, Paltas, Catamayo y Calvas; en la segunda columna se toma en cuenta únicamente a las cantidades que corresponden a los propietarios de automóviles que son el segundo segmento que realmente nos interesa para el estudio, en la tercera columna se detalla el número de personas que respondieron afirmativamente a la pregunta planteada, luego para obtener en la tercera columna el porcentaje se divide la cantidad 76 que son las personas que responden que si protegen el tapizado de los asientos del automóvil y se divide para el total de las

respuestas de las personas que manifestaron en el cuadro anterior que son propietarios de automóviles, el mismo procedimiento para obtener el porcentaje de la quinta, séptima y octava columna.

GRÁFICO N° 4

COMPRA COBERTORES PARA LOS ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL



En el cuadro N° 7 se observa el detalle de la información analizada de la siguiente manera: 90 encuestados que respondieron que si protegen los asientos con cobertores corresponde al 76,92%; 16 personas encuestadas respondieron que no protegen los asientos del automóvil esto es el 13,68% y 11 personas no contestaron esto es el 9,40%.

4. ¿EN QUÉ LUGAR HA ADQUIRIDO LOS COBERTORES PARA LOS ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL?

CUADRO N° 7

LUGAR DE COMPRA DE COBERTORES

CANTÓN	PERSONAS PROTEGEN ASIENTOS DE AUTOMOVIL	DENCAR	%	AUTOPATIO	%	AUTO DECORACION	%	OTROS	%
LOJA	76	26	34,21	18	23,68	17	22,37	15	19,74
MACARA	5	4	80,00	1	20,00	0	0	0	0
PALTAS	3	0	0	1	33,33	2	66,67	0	0
CATAMAYO	2	1	50,00	1	50,00	0	0	0	0
CALVAS	4	1	25,00	0	0	3	75,00	0	0
TOTAL	90	32	35,56	21	23,33	22	24,44	15	16,67

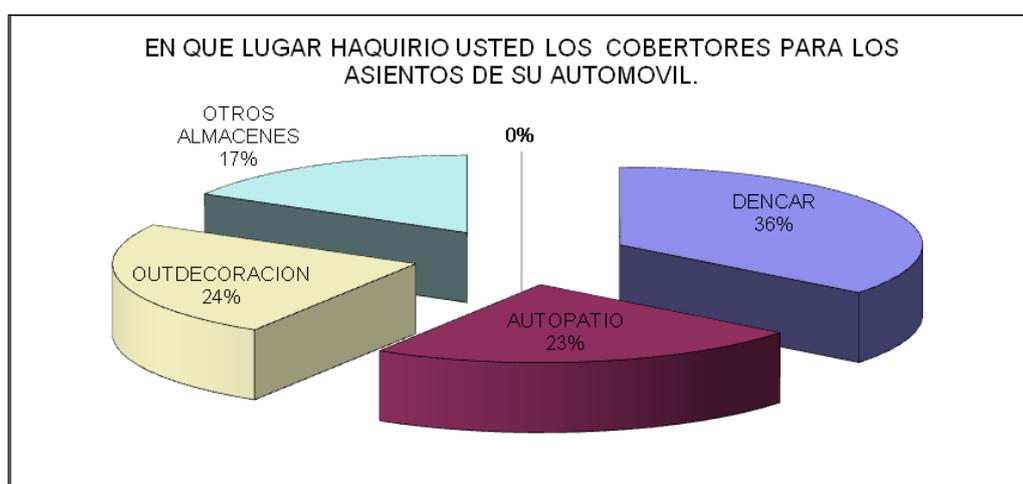
FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES

Para elaborar el cuadro en la primera columna se hace constar los cantones que están inmersos en el estudio como son: Loja, Macará, Paltas, Catamayo y Calvas; en la segunda columna se toma en cuenta únicamente a los propietarios de automóviles que respondieron que si protegen los asientos originales del vehículo; en la tercera columna se detalla el número de personas que respondieron que adquieren los cobertores para su automóvil en la llantera DENCAR, luego para obtener en la tercera columna el porcentaje se divide la cantidad 26 personas que corresponde a los que adquirieron los forros para el automóvil en la llantera DENCAR y se divide para el total de respuestas de las personas que manifestaron en el cuadro

anterior que si protegen los forros de los automóviles, el mismo procedimiento para obtener el porcentaje de la quinta, séptima y octava columna.

GRÁFICO Nº 5

LUGAR DE COMPRA DE COBERTORES



En el cuadro y gráfico anterior se presenta el detalle de la información, como se puede observar en el detalle de los 76 personas encuestadas que en el cuadro anterior respondieron que si les gusta proteger los forros originales de los automóviles; 32 personas contestaron que han adquirido los forros en la llantera DENCAR esto es el 35.56%; 21 encuestados manifestaron que los forros para el automóvil lo adquirieron en AUTO PATIO lo que significa el 23.33%; 22 encuestados respondieron que adquirieron los forros para proteger los asientos del automóvil esto es el 24.44% y 15 personas

encuestadas respondieron que los forros para el automóvil los adquirieron en otros lugares esto corresponde al 16.67%.

5. ¿LOS COBERTORES QUE HA COMPRADO PARA SU AUTOMOVIL LOS ADQUIRIÓ DE ACUERDO A LAS SIGUIENTES CONSIDERACIONES?

**CUADRO Nº 8
CARACTERÍSTICAS DE LOS COBERTORES**

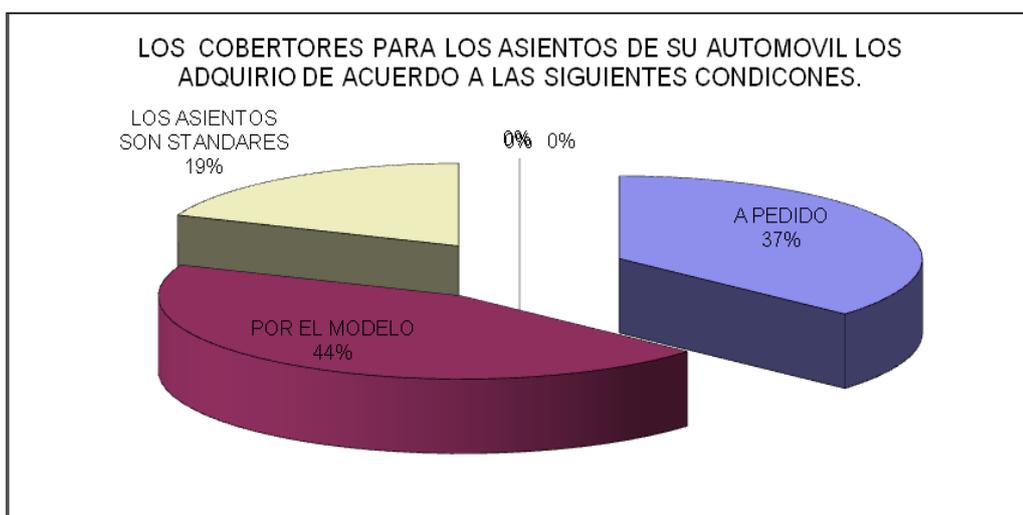
CANTÓN	PROPIETARIO AUTOMOVIL	POR PEDIDO	%	POR MODELO	%	STANDAR	%
LOJA	76	28	36,84	37	48,68	11	14,47
MACARA	5	1	20,00	2	40,00	2	40,00
PALTAS	3	1	33,33	0	0	2	66,67
CATAMAYO	2	2	100	0	0	0	0
CALVAS	4	1	25,00	1	25,00	2	50,00
TOTAL	90	33	36,67	40	44,44	17	18,89

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES

Para elaborar el cuadro en la columna Nº 1; se hace constar los cantones que están inmersos en el estudio como son Loja, Macará, Paltas, Catamayo y Calvas; en la segunda columna se toma en cuenta únicamente a las cantidades de los propietarios de automóviles que respondieron que adquieren los forros para el automóvil a pedido, luego para obtener en la tercera columna el porcentaje se divide 28 personas que respondieron que los forros los adquieren por pedido y se divide para el total de respuestas de

las personas que manifestaron en el cuadro anterior que si protegen los forros de los automóviles, el mismo procedimiento para obtener el porcentaje de la quinta, séptima y octava columna.

GRÁFICO N° 6
CARACTERÍSTICAS DE LOS COBERTORES



En el cuadro y gráfico anteriores, se observa que 33 encuestados que corresponde al 36,67% han adquirido los forros para el automóvil a pedido; 40 personas encuestadas han adquirido los forros para el automóvil por modelo esto es el 44,44%; 17 personas encuestadas respondieron que los forros que adquieren para el automóvil son estándar lo que significa el 18,89% de la población total encuestada de los cinco cantones en estudio.

6. ¿EN QUE MATERIAL HA ADQUIRIDO LOS COBERTORES PARA LOS ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL YUTE, TELA FELPA, DAMASCO?

CUADRO Nº 9

MATERIAL DE COBERTORES PARA ASIENTO DE AUTOMOVIL

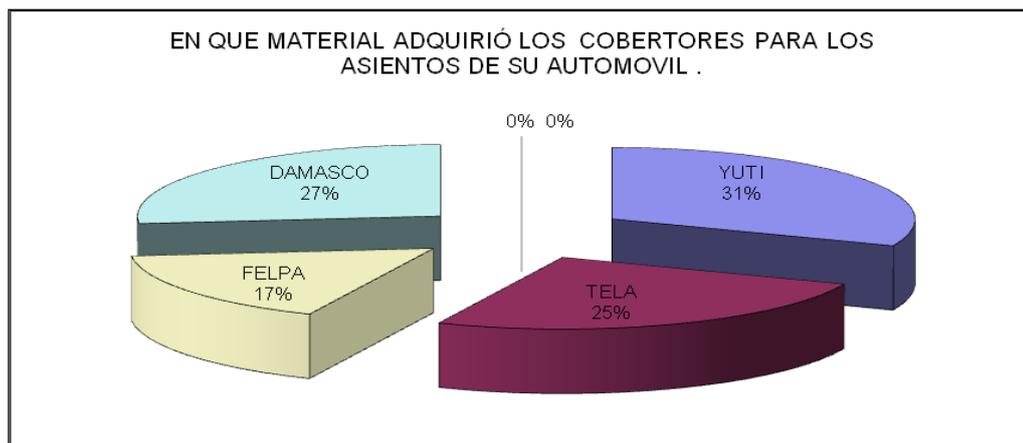
CANTÓN	PROTEGEN ASIENTOS AUTOMOVIL	YUTE	%	TELA	%	FELPA	%	DAMASCO	%
LOJA	76	21	27,63	19	25,00	13	17,11	23	30,26
MACARA	5	4	80,00	1	20,00	0	0	0	0
PALTAS	3	1	33,33	1	33,33	1	33,33	0	0
CATAMAYO	2	1	50,00	1	50,00	0	0	0	0
CALVAS	4	1	25,00	1	25,00	1	25,00	1	25,00
TOTAL	90	28	31,11	23	25,56	15	16,67	24	26,67

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES

Para elaborar el cuadro en la columna Nº 1; se hace constar los cantones que están inmersos en el estudio como son Loja, Macará, Paltas, Catamayo y Calvas; en la segunda columna se toma en cuenta únicamente a las cantidades de los propietarios de automóviles que respondieron que si cubren los asientos originales de los automóviles, en la tercera columna se indica el número de encuestados que prefieren los forro del automóvil en yute; en la cuarta columna se determina el porcentaje que consiste en dividir el número de encuestados que prefieren forros elaborados en yute para el total de encuestados y se obtiene el porcentaje; este mismo procedimiento para las siguientes columnas.

GRÁFICO N° 7

MATERIAL DE COBERTORES PARA ASIENTO DE AUTOMOVIL



Con la finalidad de saber que material prefieren y para relacionar con los cobertores que pretendemos elaborar, se planteó de igual forma la pregunta que corresponde al cuadro N° 9, conociendo las opiniones de 28 encuestados que prefieren los forros de los vehículos confeccionados en Yute, esto representa el 31,11% del total de los encuestados; 23 de los encuestados que prefieren los cobertores elaborados en Tela, que representa el 25,56% del total de los encuestados; 15 encuestados prefieren los forros de los vehículos elaborados en Felpa, que significa el 16,67% del total de encuestados; y 24 encuestados prefieren los forros elaborados en Damasco, que significa el 26,67% del total de los encuestados.

7. ¿QUÉ TIEMPO LE DURAN LOS COBERTORES EN LOS ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL: UN AÑO, DOS AÑOS, MAS DE DOS AÑOS?

CUADRO N° 10

DURACIÓN DE LOS COBERTORES DE ASIENTOS

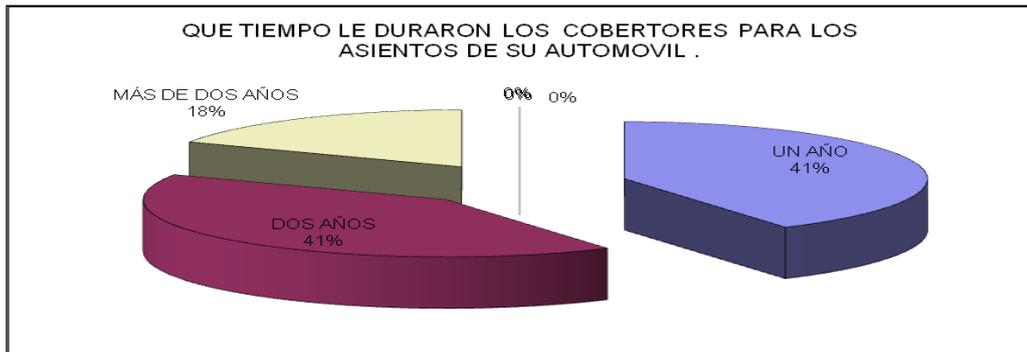
DENOMINACION	NUMERO DE ENCUESTAS	UN AÑO	%	DOS AÑOS	%	MAS DE DOS	%
LOJA	76	42	55,26	21	27,63	13	17,11
MACARA	5	0	0	4	80,00	1	20,00
PALTAS	3	0	0	2	66,67	1	33,33
CATAMAYO	2	0	0	2	100	0	0
CALVAS	4	1	25,00	2	50,00	1	25,00
TOTAL	90	43	47,79	31	34,44	16	17,77

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES

Para determinar el cuadro N° 10 se detalla los nombres de los cantones que están inmersos en el estudio como son Loja, Macará, Paltas, Catamayo y Calvas, en la segunda columna se detalla el número de encuestados que si compran cobertores para cubrir los asientos originales; en la tercera columna se detalla el número de personas que manifestaron que los cobertores del automóvil le duró un año; en la cuarta columna se detalla el porcentaje que se lo obtiene de dividir 42 que es la cantidad de encuestados que respondieron que los cobertores le duró un año para el total de encuestados; este mismo procedimiento para las columnas subsiguientes.

GRÁFICO N° 8

DURACIÓN DE LOS COBERTORES DE ASIENTOS



Este cuadro nos ayudó a interrogar a los propietarios de vehículos, se obtuvo que 43 responden que la durabilidad de los cobertores es de un año, que significa 47,78% del total de encuestados; 31 encuestados responden dos años esto es el 34,44% del total de encuestados y 16 encuestados contestaron que más de dos años, que significa el 17,77%.

8. ¿ESTÁ SATISFECHO CON LA CALIDAD Y MODELOS DE LOS COBERTORES QUE SE VENDEN EN LOS ALMACENES?

CUADRO N° 11

CRITERIO SOBRE COBERTORES QUE VENDEN LOS ALMACENES

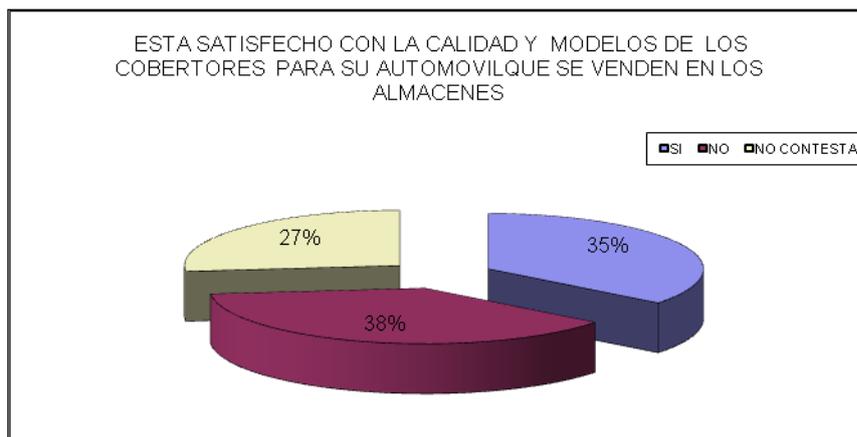
DENOMINACION	NUMERO DE ENCUESTAS	%	SI	%	NO	%	NO CONTESTA	%
LOJA	76	84,44	26	34,21	30	39,47	20	26,32
MACARA	5	5,55	3	60,00	1	20,00	1	20,00
PALTAS	3	3,33	1	33,33	1	33,33	1	33,33
CATAMAYO	2	2,22	1	50,00	1	50,00	0	0
CALVAS	4	4,44	1	25,00	1	25,00	2	50,00
TOTAL	90	100	32	35,55	34	37,78	24	26,67

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES.

Para determinar el cuadro N° 11 se detalla los nombres de los cantones que están inmersos en el estudio como son Loja, Macará, Paltas, Catamayo y Calvas, en la segunda columna se detalla el número de encuestados que si compran cobertores para cubrir los asientos originales; en la tercera columna se detalla el número de personas que manifestaron que si están satisfecho con la calidad y modelos de los cobertores del automóvil; en la cuarta columna se detalla el porcentaje que se lo obtiene de dividir 32 para la cantidad de encuestados que respondieron afirmativamente para el total de encuestados en el cantón Loja; este mismo procedimiento para las columnas subsiguientes.

GRÁFICO N° 9

CRITERIO SOBRE COBERTORES QUE VENDEN LOS ALMACENES



En el cuadro N° 11 preguntamos si están satisfechos con los cobertores que comercializan; acerca de esto responden los encuestados de cada cantón: 32 que si están satisfechos con la calidad y modelos de los cobertores para el automóvil, que significa el 35,55% del total de la población encuestada de los cinco cantones; 34 manifestaron que no están satisfechos ni con la calidad ni con los modelos, que significa el 37,78%, y no respondieron 24 encuestados lo que significa el 26,67% del total de encuestados.

9. ¿SI SU RESPUESTA ES POSITIVA O NEGATIVA PODRIA INDICARNOS PORQUE?

**CUADRO N° 12
RAZÓN DE LA RESPUESTA**

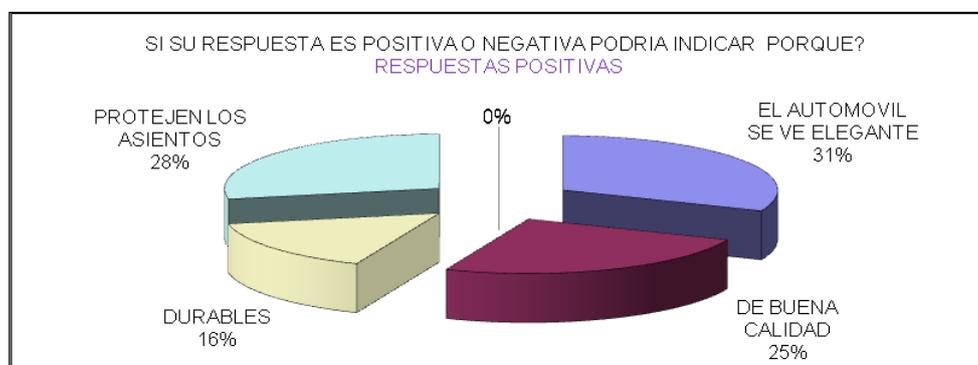
RESPUESTAS POSITIVAS		
DENOMINACION	PROVINCIA DE LOJA	PORCENTAJE %
- Porque el automóvil se ve elegante	10	31,25
- Porque son de buena calidad	8	25,00
- Porque son durables	5	15,63
- Porque se protegen los asientos del automóvil	9	28,12
TOTAL.....	32	100 %
RESPUESTAS NEGATIVA		
DENOMINACION	PROVINCIA DE LOJA	PORCENTAJE %
- Porque no se ajustan a los asientos del vehículos	16	47,06
- Hay que hacerles arreglos.	9	26,47
- Son muy sencillos	3	8,82
- Son muy caros	6	17,65
Total.....	34	100%

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES

El cuadro que antecede se lo elaboró de la siguiente manera: en la primera columna se detalla las razones por las cuales han adquirido los cobertores, en la segunda columna el total de personas y en la tercera columna el porcentaje que se obtiene de dividir el total de las respuestas de la primera razón positiva para el total de respuestas positivas.

El mismo procedimiento en el caso de la segunda parte en lo que se refiere a las razones por las cuales no les gusta adquirir cobertores.

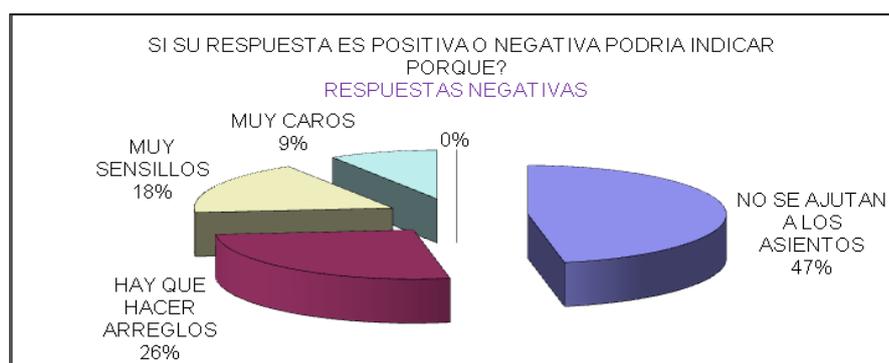
GRÁFICO N° 10
RAZÓN DE LA RESPUESTA POSITIVA



En cuanto al ¿por qué? de su respuesta con referencia a la interrogante planteada en el cuadro N°13 respondieron: **10** (31,25%) propietarios de la provincia de Loja, porque el automóvil se ve elegante, así mismo, **8**(25,00%) responden porque son de buena calidad, **5**(15,63%) porque son durables y; finalmente **9**(28,12%) porque se protegen los asientos del automóvil.

GRÁFICO Nº 11

RAZÓN DE LA RESPUESTA NEGATIVA



En referencia a los propietarios que contestaron negativamente, obtuvimos las siguientes opiniones, en Loja **16**(47,06%) dicen que no se ajustan a los asientos del vehículo, **9**(26,47%) respondieron hay que hacer arreglos en los cobertores, **3**(8,82%) son muy sencillos y **6**(17,65%) que son muy caros.

10. CUAL ES EL PRECIO QUE HA PAGADO POR UN JUEGO DE COBERTORES PARA LOS ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL?

CUADRO N° 13

PRECIO DE LOS COBERTORES DE ASIENTOS PARA AUTOMOVIL

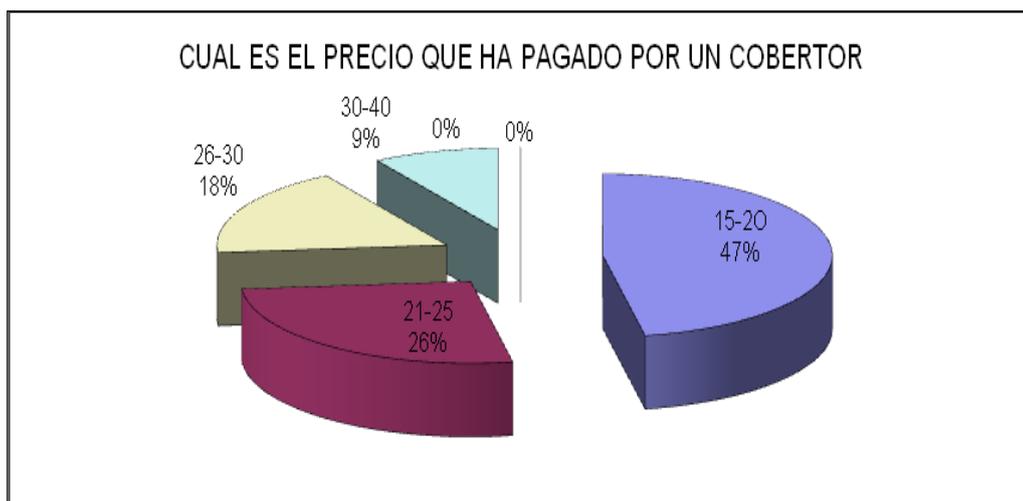
CANTÓN	ENCUES.	\$71- \$80	%	\$81- \$90	%	\$91 - \$100	%	\$101 - \$120	%
LOJA	76	16	21,05	29	38,16	18	23,68	13	17,11
MACARA	5	0	0	0	0	3	60,00	2	40,00
PALTAS	3	0	0	0	0	2	66,67	1	50,00
CATAMAYO	2	0	0	0	0	1	50,00	1	50,00
CALVAS	4	0	0	0	0	3	75,00	1	25,00
TOTAL	90	16	17,78	29	32,22	27	30,00	18	20,00

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES

Para obtener la información se procedió así: En la columna N° 1 se detalla los nombres de los cinco cantones de la provincia de Loja, en la Columna N° 2 el número de encuestados, en la columna N° 3 el número de personas encuestadas que respondieron que han adquirido los cobertores de 71 a 80 dólares, en la columna N° 4 se describe el porcentaje que se lo obtiene de dividir el número de encuestados que en este caso son 16 para el total de encuestas aplicadas que son 90, el mismo procedimiento para las columnas subsiguientes.

GRÁFICO N° 12

PRECIO DE LOS COBERTORES DE ASIENTOS PARA AUTOMOVIL



Al referirnos a la interrogante que antecede se obtuvo que en la provincia de Loja 16 propietarios manifestó que pagan \$ 71 a 80 esto es el 17,78%; los 29 encuestados que han que han pagado \$ 81 a 90 esto es el 32,22%; los 27 encuestados que han pagado de \$ 91 a 100 esto es el 30% y los 18 encuestados que han pago más de estas cantidades que equivale al 20% del total de la población encuestada.

**11. ¿PREFIERE USTED QUE LE INSTALEN LOS COBERTORES
PARA LOS ASIENTOS EN SU AUTOMOVIL O LO HACE USTED
MISMO?**

CUADRO N° 14

SERVICIO DE INSTALACIÓN DE COBERTORES

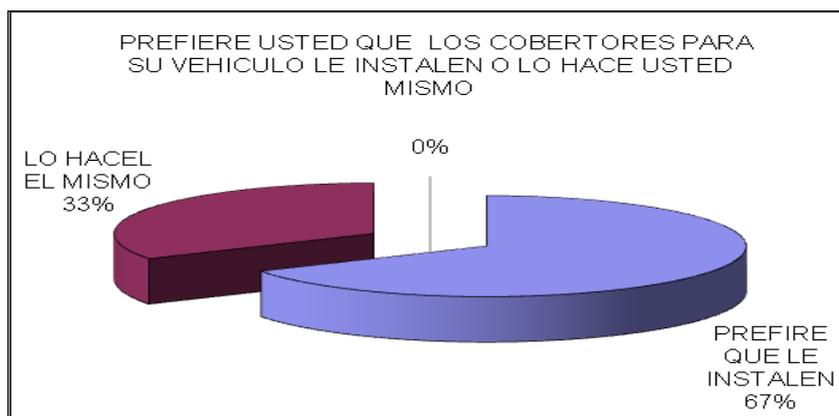
CANTÓN	NUMERO DE ENCUESTAS	PREFIEREN LOS COBERTORES COLOCADOS	%	PREFIERE POR SU PROPIA CUENTA	%
LOJA	76	51	67,10	25	32,90
MACARA	5	4	80,00	1	20,00
PALTAS	3	1	33,33	2	66,67
CATAMAYO	2	2	100	0	0
CALVAS	4	2	50,00	2	50,00
TOTAL	90	60	66,67	30	33,33

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES

Para elaborar el presente cuadro se procedió de la siguiente manera: En la columna N° 1 se registran los cinco cantones del estudio, en la segunda columna se detalla el número de encuestados, en la tercera columna se detalla el número de encuestados que prefieren instalados los cobertores para el automóvil; en la cuarta columna se detalle el porcentaje que resulta de dividir el total de los encuestados que respondieron que prefieren instalados los cobertores para automóvil dividido para el total de encuestados, el mismo procedimiento para las columnas subsiguientes.

GRÁFICO N° 13

SERVICIO DE INSTALACIÓN DE COBERTORES



En el cuadro N° 14 se refiere a las preferencias por la instalación de los cobertores por el vendedor o por el mismo propietario, de lo que extractamos, 60 respondieron que prefieren recibirlos colocados, que significa el 67,67% y 30 prefieren hacerlo por su cuenta, lo que significa el 33,33% del total de la población encuestada.

12. QUE TIEMPO SE TARDAN EN INSTALARLE LOS COBERTORES EN LOS ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL?

CUADRO Nº 15

TIEMPO DE INSTALACIÓN DE LOS COBERTORES

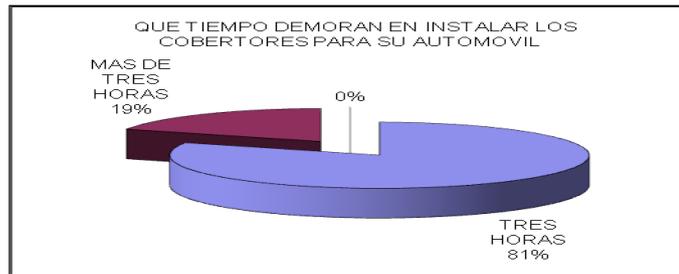
DENOMINACION	NUMERO DE ENCUESTAS	TRES HORAS	PORCENTAJE %	MAS DE TRES HORAS	PORCENTAJE %
LOJA	76	63	82,89	13	17,11
MACARA	5	4	80,00	1	20,00
PALTAS	3	2	66,67	1	33,33
CATAMAYO	2	2	100	0	0
CALVAS	4	2	50,00	2	50,00
TOTAL	90	73	81,11	17	18,89

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES

El cuadro que antecede se lo elaboró considerando los siguientes aspectos; en la columna Nº 1 se detalla el total de cantones inmersos en el estudio, en la columna Nº 2 se detalla el número de encuestados; en la columna Nº 3 se detalla las respuestas de los encuestados indicando el

tiempo que se demoran en instalar los cobertores en los automóviles y en la columna Nº 4 se detalla el porcentaje, que se obtiene de dividir el total de respuestas para el total de encuestas aplicadas, el mismo procedimiento para las siguientes columna del cuadro.

GRÁFICO Nº 14
TIEMPO DE INSTALACIÓN DE LOS COBERTORES



De la pregunta planteada obtuvimos que 73 encuestados propietarios de automóviles respondieron que tardan en instalar 3 horas, que significa el 81,11% y 17 encuestados respondieron que tardan en instalar los cobertores para el vehículo más de tres horas, esto es el 18,89%.

13. SI SE INSTALA UNA EMPRESA EN LA CIUDAD DE LOJA, QUE CONFECCIONE COBERTORES PARA ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL, ¿APOYARÍA COMPRANDO A ESTA EMPRESA?

**CUADRO Nº 16
APOYO A LA INSTALACIÓN DE LA EMPRESA**

DENOMINACION	NUMERO DE ENCUESTAS	%	SI	%	NO	%	NO CONTESTA	%
LOJA	76	84,44	59	77,63	12	15,79	5	6,58
MACARA	5	5,55	4	80,00	0	0	1	20,00
PALTAS	3	3,33	2	66,67	1	33,33	0	0
CATAMAYO	2	2,22	1	50,00	1	50,00	0	0
CALVAS	4	4,44	3	75,00	0	0	1	25,00
TOTAL	90	100	69	76,67	14	15,56	7	7,77

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES

Con la finalidad de poder conocer la opinión de los propietarios en cuanto se refiere a la instalación de una empresa fue necesario preguntarles si adquirirían los cobertores producidos de una empresa Lojana, en cuanto a esta interrogante respondieron 69 (76,67%) que **si**, 14 (15,56%) que **no** y 7(7,77%) **no contestaron** esto es en la Provincia de Loja.

DISCUSIÓN

f. DISCUSIÓN

1. ESTUDIO DE MERCADO

El mercado es el sitio que abarca todos los aspectos de intercambio de bienes y servicios cuyo objetivo final es la satisfacción de las necesidades del consumidor y/o usuario. Por tanto, el estudio de mercado tiene como objetivo identificar un mercado para un bien o servicio específico, pretende estimar para un determinado período el número y el nivel de utilización que tendrá un producto o un servicio si se la presenta con ciertas características y a determinados precios.

Con los antecedentes descritos y para la realización del presente trabajo se efectuaron análisis minuciosos de la investigación realizada, mediante la aplicación de encuestas como podemos demostrar con la presentación de la información recogida, durante el estudio de la demanda y oferta.

1.1. ANALISIS DE LA DEMANDA

Es la cantidad de producto que los usuarios o consumidores (demandantes) desean y pueden comprar a un precio determinado, con características propias, en un lugar y tiempo definidos.

Para obtener el total de cobertores que se demandarán en el año por el total de la población de propietarios de automóviles se procedió de la siguiente manera: (cuadro N° 6 población propietarios que si compran cobertores y cuadro N° 10 porcentaje de duración de los cobertores); y en promedio comprarían 0.71 cobertores por año tal como se demuestra a continuación:

Primer año: $90 \times 47,79\% = 43$

Segundo año: $90 \times 34,44\% = 31$

Tercer año: $90 \times 17,77\% = 16$

Por tanto, en promedio se obtiene los siguientes datos:

Compra de cobertores por cada año:	43.00
Compra de cobertores por cada 2 años (31/2):	15.50
Compra de cobertores por cada 3 años (16/3):	5.33
TOTAL.....	63.83

PROMEDIO REQUERIDO: $63.83 / 90 = 0.71$ COBERTORES AL AÑO

Considerando que el total de la población vehicular es de 6.806 (cuadro N° 3) propietarios de automóviles es del 65.93% (cuadro N° 4) y el porcentaje de compra de cobertores es del 76,92% (datos cuadro N° 6). Por lo tanto si se infiere el porcentaje al total de la población vehicular se obtiene el total de 4.487 propietarios y que compran cobertores para proteger el tapizado

original de los asientos de los automóviles sería de 3.471; por lo que en promedio por año comprarían $63.83 / 90 = 0.71$ cobertores/año/propietario.

1.1.1. DEMANDA POTENCIAL DE COBERTORES

Para determinar la demanda potencial se efectúa el cálculo tomado en consideración al total de propietarios de vehículos que si compran cobertores.

CUADRO N° 17

DEMANDA POTENCIAL DE COBERTORES

CANTONES DE LA PROVINCIA DE LOJA	POBLACION VEHICULAR DE ESTUDIO	PERSONAS QUE TIENE AUTOMOVIL PROPIO	COMPRARÍAN EL PRODUCTO	CANTIDAD QUE COMPRARÍAN	DEMANDA POTENCIAL
5 CANTONES	6.806	65.93%	76.92%	0.71	2.450

FUENTE: CUADRO N° 3, 4, 6
ELABORACION: LOS AUTORES

De los 6.806 propietarios de vehículos, (Cuadro N° 3) tienen vehículo propio, se considera el porcentaje de encuestados que manifestaron que el vehículo es propio (65.93%), a este porcentaje se le aplica el porcentaje de los que comprarían el producto (cuadro N° 6 que es el 76.92%). Luego se le infiere al total de la población vehicular la cantidad que comprarían los cobertores (0.71 cobertores al año) y se obtiene la demanda que en este caso es de 2.450 cobertores al año.

Una vez obtenida la demanda potencial de cobertores para la provincia de Loja se procedió a proyectar esta demanda.

CUADRO N° 18

PROYECCION DE LA DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	AÑO BASE	CANTIDAD DEMANDADA
	2.450 cobertores	
2012		2.506
2013		2.564
2014		2.623
2015		2.684
2016		2.746
2017		2.809

FUENTE: DATOS DEL CUADRO N° 17 Y TASA DE CRECIMIENTO VEHICULAR DEL 2.3% (AGENCIA DE TRANSITO).
ELABORACION: LOS AUTORES.

Para determinar las cantidades descritos en el cuadro N° 18 se toman los datos del cuadro N° 17 a estos se los multiplica por la tasa de crecimiento vehicular del 2.3% y se obtienen las cantidades demostradas en el cuadro antes mencionado para los cinco años de vida útil del proyecto sin contar el año 2012, que se encuentra transcurriendo; por tanto, el período del proyecto sería del 2013 al 2017.

1.1.2. DETERMINACION DE LA DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la demanda efectiva se efectúa el cálculo tomando en consideración la demanda potencial y luego se multiplica por el porcentaje

que si comprarían cobertores a la empresa propuesta en el presente proyecto, siguiendo el procedimiento.

CUADRO N° 19

DETERMINACION DE LA DEMANDA EFECTIVA

DENOMINACION	PERSONAS QUE COMPRARIAN A LA NUEVA EMPRESA	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDANTES EFECTIVOS DE COBERTORES PARA AUTOMOVIL
COBERTORES	76,67%	2.450	1.878

FUENTE: CUADRO N° 16 y 17
ELABORACION: LOS AUTORES.

1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para realizar el análisis de la oferta de cobertores para automóviles se realizó una guía de entrevista, cuyo resultado es el siguiente:

1. ¿VENDE EN SU ESTABLECIMIENTO COBERTORES PARA ASIENTOS DE AUTOMOVILES?

CUADRO Nº 20

VENTA DE COBERTORES DE ASIENTO DE AUTOMOVIL

DENOMINACION	YUTE	TELA	FELPA	DAMASCO
-AUTOTAPICERIA MODERNA	X	X	-	X
-DENCAR	X	-	X	X
-AUTOPARTES OCHOA	-	X	X	-
-AUTO DECORACIONES	X	-	-	X
-ADORNOS Y DECORACIONES	X	X	-	X
-TAPICERIA LOJA	X	X	-	X

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES

En la provincia de Loja como se observa del análisis del cuadro anterior los almacenes que venden cobertores para automóviles responden: AUTOTAPICERÍA MODERNA que venden cobertores en yute, tela y damasco; DENCAR que venden cobertores elaborados en yute, felpa y damasco, AUTOPARTES OCHOA venden cobertores elaborados en Tela y felpa, AUTO DECORACIONES venden cobertores elaborados en yute y damasco; ADORNOS Y DECORACIONES venden cobertores yute, tela y damasco; TAPICERÍA LOJA venden cobertores de yute, tela y damasco. El material más utilizado en la elaboración de cobertores para asientos de vehículos en la ciudad de Loja es en yute y damasco.

2. CANTIDAD DE COBERTORES VENDIDA ANUALMENTE EN LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

CUADRO N° 21

CANTIDAD DE VENTA ANUAL DE COBERTORES

DENOMINACION	NUMERO DE ENCUESTAS	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD TOTAL
-AUTO TAPICERIA MODERNA	1	6	72
-DENCAR	1	15	180
-AUTO PARTES OCHOA	1	5	60
-AUTO DECORACION	1	2	24
-ADORNOS Y DECORACIONES	1	3	36
-TAPICERIA LOJA	1	5	60
TOTAL.....	6		432

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORACION: LOS AUTORES

En la presentación del cuadro se puede observar con claridad que los comercializadores en Loja de cobertores para automóviles anualmente venden la cantidad de 432 juegos de cobertores anualmente.

Se debe aclarar que los propietarios no entregan una información total debido al recelo que tienen de que pueden resultar de los datos entregados alguna recuperación en cuanto a pago de impuestos o relación con los ingresos reales por concepto de estas ventas.

En el caso de DENCAR, explicó que este almacén solo comercializa no produce, sin embargo se lo considera como parte de la competencia.

1.3. DEMANDA INSATISFECHA

Para definir la demanda insatisfecha o balance, es necesario restar la cantidad de la oferta obtenida mediante el estudio de mercado de la demanda efectiva, teniendo por consiguiente que la diferencia de 1.446, de esta cantidad se cubrirá el 60,86% para el proyecto; es decir, que se producirá la cantidad de 880 juegos de cobertores por año.

CUADRO N° 22

DETERMINACION DE LA DEMANDA INSATISFECHA

DEMANDA	OFERTA	DIFERENCIA	PORCENTAJE A CUBRIR CON EL PROYECTO 60.86%
1.878 cobertores	432 cobertores	1.446 cobertores	880 cobertores

FUENTE: CUADRO N° 19 Y 21.
ELABORACION: LOS AUTORES.

1.4. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

El plan de comercialización, es una programación previo a una inversión, lanzamiento de un producto o comienzo de un nuevo negocio donde se detalla lo que se espera conseguir. Dentro de la comercialización se analiza los rubros que tienen relación con los cuatro elementos de la mezcla de mercadotecnia: producto, plaza, precio y promoción.

1.4.1. PRODUCTO A FABRICARSE

Trataremos de poner en el mercado un producto elaborado de acuerdo a los gustos y preferencias de los usuarios es decir se elaborarán en la calidad de tela que el usuario desee para su vehículo (automóvil). De acuerdo a la preferencia que se obtuvo en la encuesta se realizarán los cobertores para asientos de vehículos del material principal como damasco, yute, tela y felpa. La presentación de los cobertores para asientos serán confeccionados en varias calidades de telas y colores con el identificativo del vehículo, distinguiéndose del resto de tapicerías, con el logotipo de la empresa, en una etiqueta adherida.

GRÁFICO N° 15

PRESENTACION DEL PRODUCTO



El producto que se ofrecerá a los propietarios de vehículos es de altísima calidad mediante la atención directa al cliente o a través de canales de distribución, los mismos que responderemos a las dudas e inquietudes de los clientes, además de poder informar de los atributos, dones, beneficios, calidad, variedad, etc.

1.4.2. PRECIO

Se refiere a la cantidad monetaria a que el productor estará dispuesto a vender y el consumidor estará dispuesto a comprar cuando la oferta y la demanda están en equilibrio. Estos precios estarán considerados por el precio del producto terminado y de la competencia. Así mismo, la fijación

del precio del producto se lo determinará cargando un porcentaje al costo de producción, de manera que permita cubrir los gastos incurridos y proporcionar una utilidad, pero sin dejar de lado la capacidad adquisitiva de los clientes.

El precio, es un elemento esencial del proceso de Marketing, un precio alto puede propiciar la aparición de competidores y por el contrario, un precio bajo puede dañar la imagen del producto, ya que el consumidor pensará que se le vende de mala calidad. El análisis de la empresa debe considerar fundamentalmente cuatro aspectos sobre el precio:

- El precio en relación a los competidores.
- La distribución de las ventas según el precio en relación a los competidores.
- La elasticidad del precio para el producto estudiado; es decir, si ante un aumento del precio las ventas disminuyen; o si por el contrario, las ventas se mantienen básicamente constantes ante una variación del precio.
- La estructura de costos del producto².

El precio propuesto al producto, de acuerdo a la encuesta está entre \$ 80 y \$ 100 que estarían dispuestos a pagar los propietarios de vehículos. La

² [WWW.monografias.com / trabajo 7 / imco / imco. shtm /](http://WWW.monografias.com/trabajo7/imco/imco.shtm)

fijación del precio del producto está considerado por la competencia y a la vez se determinó cargando un porcentaje al costo de producción, que permite cubrir los gastos incurridos y proporcionar una utilidad, pero sin dejar de lado la capacidad de ofrecer un producto tanto en diseño, calidad, duración y acabados de primera, por lo que se fija el precio de \$ 94.00 si consideramos que la competencia está sobre este precio.

Las ventas serán al contado, dando facilidades al realizar la compra, es decir el 50% al inicio del contrato y el otro 50% cuando sean instalados los cobertores en los asientos de los vehículos.

1.4.3. LA PLAZA

Es la variable del marketing que se encarga de lograr que los productos de la empresa estén disponibles a los usuarios. Para cumplir con este propósito la empresa dispondrá de una cadena de distribución directa, la cual está constituida por las relaciones que se las llama gestión del canal de distribución.

El canal de distribución elegido para hacer llegar el producto de la futura empresa la misma es:

Productor – Usuario final

En lo referente a la comercialización del producto se lo venderá directamente al usuario, para de esta manera evitar intermediarios y abaratar el precio del producto, para cumplir con esta política de comercialización la empresa contratará a un promotor de ventas que se encargue de llegar a los dueños de vehículos con catálogos en donde se encuentre impresos los modelos y diseños para los cobertores, logrando de esta manera que el propietario del vehículo se sienta satisfecho de la adquisición que realice.

1.4.4. LA PUBLICIDAD

Para promocionar el producto y la empresa a implementarse en la Provincia de Loja, se utilizará la publicidad, que tiene por objeto el estudio de los procedimientos más adecuados para la divulgación comercial del producto y su finalidad es anunciar, recordar y cambiar el patrón de uso sobre los productos que la empresa ofrece en el mercado. Además, se considera todas las actividades por medio de los mensajes visuales, audiovisuales o hablados que son enviados a cierto público, con el propósito de informarle e influirle a comprar los productos y actuar o inclinarse favorablemente.

La **publicidad** se refiere a informar al mercado meta, respecto del producto “adecuado” y comprende:

- Venta personal, implica comunicación hablada directa entre vendedores y clientes en potencia.
- Venta masiva, comunicarse con gran cantidad de clientes al mismo tiempo.

2. ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico tiene como objetivo fundamental llegar a diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado. Los aspectos técnicos del proyecto, deben confirmar la factibilidad tecnológica del proceso de manufactura, y especificar el tamaño y características de la infraestructura, la localización de las instalaciones y la ingeniería del proyecto.

En el estudio técnico deberán determinarse los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de las maquinas se podrá determinar su disposición en planta, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades del espacio físico para su normal operación.

2.1. TAMAÑO

Se conoce como tamaño de una planta industrial, la capacidad de producción de la misma. Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir; volumen, peso, valor o número de unidades del producto elaborado por año, ciclo de operación, etc.

2.1.1. CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada está determinada por el rendimiento o producción máxima, que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa, la disponibilidad de materias primas y la tecnología que se va a utilizar.

Para la determinación de la capacidad instalada, se considera la tecnología, que en el presente proyecto será la maquinaria eléctrica y manipulada por humanos; es decir, en función de la mano de obra que se va a utilizar. Por tanto, se comienza analizando la demanda insatisfecha que para el año base es 1.446 unidades; por otro lado, un obrero utilizando esta tecnología confecciona 2 cobertores para asientos de vehículo al día y trabajando con 2 obreros en el año se obtendrán 880 productos, trabajando 8 horas diarias.

Cuadro N° 23

CAPACIDAD INSTALADA (1 cobertor = 4 horas)

PRODUCCIÓN	Horas/Día	Prod./día	Obreros	Días/Año	Pr. Anual
Cobertores	8	2	2	220	880

FUENTE: TALLERES DE TAPICERÍA.
ELABORACIÓN: LOS AUTORES.

2.1.2. CAPACIDAD UTILIZADA

La capacidad utilizada, es el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea atender o cubrir durante un periodo determinado.

El nivel de utilización, es el porcentaje de uso efectivo de la capacidad instalada. Considerando el concepto, el porcentaje de la capacidad instalada, que constituye la capacidad utilizada, se calcula tomando en consideración ciertos factores condicionantes, como: los días que se van a trabajar en el año, el mantenimiento de las máquinas, daños inesperados, problemas de abastecimiento de materias primas, entre otros.

De acuerdo a la observación directa de las tapicerías y a la demanda insatisfecha, se inicia las operaciones productivas al ciento por ciento de la capacidad instalada, debido algunos factores, como: la contratación de mano de obra, abastecimiento de materias primas, etc. se considera el ingreso al mercado, al uso que ofrecerá espacios que permitirán corregir problemas propiciados en el primer año de vida útil del proyecto, para luego seguir según el período planificado.

Como se demostró en la capacidad instalada se empezará laborando las 8 horas diarias y 2 obreros; por tanto, se ha programado participar con el 100% de la capacidad instalada desde el primer al quinto año.

Cuadro N° 24

CAPACIDAD UTILIZADA

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	PORCENTAJE UTILIZADO	DEMANDA INSATISFECHA
01 - 05	880	880	1,00	60.86%

FUENTE: TALLERES DE TAPICERÍA.
ELABORACIÓN: LOS AUTORES.

Como podemos observar en el cuadro anterior, desde el primer año de vida útil se tiene programado producir al 100% (8 HORAS DIARIAS) de la capacidad instalada y se mantendrá hasta el quinto año; por tanto se producirán 880 cobertores para asientos de vehículos. Este valor constituye la capacidad a utilizarse, que se producirán y comercializarán durante el periodo de vida útil del proyecto.

2.2. LOCALIZACION

Para la localización de la empresa se busca un lugar específico (ubicación física de la empresa) en la que se va ha realizar las actividades económicas-productivas.

2.2.1. MACROLOCALIZACION

Para definir la macro-localización se consideran algunos factores importantes como los siguientes:

La infraestructura sanitaria, eléctrica y de agua potable.

Facilidades de parqueamiento y movilización: entre las que cuentan vías carrosables, congestión vehicular etc.

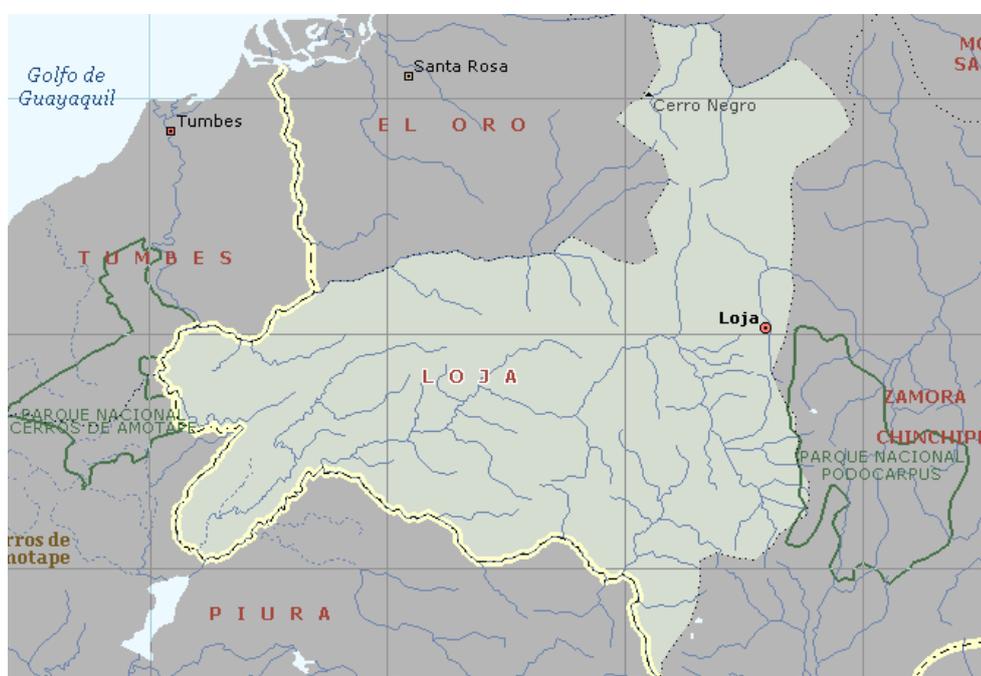
La existencia de mano de obra y materia prima, es decir, se cuenta en la localidad elegida con mano de obra suficiente acorde a las necesidades de la empresa, cantidad y calidad óptimas de materia prima que se utilizarán para la confección de los cobertores de asientos para automóviles.

La macrolocalización se relaciona con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia tanto a nivel regional, nacional e internacional; es por ello que se tiene que determinar la ubicación geográfica, para identificar en qué lugar se encuentra ubicada la empresa en un mapa. Considerando los factores antes mencionados la macrolocalización del proyecto es la ciudad de

Loja, ubicada en el cantón y provincia de Loja al sur de la República del Ecuador.

GRAFICO Nº 16

MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA



ELABORACIÓN: AUTORES

2.2.2. MICROLOCALIZACION

Con las consideraciones anteriores, la localización se la realizará en la ciudad de Loja, para el fin que corresponde se necesita un espacio de 120 m² los mismos que serán distribuidos: 30 m² serán utilizados para la parte

administrativa y para producción, 50 m² y para almacén de venta 40 m².

- En el Área Administrativa se contará una oficina para Gerencia, secretaría y contabilidad, vendedor.

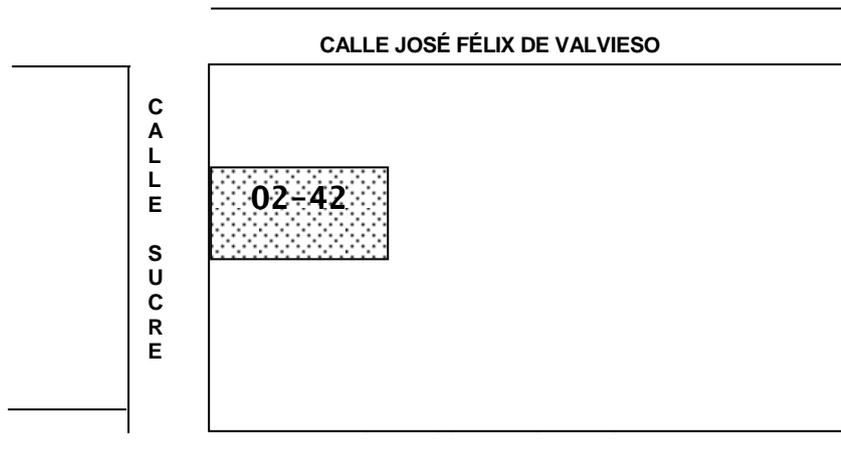
- El Área de producción en la que se ubicarán las máquinas y bodegas, 50 m² que serán distribuidos adecuadamente, de acuerdo a las necesidades del proceso.

-En el área del Almacén, serán 40 m² en la que se ubicará mostradores y perchas.

Por los costos que representa la adquisición de un terreno para la construcción de su propio local, se buscó un lugar en la ciudad que cumpla con las características planteadas, el mismo que será rentado para los fines del caso.

Como al elaborar el producto propuesto no se producen gases, ni desechos para aguas servidas, la ubicación de la empresa será en las calles Sucre # 02-42 y Juan de Salinas, el sitio señalado cuenta con las condiciones necesarias y requeridas para la instalación de la empresa.

GRÁFICO Nº 17
DIRECCIÓN DE LA EMPRESA



2.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

Se define como el procedimiento técnico mediante el cual se logra obtener bienes o servicios a través de una determinada función de producción; es decir, es la forma en que una serie de insumos son transformados mediante la participación de una determinada tecnología en otros bienes. Para el caso del proyecto a ejecutarse, el proceso productivo y la tecnología que se seleccionará para la elaboración de cobertores para asientos de automóviles, influirá directamente sobre la cuantía de las inversiones, costos e ingresos del proyecto.

Con respecto a la cantidad y calidad de las maquinarias, equipos,

herramientas, mobiliario de la planta, y otras inversiones, estarán normalmente caracterizadas por el proceso productivo elegido.

2.3.1. PATENTE

El producto a obtenerse en el proceso productivo es la confección de cobertores para asientos de vehículos, tomando en consideración la información del estudio de mercado se ha decidido realizar la fabricación de estos diseños, variando entre colores y modelos manteniendo la calidad de los mismos.

La empresa ofrecerá a sus usuarios productos de altísima calidad y muy duraderos, en la cual se usarán telas de variada calidad para los gustos más selectos.

GRÁFICO Nº 18

DISEÑO DE COBERTORES PARA ASIENTOS DE VEHÍCULOS



2.3.2. PROCESO PRODUCTIVO

Con la finalidad de dar a conocer en la forma más detallada posible el proceso de elaboración de los cobertores para asientos de automóviles, se analizará a continuación cada uno de los pasos y de las técnicas empleadas para obtener el producto final. El proceso de producción contempla ciclos de trabajo integrados por un conjunto de operaciones, las mismas que tienen un orden preestablecido para dar el resultado final proyectado, respetando las operaciones secuenciales las cuales detallamos a continuación.

SELECCION Y RECEPCION DE LA MATERIA PRIMA.- La selección y recepción consiste en la compra de la materia prima en lugares preestablecidos con la garantía que la materia prima se encuentre en perfecto estado, trasladándola y almacenándose en la bodega previo a un control de calidad que se lo hará mediante la observación directa, para posteriormente ser utilizada en la elaboración de los cobertores para asientos de vehículos.

TRAZADO Y CORTE DE LA TELA.- Sobre una mesa de madera, se coloca la tela y sobre la misma los patrones y con la tijera se procede a cortar las piezas previamente trazadas.

COSIDO DE LAS PARTES DEL COBERTOR.- Una vez cortadas las piezas laterales y frontales del cobertor se procederá a unir cada una de ellas de acuerdo a los modelos y medidas requeridas. Al realizar las costuras y para resaltar el acabado se introducirá entre la costura piola nailon, que posteriormente servirá para templar el cobertor en el asiento, y evitar que se mueva.

PLANCHADO DE LAS PIEZAS.- Para una mejor presentación al cobertor se planchará las costuras para lograr que en estas partes queden bien definidas.

TERMINADO.- Realizada fase anterior se procederá a terminar el cobertor agregándole un juego de binchas para asegurar el cobertor por debajo del asiento.

CONTROL DE CALIDAD.- Un control de calidad al final del proceso es conveniente para comprobar si el cobertor esta listo para ser entregado.

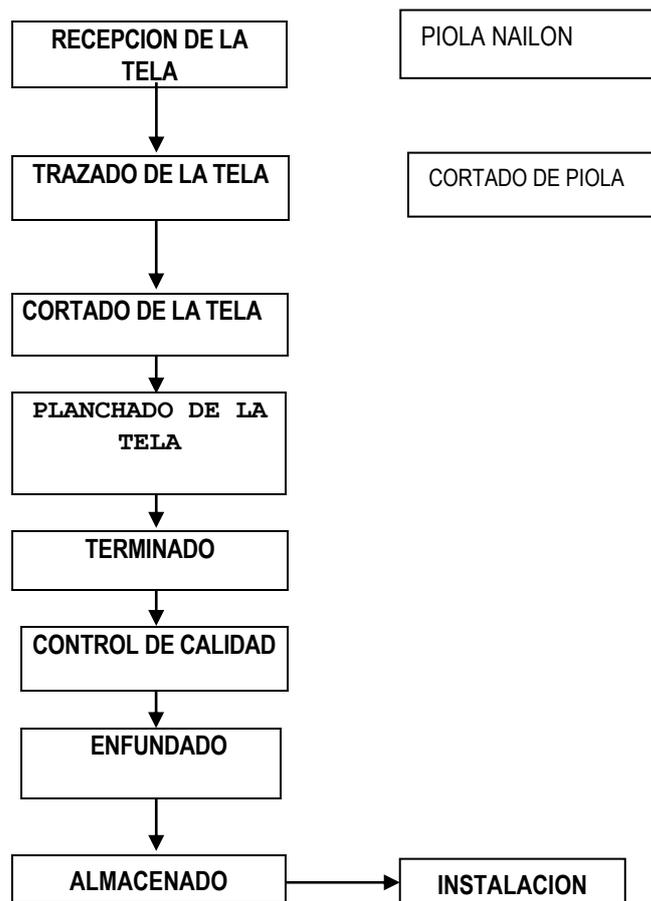
ENFUNDADO.- Para evitar que el cobertor se empolve se lo colocará en fundas de plástico que serán precisamente impresas con el logo de la empresa, hasta que el cliente llega a retirar.

INGRESO AL ALMACEN.- Una vez que está listo el cobertor es entregado al almacén para su venta.

ENTREGA DEL COBERTOR AL CLIENTE.- Esta fase se la ha considerado la más importante porque aquí el cliente satisfaga su compra cuando se le instala los cobertores en los asientos de su vehículo (automóvil). Se resuelve como política entregarlos instalados debido a las respuestas del cuadro N° 15 la mayoría los prefieren instalados.

GRÁFICO N° 19

FLUJOGRAMA LA ELABORACION DE ESPALDARES



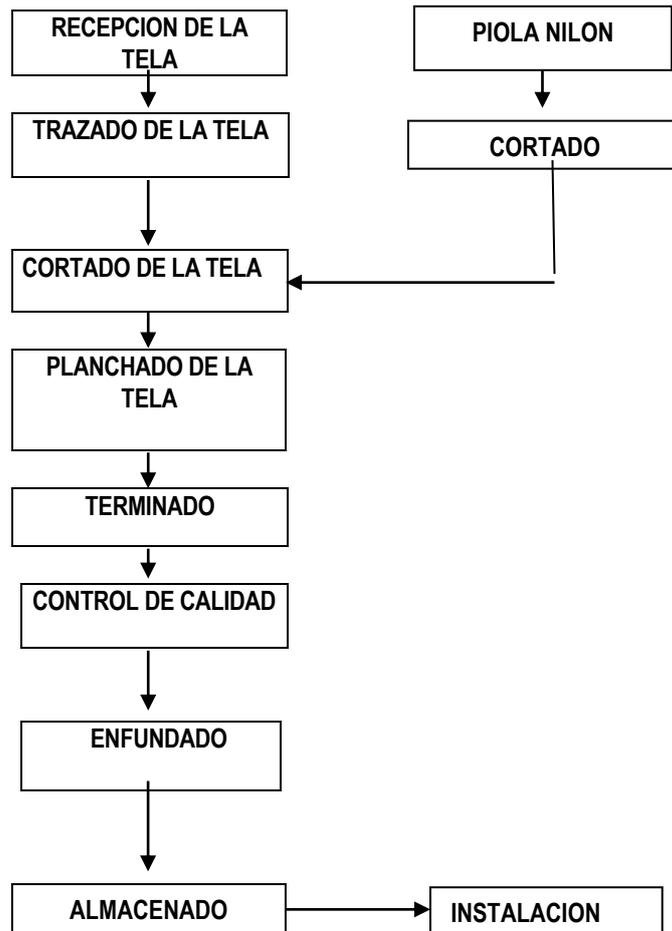
ELABORACION: LOS AUTORES.

* Las piezas son diferentes pero el procedimiento es el mismo, es decir, 3 piezas para los asientos y 3 para los espaldares..

*Tiempo estimado por pieza 3 horas.

GRÁFICO N° 20

FLUJOGRAMA PARA LA ELABORACION DEL ASIENTO



ELABORACION: LOS AUTORES.

*Tiempo estimado por pieza 2 horas.

2.3.3. REQUERIMIENTO DE EQUIPO

Para llevar a cabo el proceso productivo es conveniente utilizar máquinas adecuadas, con buen nivel tecnológico que dará como resultado una mayor producción con la finalidad de ofrecer un producto de buena calidad y en óptimas condiciones. Entre la maquinaria con la que contaremos tenemos:

MAQUINA INDUSTRIAL.- De cuatro hilos, marca REMINGTON, modelo 896-04 con puntada invisible, para materiales livianos de 6000 rpm, lubricación automática y diferencial para varios tipos de tela, motor de 1/2 HP, estante metálico, tablero de madera y todos sus accesorios de norma.

GRÁFICO N° 21

FLUJOGRAMA PARA LA ELABORACION DEL ASIENTO



MAQUINA COSTURA RECTA.- Máquina de costura recta marca HERCULES, a motor para costuras livianas apropiada para utilizar en la confección del producto propuesto.

GRÁFICO N° 22

MÁQUINA DE COSTURA RECTA



Esta máquina se encargan del rizado de cada una de las piezas que se requieran para los adornos decorativos de acuerdo a la cantidad de vuelos que el modelo requiera.

PLANCHAS.- Semi-industriales a vapor, marca ELECTROLUX, planchado delicado, secado rápido. etc.

GRÁFICO N° 23
PLANCHA SEMIINDUSTRIAL



JUEGO DE HERRAMIENTAS PARA MAQUINAS.- El juego de herramientas consta de 24 piezas las mismas que se utilizarán en el arreglo de las máquinas y que un tapicero utiliza son: Tijeras, Martillo de tapicero, Grapadora manual o neumática, Compresor, Tiza para marcar telas, Pata de cabra pequeña para sacar grapas y tachuelas, Mazo de goma, Agujas curvas para coser a mano, Aguja larga para poner botones, Punzón, Alicates, Cinta métrica y Escuadra.

REQUERIMIENTOS DE EQUIPO DE OFICINA.

COMPUTADOR.- El computador será marca DTK Pentium, en la que se realizarán actividades de la empresa.

IMPRESORA.- Impresora marca DTK.

SUMADORA.- Marca CASIO que servirá para realizar todos los cálculos que incurran en la empresa.

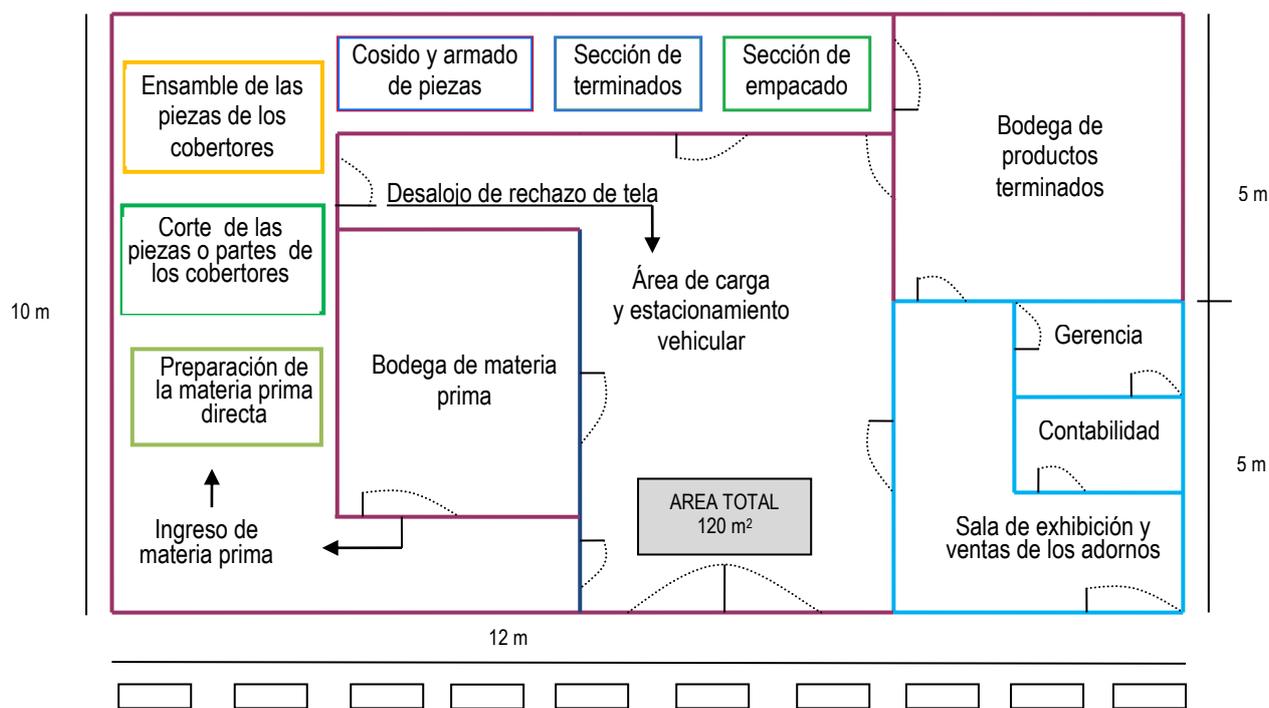
REQUERIMIENTOS DE MUEBLES Y ENSERES

ADMINISTRACION Y VENTAS.- Escritorio de madera, sillón tipo secretaria, sillas de madera, estantes, etc.

2.3.4. DISTRIBUCION DE LA PLANTA

La distribución física de la infraestructura del proyecto es una de las estrategias que promueve la eficiencia de la operación del proyecto a largo plazo. Una buena distribución de instalaciones físicas tiene como propósito satisfacer a menor costo los requisitos de: Calidad del medio ambiente laboral, diseño del producto, capacidad de cada sección de la planta, características de la maquinaria y equipo que se va a instalar y restricciones de construcción en la localidad. Considerando estas definiciones a continuación se presenta la distribución tanto de planta como del área administrativa.

GRÁFICO Nº 24
DISTRIBUCIÓN FÍSICA



ELABORACIÓN: LOS AUTORES

El plano del local pertenece a un área de construcción donde posiblemente se ubicará la fábrica y oficinas administrativas. Esta infraestructura será arrendará y contará con todas las instalaciones que faciliten el buen desenvolvimiento de las actividades y una excelente atención al cliente.

3. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina cual será el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación financiera, la que a su vez permitirá determinar su rentabilidad.

Además, tiene por objeto determinar, de una manera contable, la magnitud de la inversión, de la alternativa de producción que se determinó en el Estudio Técnico. El estudio, se integra generalmente con el control de los presupuestos de ingresos y gastos, así como la determinación y las fuentes de financiamiento que se requerirán durante la instalación y operación de la empresa.

En el futuro se podrá tomar decisiones acertadas en lo que respecta a la proyección del movimiento del efectivo en las áreas operativas, inversión y de financiamiento, es decir; se determinará si existe el uso racional de los ingresos y desembolsos de efectivo; corregir las deficiencias encontradas que originan un desfase entre lo planificado y lo realmente

ejecutado, se estaría evaluando el potencial flujo de efectivo neto en el presente y con proyecciones al futuro; así se podrán prever nuevas inversiones, mantener o cambiar las políticas de comercialización, tomando medidas para disminuir gastos innecesarios, etc.

Los datos obtenidos en esta etapa son de vital importancia para la financiación y evaluación del proyecto empresarial propuesto.

3.1. INVERSIONES

Son todos los bienes y derechos de la sociedad o empresa. El presente proyecto presenta tres tipos de inversiones como son: Activo Fijo, Activo Diferido, Activo Circulante o Capital de Trabajo.

3.1.1. ACTIVOS FIJOS

Las inversiones en activos fijos, son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.

INSTALACIONES Y ADECUACIONES.- Para el funcionamiento de la empresa se utilizará estructuras de tablero aglomerado. Para lo cual se

procedió a obtener cotizaciones de la construcción por metro cuadrado.

CUADRO N° 25

INSTALACIONES Y ADECUACIONES

DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Adecuaciones del local con división de tablero de aglomerado	20	Metros cuadrados	19,50	390,00

FUENTE: INTEDEGO
ELABORACION: LOS AUTORES.

MAQUINARIA Y EQUIPOS.- El precio de los equipos se obtuvo mediante proformas obtenidas en empresas que se dedican a la venta de este tipo de maquinaria.

CUADRO N° 26

MAQUINARIA Y EQUIPO DE PLANTA

DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
-Máquina industrial	1	1	386,00	386,00
-Maquina puntada recta zigzag	1	1	189,00	189,00
- Planchas	2	1	13,50	27,00
TOTAL.....				602,00

FUENTE: H.ESPINOZA E HIJOS.
ELABORACION: LOS AUTORES.

MUEBLES Y ENSERES.- Son todos los implementos que se requerirán y facilitarán el desarrollo de las actividades administrativas y productivas de la nueva unidad productiva.

CUADRO Nº 27

MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACION Y VENTAS

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
-Escritorio tipo gerente	1	142,00	142,00
-Sillones tipo gerente	4	78,00	312,00
-Escritorio	3	120,00	360,00
-Sillas	6	15,00	90,00
-Archivadores	2	90,00	180,00
TOTAL			1084,00

FUENTE: ALMACENES "MUEBLES FINOS".
ELABORACION: LOS AUTORES.

CUADRO Nº 28

MUEBLES Y ENSERES DE PLANTA

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
-Sillas	6	7,00	42,00
-Mesas Grandes	2	60,00	120,00
TOTAL			162,00

FUENTE: ALMACENES "MUEBLES FINOS".
ELABORACION: LOS AUTORES.

EQUIPO DE COMPUTACIÓN.- El sistema de información que se va a manejar en la nueva empresa será en lo posible automatizada por ello se requiere de sistemas computacionales.

CUADRO N° 29

EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	PRECIO TOTAL
Computador marca DTK.	1	970	970
Impresora DTK	1	84	84
Sumadora CASIO DR-1203	1	56	56
TOTAL			\$ 1.110

FUENTE: DISCOMPU
ELABORACION: LOS AUTORES

HERRAMIENTAS.- Para el buen funcionamiento de las actividades empresariales se requiere de herramientas que permitan la optimización del proceso productivo.

CUADRO N° 30

HERRAMIENTAS

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	PRECIO TOTAL
-Tijeras profesionales	4	13,50	54,00
-Juego de Herramientas para máquinas	1	25,00	25,00
- Juego de reglas	3	10,00	30,00
TOTAL	8		\$ 109.00

FUENTE: ALMACENES "EL CÓNDOR"
ELABORACION: LOS AUTORES.

CUADRO N° 31
DETALLE DE LOS ACTIVOS FIJOS

DENOMINACIÓN	TOTAL
- Instalaciones y adecuaciones	390,00
- Maquinaria y equipo de planta	602,00
- Muebles y enseres de administración y ventas	1.084,00
- Muebles y Enseres de Planta	162,00
- Equipos de oficina (computación)	1.110,00
- Herramientas	109,00
Total.....	2.688,00

FUENTE: CUADROS 25 AL 30
ELABORACION: LOS AUTORES.

3.1.2. ACTIVOS DIFERIDOS

Estas inversiones se las realiza sobre activos intangibles, constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los costos de elaboración del proyecto, marcas y registros sanitarios, administrativos de la construcción, instalación de servicios básicos, organización y puesta en marcha e imprevistos. Los principales ítems en esta inversión, son: gastos de organización, patentes y licencias, Gastos de la puesta en marcha, capacitación, base de datos y

los sistemas de información pre-operativos.

CUADRO Nº 32
ACTIVOS DIFERIDOS

DENOMINACIÓN	TOTAL
-Estudios Preliminares	\$ 900,00
-Honorarios Jurídicos	\$ 180,00
-Legalización y registros	\$ 220,00
Total.....	\$1.300,00

FUENTE: PROFESIONALES DE DIVERSAS RAMAS DE LOJA
ELABORACION: LOS AUTORES.

3.1.3. ACTIVOS CIRCULANTES

Está constituido por valores necesarios para la operación inicial del proyecto necesarios para un ciclo productivo, como son: inventarios y disponibilidad de caja que a su vez se distribuye en gastos de fabricación, administrativos, de venta y encaje mínimo que permite redondear las cifras de la inversión total, que se requieren para un mes de funcionamiento.

Estos valores se determinan de los presupuestos anuales divididos para 12 meses que tiene un año, sin considerar las depreciaciones, amortizaciones de los activos diferidos ni los intereses del crédito; ya que

son valores reales y efectivos que se necesitan para el primer mes de funcionamiento de la empresa.

CUADRO N° 33
ACTIVOS CIRCULANTES (un mes)

DENOMINACIÓN	TOTAL
- Costos de producción	\$ 2.863,58
- Gastos administrativos	\$ 1.601,88
- Gastos de ventas	\$ 896,76
- Gastos financieros	\$ 16,00
- Encaje mínimo	\$ 133,78
Total.....	\$ 5.512,00

Sin considerar depreciaciones, amortizaciones e Intereses

FUENTE: PRESUPUESTO DEL PRIMER AÑO
ELABORACION: LOS AUTORES.

CUADRO N° 34**RESUMEN DE LAS INVERSIONES DEL PROYECTO**

DENOMINACIÓN	TOTAL \$
-Adecuaciones	390,00
-Maquinaria y Equipo de Planta	602,00
-Muebles y Enseres de Administración y Ventas	1.084,00
-Muebles y Enseres de Planta	162,00
-Equipos de Oficina	1.110,00
-Herramientas	109,00
Sub-Total.....	\$ 2.688,00
-Estudios Preliminares	900,00
-Honorarios Jurídicos	180,00
-Legalización y registros	220,00
Sub-Total.....	\$ 1.300,00
- Costos de producción	2.863,58
- Gastos administrativos	1.601,88
- Gastos de ventas	896,76
- Gastos financieros	16,00
- Encaje mínimo	133,78
Sub-Total.....	\$ 5.512,00
TOTAL.....	\$ 9.500,00

FUENTE: CUADROS 31, 32 y 33.
ELABORACION: LOS AUTORES.

3.2. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El financiamiento constituye una parte muy importante, por lo cual debe ser expuesto en forma clara. Es conveniente explicar la manera cómo va a originar los recursos para cada uno de los rubros de las inversiones. Si se va a financiar con recursos propios, o créditos a entidades de financiamiento se debe explicar.

3.2.1. FUENTES INTERNAS

En el presente proyecto se financiará con recursos propios, es decir con los aportes de sus socios, en un 73,68% de las inversiones que corresponde a 7.000,00 dólares con fondos propios.

CUADRO Nº 35

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

FUENTE	PARCIAL	TOTAL	PARTICIP. %
PRÉSTAMO BANCARIO		\$ 2.500,00	26,32
Activos fijos	\$ 2.500,00		
RECURSOS PROPIOS		\$ 7.000,00	73,68
Activos fijos	\$ 188,00		
Activos diferidos	\$ 1.300,00		
Activos corrientes	\$ 5.512,00		
TOTAL		\$ 9.500,00	100,00

FUENTE: CUADRO Nº 33
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

3.2.2. FUENTES EXTERNAS

Para poder desarrollar el proyecto, es necesario solicitar un préstamo, es decir; de un financiamiento del mercado de valores, por lo que es aconsejable trabajar con el Banco de Loja, con su línea de crédito para inversiones de proyectos, el mismo que tendrá un monto de 2,500.00 dólares que corresponde al 26.32%, a un plazo de 5 años con amortizaciones semestrales y una tasa de interés anual del 14,76% calculada sobre saldos; este crédito servirá para financiar los activos fijos de la empresa productora y comercializadora de cobertores.

CUADRO N° 36

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

SEM.	CAPITAL	CUOTA	INTERES	DIVIDENDO	ANUAL
1	\$ 2.500,00	\$ 250,00	\$ 184,50	\$ 434,50	
2	\$ 2.250,00	\$ 250,00	\$ 166,05	\$ 416,05	\$ 850,55
3	\$ 2.000,00	\$ 250,00	\$ 147,60	\$ 397,60	
4	\$ 1.750,00	\$ 250,00	\$ 129,15	\$ 379,15	\$ 776,75
5	\$ 1.500,00	\$ 250,00	\$ 110,70	\$ 360,70	
6	\$ 1.250,00	\$ 250,00	\$ 92,25	\$ 342,25	\$ 702,95
7	\$ 1.000,00	\$ 250,00	\$ 73,80	\$ 323,80	
8	\$ 750,00	\$ 250,00	\$ 55,35	\$ 305,35	\$ 629,15
9	\$ 500,00	\$ 250,00	\$ 36,90	\$ 286,90	
10	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 18,45	\$ 268,45	\$ 555,35
		\$ 2.500,00	\$ 1.014,75	\$ 3.514,75	\$ 3.514,75

FUENTE: BANCO DE LOJA.
ELABORACIÓN: LOS AUTORES.

3.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Como la empresa se dedicará a la producción y comercialización de cobertores para asientos de vehículos, se procede al cálculo del primer año de vida útil del proyecto, por lo tanto se tiene que se producirán 880 unidades, cuyo valor estimado de venta es de 94.00 dólares en virtud al precio de la competencia que fluctúa entre los 100.00 dólares.

El presupuesto para el primer año, en el presente proyecto será de 82,720.00 dólares. Este rubro es generado por las ventas que se debe realizar utilizando el sistema de comercialización propuesto.

CUADRO N° 37

PROYECCIÓN DE LAS VENTAS

AÑO	UNIDADES	PRECIO	INGRESOS
1	880	\$ 94,00	\$ 82.720,00
2	880	\$ 97,76	\$ 86.028,80
3	880	\$ 101,67	\$ 89.469,95
4	880	\$ 105,74	\$ 93.048,75
5	880	\$ 109,97	\$ 96.770,70

FUENTE: CUADRO N° 22
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

3.4. PRESUPUESTO DE COSTOS

El presupuesto de costos se refiere a cuanto hay que gastar para producir los toldos en un período contable, con esta finalidad se plantea la siguiente clasificación para empresas industriales, en la que se determina el costo de fabricar, los gastos administrativos, de venta y financieros:

3.4.1. COSTO DE FABRICAR

Materia Prima, el producto terminado se requiere en óptimas condiciones seleccionando empresas importadoras como las mejores proveedoras y de acuerdo a la patente se necesitan la participación de las siguientes materias primas para producir 880 unidades.

Cuadro N° 38

REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDADES	TOTAL
YUTE	METROS	5,20	131	681,20
TELA	METROS	5,50	108	561,20
FELPA	METROS	5,20	66	343,20
DAMASCO	METROS	5,20	117	608,40
PIOLA	METROS	16	422	6.752,00
HILO	CARRETE	0,02	422	8,44
ETIQUETAS	UNIDAD	1	422	442,00
FUNDAS	UNIDAD	1	422	442,00
VINCHAS	UNIDAD	1	422	442,00
TOTAL				\$ 10.280,44

FUENTE: FÁBRICA LA INTERNACIONAL
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Mano de obra directa, los salarios se fijan de acuerdo a las leyes vigentes y cargas sociales, para el cálculo se toma el personal que se encuentra directamente en el proceso productivo, que se requiere de un maestro para el control y dos operarios para el abastecimiento de materia prima, el embalaje y manipulación del producto terminado.

Cuadro N° 39
MANO DE OBRA DIRECTA

CONCEPTO	1 MAESTRO	2 OPERARIOS
Salario básico unificado	\$ 300,00	\$ 584,00
Remuneración anual	\$ 3.600,00	\$ 7.008,00
Décimo tercero	\$ 300,00	\$ 584,00
Décimo cuarto	\$ 292,00	\$ 292,00
Aporte patronal 11,15%	\$ 33,45	\$ 65,12
Aporte al IECE 0,5%	\$ 1,50	\$ 2,92
Aporte al SECAP 0,5%	\$ 1,50	\$ 2,92
Fondo de reserva	\$ 300,00	\$ 584,00
Vacaciones anuales	\$ 150,00	\$ 292,00
TOTAL	\$ 4.678,45	\$ 8.830,96
TOTAL ANUAL		\$ 13.509,41

FUENTE: SALARIOS A NIVEL NACIONAL 2012
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Gastos de fabricación, se toman en cuenta todos los rubros indirectos que no se pueden precisar exactamente en el producto terminado, que participan del proceso productivo pero no forman parte del producto. En el presente proyecto, se utilizan los siguientes:

Mano de obra indirecta, aquí se incluye el pago de remuneraciones al personal que forma parte del Departamento de Producción, pero que no

intervienen directamente en el proceso productivo, como el Guardián y Bodeguero.

Cuadro N° 40
MANO DE OBRA INDIRECTA

CONCEPTO	GUARDIÁN	BODEGUERO
Salario básico unificado	\$ 292,00	\$ 300,00
Remuneración anual	\$ 3.504,00	\$ 3.600,00
Décimo tercero	\$ 292,00	\$ 300,00
Décimo cuarto	\$ 292,00	\$ 292,00
Aporte patronal IESS 11.15%	\$ 32,56	\$ 33,45
Aporte al SECAP (0.5%)	\$ 1,46	\$ 1,50
Aporte al IECE (0.5%)	\$ 1,46	\$ 1,50
Fondo de reserva	\$ 292,00	\$ 300,00
Vacaciones anuales	\$ 146,00	\$ 150,00
TOTAL	\$ 4.561,48	\$ 4.678,45
TOTAL ANUAL		\$ 9.239,93

FUENTE: SALARIOS A NIVEL NACIONAL 2012
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Mantenimiento, son gastos que se realizan para tener los activos fijos en óptimas condiciones de funcionamiento, por lo que se considera un dos por ciento de las inversiones del sector productivo.

Cuadro N° 41
PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO

INVERSIONES	COSTO \$	PORC.	TOTAL
Maquinaria y equipo	602	2%	\$ 12,04
Muebles y enseres	162	2%	\$ 3,24
Herramientas	109	2%	\$ 2,18
TOTAL			\$ 17,46

FUENTE: BIENES DEL SECTOR PRODUCTIVO
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Energía eléctrica, que por kilovatio hora de consumo cuesta \$ 0.20 de conformidad con los precios fijados por la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. y se estima que en el año se requiere 24.000 Kw para activar las máquinas y equipos.

Cuadro N° 42

PRESUPUESTO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

PRESUPUESTO	CANTIDAD	U.M.	PRECIO	TOTAL
Energía eléctrica	6000	kw	\$ 0,20	\$ 1.200,00
TOTAL				\$ 1.200,00

FUENTE: EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A.
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Seguros, se pagará una póliza de seguro del uno por ciento de los activos fijos por cada año de funcionamiento y cubrirá los riesgos de incendios y robos.

Cuadro N° 43

PRESUPUESTO DE SEGUROS

INVERSIONES	VALOR	PORC.	TOTAL
Maquinaria y equipo de planta	602	1%	\$ 6,02
Muebles y enseres de planta	162	1%	\$ 1,62
Herramientas	109	1%	\$ 1,09
TOTAL			\$ 8,73

FUENTE: ACTIVOS DEL SECTOR PRODUCTIVO
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Combustibles y lubricantes, para el funcionamiento de la maquinaria y equipo productivo es necesario lubricarlos y/o engrasarlos en los ejes y rodaduras.

Cuadro N° 44

PRESUPUESTO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

MATERIAL	CANTIDAD	U. M.	PRECIO	TOTAL
Aceite EXXON 40	12	Galón	\$ 8.00	\$ 96.00
Grasa	12	Galón	\$ 1.00	\$ 12.00
TOTAL				\$ 108.00

FUENTE: ESTACIÓN DE SERVICIO JARAMILLO
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Depreciaciones, para el cálculo se aplica el método de línea recta en función de los años de vida útil de los bienes y con el 10% de valor residual, tomando la referencia de la Superintendencia de Compañías, que fija 20 años para maquinaria y equipo industrial, 10 años para muebles y enseres y herramientas 5 años.

Cuadro N° 45

PRESUPUESTO DE DEPRECIACIONES EN PRODUCCIÓN

INVERSIONES	VALOR	VIDA UT.	V. RESIDUAL	DEP. AN.	V. RESCATE
Maquinaria y equipo	\$ 602,00	20	\$ 60,20	\$ 27,09	\$ 466,55
Muebles y enseres	\$ 162,00	10	\$ 16,20	\$ 14,58	\$ 89,10
Herramientas	\$ 109,00	5	\$ 10,90	\$ 19,62	\$ 10,90
TOTAL				\$ 61,29	\$ 566,55

FUENTE: BIENES DEL SECTOR PRODUCTIVO
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Las depreciaciones están calculadas mediante el método lineal con valor residual, el valor de rescate es de \$ 566.55 de los muebles y enseres, herramientas, maquinaria y equipo al término del proyecto.

3.4.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son aquellos gastos que necesariamente se los ejecutan para lograr el funcionamiento de la empresa con eficacia, eficiencia y productividad; y, son los siguientes:

Sueldos, en este rubro se toman en cuenta lo que gana el Gerente, Secretaria y Contadora; y, que durante el funcionamiento de la empresa serán estables.

Cuadro N° 46
SUELDOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	GERENTE	SECRET.	CONTADORA
Salario básico unificado	\$ 500,00	\$ 300,00	\$ 350,00
Remuneración anual	\$ 6.000,00	\$ 3.600,00	\$ 4.200,00
Décimo tercero	\$ 500,00	\$ 300,00	\$ 350,00
Décimo cuarto	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00
Aporte patronal IESS 11,15%	\$ 55,75	\$ 33,45	\$ 39,03
Aporte al IECE 0,5%	\$ 2,50	\$ 1,50	\$ 1,75
Aporte al CECAP 0,5%	\$ 2,50	\$ 1,50	\$ 1,75
Fondo de reserva	\$ 500,00	\$ 300,00	\$ 350,00
Vacaciones anuales	\$ 250,00	\$ 150,00	\$ 175,00
TOTAL	\$ 7.602,75	\$ 4.678,45	\$ 5.409,53
TOTAL ANUAL			\$ 17.690,73

FUENTE: SISTEMA NACIONAL DE REMUNERACIONES
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Útiles de oficina.- Son gastos que se efectuarán en la compra de papel (bond, copia, secuencial, entre otros), formularios (facturas, retención en la fuente, impuesto al valor agregado, etc.) y suministros (bolígrafos, lápices, clips, grapas, etc.).

Cuadro N° 47

PRESUPUESTO DE ÚTILES DE OFICINA

MATERIAL	CANTIDAD	U. M.	PRECIO	TOTAL
Papelería	100	resmas	\$ 3,00	\$ 300,00
Suministros de oficina	12	mes	\$ 20,00	\$ 240,00
Formularios	40	resmas	\$ 3,00	\$ 120,00
TOTAL				\$ 660,00

FUENTE: INDUSTRIAL LA REFORMA
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Depreciaciones.- Aquí se toma en cuenta los activos fijos que se utilizan en los locales administrativos de igual manera los activos fijos como las adecuaciones una vida útil de 20 años, los equipos de computación 3 años y los bienes muebles de 10 años con un valor residual del 10%.

Cuadro N° 48

PRESUPUESTO DE DEPRECIACIONES EN ADMINISTRACIÓN

INVERSIONES	VALOR	VIDA UT.	V. RESIDUAL	DEP. AN.	V. RESCATE
Adecuaciones	\$ 390,00	20	\$ 39,00	\$ 17,55	\$ 302,25
Muebles y enseres	\$ 1.084,00	10	\$ 108,40	\$ 97,56	\$ 596,20
Equipo de cómputo	\$ 1.110,00	3	\$ 111,00	\$ 333,00	\$ 444,00
TOTAL				\$ 448,11	\$ 1.342,45

FUENTE: ACTIVOS ADMINISTRATIVOS
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

El valor de 1,342.45 dólares corresponde al valor de rescate al término de la vida útil del proyecto, que también se lo conoce como valor de salvamento al finalizar el proyecto.

Combustibles y lubricantes, para el funcionamiento y mantenimiento de los equipos que prestarán servicio para la actividad administrativa empresarial; como son aceite y grasa necesarios para el deslizamiento y engranajes de los bienes mencionados.

Cuadro N° 49

PRESUPUESTO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

MATERIAL	CANTIDAD	U. M.	PRECIO	TOTAL
Aceite 3 en 1	2	frasco	\$ 6,00	\$ 12,00
Grasa	2	libra	\$ 4,00	\$ 8,00
TOTAL				\$ 20,00

FUENTE: ESTACIÓN DE SERVICIO JARAMILLO
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Seguros, se pactará una póliza de seguros contra incendios y robos con una alícuota anual correspondiente al uno por ciento del total de los activos fijos que se encuentran en la administración de la empresa.

Cuadro N° 50

PRESUPUESTO DE SEGUROS

INVERSIONES	VALOR	PORC.	TOTAL
Adecuaciones	\$ 390,00	1%	\$ 3,90
Muebles y enseres	\$ 1.084,00	1%	\$ 10,84
Equipo de cómputo	\$ 1.110,00	1%	\$ 11,10
TOTAL			\$ 25,84

FUENTE: BIENES ADMINISTRATIVOS
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Mantenimiento, se toma el dos por ciento del costo de las inversiones fijas destinadas a la administración.

Cuadro N° 51

PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO

INVERSIONES	VALOR	PORC.	TOTAL
Adecuaciones	\$ 390,00	2%	\$ 7,80
Muebles y enseres	\$ 1.084,00	2%	\$ 21,68
Equipo de cómputo	\$ 1.110,00	2%	\$ 22,20
TOTAL			\$ 51,68

FUENTE: BIENES ADMINISTRATIVOS
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Servicios básicos, en energía eléctrica se gastará en la iluminación de oficinas y funcionamiento del equipo, en agua potable para aseo, limpieza y consumo humano; y en servicio telefónico, incluido el servicio de fax, celular e Internet.

Cuadro N° 52

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS

INVERSIONES	U. M.	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
Agua potable	m ³	\$ 0,15	250	\$ 37,50
Energía eléctrica	kw	\$ 0,20	600	\$ 120,00
Telefonía y otros	mes	\$ 25,00	12	\$ 300,00
TOTAL				\$ 457,50

FUENTE: EMPRESAS PÚBLICAS DE LOJA
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Útiles de aseo y limpieza, se toma en cuenta los suministros para el aseo personal y la limpieza de los locales de la empresa.

Cuadro N° 53

PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA

CARGO	U. M.	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
LIMPIEZA				
Escobas	unidad	12	\$ 8,00	\$ 96,00
Desinfectantes	frasco	12	\$ 2,90	\$ 34,80
Cera líquida	galón	6	\$ 8,00	\$ 48,00
ASEO				
Papel higiénico	rollos	60	\$ 1,60	\$ 96,00
Toallas	unidad	3	\$ 6,00	\$ 18,00
Jabón de tocador	unidad	24	\$ 1,00	\$ 24,00
TOTAL				\$ 316,80

FUENTE: CENTRO COMERCIAL LA PRADERA
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Amortización de activos diferidos, para recurrar la inversión realizada en la inversión de activos diferidos, se implementará la política de la empresa, amortizar en el mismo período de la vida útil del proyecto.

Cuadro N° 54

PRESUPUESTO DE AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	VALOR	PER.	TOTAL
Activo diferido	\$ 1.300,00	5	\$ 260,00
TOTAL			\$ 260,00

FUENTE: CUADRO N° 32
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

3.4.3. GASTOS DE VENTA

Son valores que se gastarán en la comercialización de los productos terminados; por lo tanto los gastos se estiman de acuerdo a lo siguiente:

Sueldos, que se pagan al Vendedor; para el primer año ya que en lo posterior se mantendrá, durante la vida útil de funcionamiento de la empresa, ya que la capacidad productiva será la misma.

Cuadro N° 55

SUELDOS EN LA COMERCIALIZACION

CONCEPTO	VENDEDOR
Salario básico unificado	\$ 292,00
Remuneración anual	\$ 3.504,00
Décimo tercero	\$ 292,00
Décimo cuarto	\$ 292,00
Aporte patronal IESS 11,15%	\$ 32,56
Aporte al IECE 0,5%	\$ 1,46
Aporte al SECAP 0,5%	\$ 1,46
Fondo de reserva	\$ 292,00
Vacaciones anuales	\$ 146,00
TOTAL	\$ 4.561,48

FUENTE: SISTEMA NACIONAL DE REMUNERACIONES
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Comisiones, para incentivar la cobertura de mercado se implementará la política de generar una cultura de productividad, por tanto se distribuirá el 2% de ventas, de acuerdo al reglamento que se elabore para ese efecto.

Cuadro N° 56

PRESUPUESTO DE COMISIONES

DESCRIPCIÓN	VENTAS	PORC.	TOTAL
Ventas del primer año	\$ 82.720,00	2%	\$ 1.654,40
TOTAL			\$ 1.654,40

FUENTE: PRESUPUESTO DE VENTAS
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Publicidad, con la finalidad de hacer conocer el producto en la Provincia de Loja, se utilizarán los medios de comunicación más importantes y en los horarios más convenientes.

Cuadro N° 57

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	U. M.	PRECIO	TOTAL
Periódico (1/4 página)	52	página	\$ 50,00	\$ 2.600,00
Hojas volantes	2523	hoja	\$ 0,01	\$ 25,23
Radio (minutos)	240	minuto	\$ 5,00	\$ 1.200,00
Televisión (segundos)	36	segundos	\$ 20,00	\$ 720,00
TOTAL				\$ 4.545,23

FUENTE: MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCAL
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

3.4.4. GASTOS FINANCIEROS

Son los valores que se gastan en el departamento financiero por intereses del crédito obtenido y los gastos que ocasionan al mantenimiento de los servicios bancarios. A continuación se presentan los rubros que se calculan:

Intereses del crédito, en este rubro se toma en cuenta el pago de los intereses del crédito que para el primer año suman \$ 350.55 de acuerdo a las condiciones del Banco de Loja.

CUADRO N° 61

PRESUPUESTO DE INTERESES

CREDITO	CAPITAL	INTERES	TOTAL
Primer semestre	\$ 2.500,00	7,38%	\$ 184,50
Segundo Semestre	\$ 2.250,00	7,38%	\$ 166,05
TOTAL			\$ 350,55

FUENTE: AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Servicios bancarios, este presupuesto constituye el valor que se paga por el valor que presta la entidad bancaria por mantener la cuenta corriente, cobro de chequera, entre otros.

CUADRO N° 62

SERVICIOS BANCARIOS

INVERSIONES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Mantenimiento de cuenta	12	\$ 5,00	\$ 60,00
Compra de chequeras	12	\$ 10,00	\$ 120,00
Otros servicios	12	\$ 1,00	\$ 12,00
TOTAL			\$ 192,00

FUENTE: BANCO DE LOJA
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

CUADRO N° 63**PRESUPUESTO DE GASTOS DEL PRIMER AÑO**

DETALLE	PARCIAL	TOTAL
COSTO DE PRODUCCIÓN		\$ 34.424,33
Materia prima	\$ 10.280,44	
Mano de obra directa	\$ 13.509,41	
Gastos de fabricación		
* Mano de obra indirecta	\$ 9.239,00	
* Mantenimiento	\$ 17,46	
* Energía eléctrica	\$ 1.200,00	
* Seguros	\$ 8,73	
* Combustibles y lubricantes	\$ 108,00	
* Depreciaciones	\$ 61,29	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 19.930,66
Sueldos	\$ 17.690,73	
Útiles de oficina	\$ 660,00	
Depreciaciones	\$ 448,11	
Combustibles y lubricantes	\$ 20,00	
Seguros	\$ 25,84	
Mantenimiento	\$ 51,68	
Servicios básicos	\$ 457,50	
Útiles de aseo y limpieza	\$ 316,80	
Amortización de activos diferidos	\$ 260,00	
GASTOS DE VENTA		\$ 10.761,11
Sueldos	\$ 4.561,48	
Comisiones	\$ 1.654,40	
Publicidad	\$ 4.545,23	
GASTOS FINANCIEROS		\$ 542,55
Intereses	\$ 350,55	
Servicios bancarios	\$ 192,00	
TOTAL		\$ 65.658,65

FUENTE: CUADROS DE PRESUPUESTOS
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

3.5. DISTRIBUCIÓN DE COSTOS

Una vez determinados los costos se efectúa la distribución de los costos de acuerdo al destino de los mismos, clasificándolos en fijos y variables.

3.5.1. COSTOS FIJOS

Los costos fijos son los gastos que se realizan en la empresa se produzca o no; es decir, que para cualesquier capacidad productiva se gastará igual.

3.5.2. COSTOS VARIABLES

Costos variables son aquellos que varían de acuerdo a la capacidad productiva.

Los costos calculados para la puesta en marcha de la empresa son los siguientes:

Cuadro N° 64

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS

DETALLE	FIJOS	VARIABLES
COSTO DE PRODUCCIÓN		
Materia prima		\$ 10.280,44
Mano de obra directa		\$ 13.509,41
Gastos de fabricación		
* Mano de obra indirecta		\$ 9.239,00
* Mantenimiento		\$ 17,46
* Energía eléctrica		\$ 1.200,00
* Seguros	\$ 8,73	
* Combustibles y lubricantes		\$ 108,00
* Depreciaciones	\$ 61,29	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos	\$ 17.690,73	
Útiles de oficina	\$ 660,00	
Depreciaciones	\$ 448,11	
Combustibles y lubricantes	\$ 20,00	
Seguros	\$ 25,84	
Mantenimiento	\$ 51,68	
Servicios básicos	\$ 457,50	
Útiles de aseo y limpieza	\$ 316,80	
Amortización de activos diferidos	\$ 260,00	
GASTOS DE VENTA		
Sueldos	\$ 4.561,48	
Comisiones		\$ 1.654,40
Publicidad	\$ 4.545,23	
GASTOS FINANCIEROS		
Intereses	\$ 350,55	
Servicios bancarios	\$ 192,00	
SUBTOTAL	\$ 29.649,94	\$ 36.008,71
TOTAL		\$ 65.658,65

FUENTE: PRESUPUESTO DEL PRIMER AÑO
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

Cuadro Nº 65

PRESUPUESTOS PROYECTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCC.	\$ 34.424,33	\$ 35.798,15	\$ 37.226,93	\$ 38.712,86	\$ 40.258,22
Materia prima	\$ 10.280,44	\$ 10.691,66	\$ 11.119,32	\$ 11.564,10	\$ 12.026,66
Mano de obra directa	\$ 13.509,41	\$ 14.049,79	\$ 14.611,78	\$ 15.196,25	\$ 15.804,10
Gastos de fabricación					
* Mano de obra indirecta	\$ 9.239,00	\$ 9.608,56	\$ 9.992,90	\$ 10.392,62	\$ 10.808,32
* Mantenimiento	\$ 17,46	\$ 17,46	\$ 17,46	\$ 17,46	\$ 17,46
* Energía eléctrica	\$ 1.200,00	\$ 1.248,00	\$ 1.297,92	\$ 1.349,84	\$ 1.403,83
* Seguros	\$ 8,73	\$ 9,08	\$ 9,44	\$ 9,82	\$ 10,21
* Combustibles y Lubr.	\$ 108,00	\$ 112,32	\$ 116,81	\$ 121,49	\$ 126,34
* Depreciaciones	\$ 61,29	\$ 61,29	\$ 61,29	\$ 61,29	\$ 61,29
GASTOS ADMINISTRAT.	\$ 19.930,66	\$ 20.696,46	\$ 21.492,89	\$ 22.321,19	\$ 23.182,61
Sueldos	\$ 17.690,73	\$ 18.398,36	\$ 19.134,29	\$ 19.899,67	\$ 20.695,65
Útiles de oficina	\$ 660,00	\$ 686,40	\$ 713,86	\$ 742,41	\$ 772,11
Depreciaciones	\$ 448,11	\$ 448,11	\$ 448,11	\$ 448,11	\$ 448,11
Combustibles y Lubric.	\$ 20,00	\$ 20,80	\$ 21,63	\$ 22,50	\$ 23,40
Seguros	\$ 25,84	\$ 25,84	\$ 25,84	\$ 25,84	\$ 25,84
Mantenimiento	\$ 51,68	\$ 51,68	\$ 51,68	\$ 51,68	\$ 51,68
Servicios básicos	\$ 457,50	\$ 475,80	\$ 494,83	\$ 514,63	\$ 535,21
Útiles aseo y limpieza	\$ 316,80	\$ 329,47	\$ 342,65	\$ 356,36	\$ 370,61
Amortización Act. Dif.	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
GASTOS DE VENTA	\$ 10.761,11	\$ 11.191,55	\$ 11.639,22	\$ 12.104,79	\$ 12.588,98
Sueldos	\$ 4.561,48	\$ 4.743,94	\$ 4.933,70	\$ 5.131,04	\$ 5.336,29
Comisiones	\$ 1.654,40	\$ 1.720,58	\$ 1.789,40	\$ 1.860,98	\$ 1.935,41
Publicidad	\$ 4.545,23	\$ 4.727,04	\$ 4.916,12	\$ 5.112,77	\$ 5.317,28
GASTOS FINANCIEROS	\$ 542,55	\$ 476,43	\$ 410,62	\$ 345,12	\$ 279,96
Intereses	\$ 350,55	\$ 276,75	\$ 202,95	\$ 129,15	\$ 55,35
Servicios bancarios	\$ 192,00	\$ 199,68	\$ 207,67	\$ 215,97	\$ 224,61
TOTAL	\$ 65.658,65	\$ 68.162,60	\$ 70.769,66	\$ 73.483,95	\$ 76.309,77

FUENTE: PRESUPUESTO DEL PRIMER AÑO
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

3.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Se lo obtiene mediante fórmula matemática y método gráfico, y es el nivel en que la empresa no tiene utilidades ni pérdidas, es decir los ingresos son iguales a los costos.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

En donde: PE = Punto de equilibrio

CV = Costo variable

VT = Ventas totales

$$\begin{aligned} PE &= \frac{29,649.94}{1 - 36,008.71 / 82,720.00} \\ &= \frac{29,649.94}{1 - 0.4353} = \frac{29,649.94}{0.5647} \end{aligned}$$

$$\underline{PE = 52,505.64}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD PRODUCTIVA

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

En donde: PE = Punto de equilibrio

CF = Costo fijo

VT = Ventas totales

CV = Costo variable

$$PE = \frac{29,649.94}{82,720.00 - 36,008.71} \times 100$$

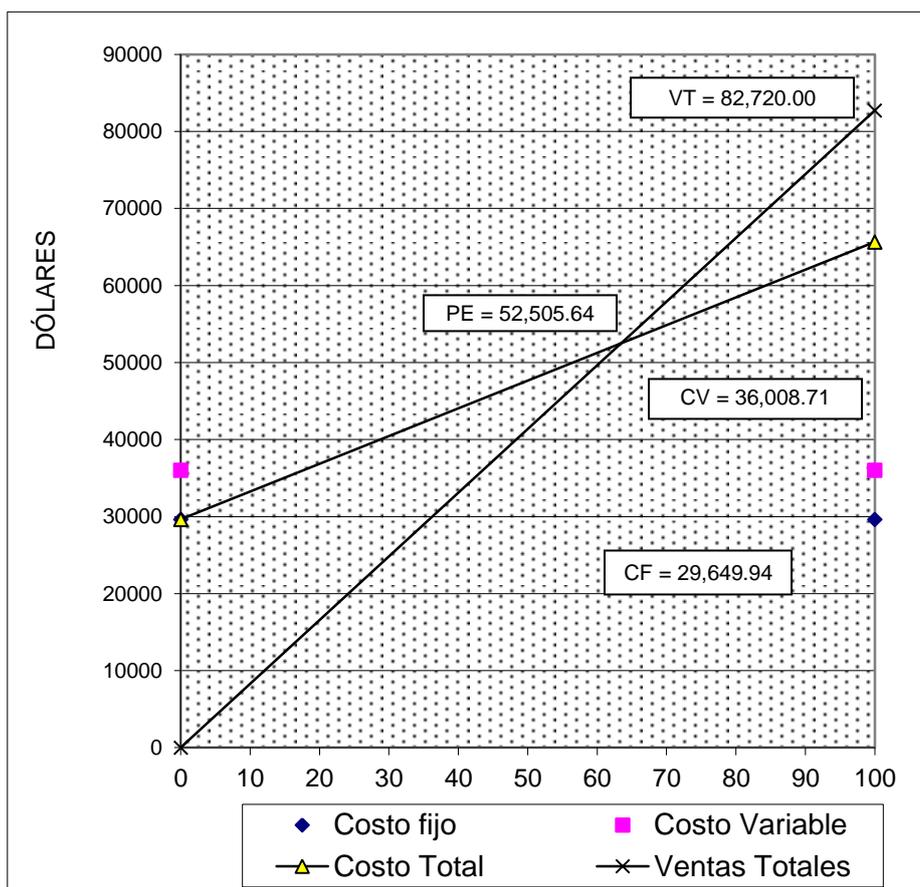
$$= \frac{29,649.94}{46,711.29} \times 100$$

$$= 0.6347 \times 100$$

$$PE = 63.47\%$$

GRÁFICO Nº 25

PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PRIMER AÑO



FUENTE: INGRESOS Y COSTOS
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

3.7. COSTO UNITARIO

La producción y comercialización de los cobertores tiene un costo de \$ 74,61 por unidad, el cual es resultante de la división del Costo Total para el número de unidades producidas.

$$\begin{aligned} \text{Costo Unitario} &= \frac{\text{Costo Total}}{\text{N}^\circ \text{ de unidades producidas}} \\ &= \frac{65,658.65}{880} \end{aligned}$$

$$\text{Costo Unitario} = 74.61$$

Precio de venta = Costo Unitario + Margen de utilidad

$$\text{PV} = 74,61 + 26\%$$

$$\text{PV} = 74,61 + 19.39$$

$$\text{PV} = 94,00$$

3.8. ESTADO DE RESULTADOS

De los datos obtenidos en los presupuestos tanto de ingresos como de costos y luego de establecer su diferencia se obtiene la utilidad neta para completar el estado de resultados, se toma en cuenta el 15% de distribución de utilidades entre los servidores de la empresa y posteriormente se aplica el 25% de impuesto a la renta de las sociedades. El estado de pérdidas y ganancias se lo proyecta durante la vida útil del proyecto (5 años) y los resultados representan la utilidad líquida para ser

distribuida a los socios. Para proyectarlos, se considera lo siguiente:

- Los ingresos se calculan en razón de la capacidad utilizada para cada año, que es la misma.
- El costo como es natural está en relación de la capacidad productiva utilizada y para proyectarlos se los divide en costos fijos y variables.
- Las depreciaciones y amortizaciones no se toman en cuenta, ya que no sufren alteraciones durante la vida útil y los intereses se los considera como tasa fija, para luego incluirlos como gastos.

Cuadro Nº 66

ESTADO DE RESULTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Venta de cobertores	\$ 82.720,00	\$ 86.028,00	\$ 89.469,95	\$ 93.048,75	\$ 96.770,70
(-) Costos de producción	\$ 34.424,33	\$ 35.798,15	\$ 37.226,93	\$ 38.712,86	\$ 40.258,22
UTILIDAD BRUTA	\$ 48.295,67	\$ 50.229,85	\$ 52.243,02	\$ 54.335,89	\$ 56.512,48
(-) Gastos administrativos	\$ 19.930,66	\$ 20.696,46	\$ 21.492,89	\$ 22.321,19	\$ 23.182,61
(-) Gastos de venta	\$ 10.761,11	\$ 11.191,55	\$ 11.639,22	\$ 12.104,79	\$ 12.588,98
(-) Gastos financieros	\$ 542,55	\$ 476,43	\$ 410,62	\$ 345,12	\$ 279,96
UTILIDAD NETA	\$ 17.061,35	\$ 17.865,41	\$ 18.700,29	\$ 19.564,79	\$ 20.460,93
(-) 15% distribución utilidades	\$ 2.559,20	\$ 2.679,81	\$ 2.805,04	\$ 2.934,72	\$ 3.069,14
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	\$ 14.502,15	\$ 15.185,60	\$ 15.895,25	\$ 16.630,07	\$ 17.391,79
(-) 25% impuesto a la renta	\$ 3.625,54	\$ 3.796,40	\$ 3.973,81	\$ 4.157,52	\$ 4.347,95
UTILIDAD ANTES RESERVAS	\$ 10.876,61	\$ 11.389,20	\$ 11.921,43	\$ 12.472,55	\$ 13.043,84
(-) 10% reserva legal	\$ 1.087,66	\$ 1.138,92	\$ 1.192,14	\$ 1.247,26	\$ 1.304,38
UTILIDAD LIQUIDA	\$ 9.788,95	\$ 10.250,28	\$ 10.729,29	\$ 11.225,30	\$ 11.739,46

FUENTE: PRESUPUESTOS PROYECTADOS DE VENTAS Y COSTOS
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

3.9. FLUJO DE FONDOS

Esta información económica permite tomar decisiones sobre la evolución de la empresa durante los futuros cinco años de gestión empresarial, en donde se agrupan, las fuentes de acuerdo al origen de los fondos como son el capital propio, los empréstitos bancarios realizados, el valor de rescate de las inversiones y las ventas por los bienes producidos. Los usos corresponden a: inversiones fijas, costos productivos, servicio de la deuda, utilidades distribuibles, amortizaciones y pago de impuestos.

Cuadro Nº 67
ESTADO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES						
Capital propio	\$ 7.000,00					
Crédito	\$ 2.500,00					
Ventas		\$ 82.720,00	\$ 86.028,80	\$ 89.469,95	\$ 93.048,75	\$ 96.770,70
Saldo año anterior		\$ -	\$ 10.626,01	\$ 21.765,40	\$ 33.436,24	\$ 45.658,20
Valor de rescate						\$ 7.421,00
TOTAL	\$ 9.500,00	\$ 82.720,00	\$ 96.654,81	\$ 111.235,35	\$ 126.484,99	\$ 149.849,90
USOS						
Activo fijo	\$ 2.688,00					
Activo diferido	\$ 1.300,00					
Capital de trabajo	\$ 5.512,00					
Costo total *		\$ 65.658,65	\$ 68.162,60	\$ 70.769,66	\$ 73.483,95	\$ 76.309,77
(+) 15% distr. utilidades		\$ 2.559,20	\$ 2.679,81	\$ 2.805,04	\$ 2.934,72	\$ 3.069,14
(+) 25% impuesta renta		\$ 3.625,54	\$ 3.796,40	\$ 3.973,81	\$ 4.157,52	\$ 4.347,95
TOTAL	\$ 9.500,00	\$ 71.843,39	\$ 74.638,81	\$ 77.548,51	\$ 80.576,19	\$ 83.726,86
Disponible*	\$ -	\$ 10.876,61	\$ 22.016,00	\$ 33.686,84	\$ 45.908,80	\$ 66.123,04
(+) Depreciaciones		\$ 509,40	\$ 509,40	\$ 509,40	\$ 509,40	\$ 509,40
(+) Amortiz activo Difer.		\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
(-) Amortización crédito		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
SALDO	\$ -	\$ 10.626,01	\$ 21.765,40	\$ 33.436,24	\$ 45.658,20	\$ 65.872,44

* Sin considerar depreciaciones, amortizaciones y reservas

FUENTE: COSTOS Y ESTADO DE RESULTADOS
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

3.10. EVALUACIÓN FINANCIERA

Es la parte en la que se determina si el proyecto es factible por medio del uso de criterios de evaluación, como son: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, período de recuperación de la inversión, análisis de sensibilidad, etc.

Para evaluar un proyecto de inversión se hace necesario determinar el flujo de efectivo, es decir los ingresos y egresos efectivos; y, la diferencia da lugar a la obtención del flujo de caja, mismo que permite realizar la evaluación financiera del proyecto de inversión.

En el décimo año, al flujo de caja se le suman a las ventas totales, el valor de rescate (\$ 70,426.54) que se obtiene totalizando el valor del terreno, los saldos de los activos fijos y el capital de trabajo. En el primer año de vida útil del proyecto, el flujo de caja asciende a \$ 18,693.12, en el segundo \$ 39,262.34 y se va incrementando hasta el décimo año cuyo valor es de \$ 345,688.90.

Cuadro N° 68

FLUJO DE CAJA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Venta de cobertores	\$ 82.720,00	\$ 86.028,00	\$ 89.469,95	\$ 93.048,75	\$ 96.770,70
(+) Valor de rescate					\$ 7.421,00
INGRESOS EFECTIVOS	\$ 82.720,00	\$ 86.028,00	\$ 89.469,95	\$ 93.048,75	\$ 104.191,70
EGRESOS					
Costo total	\$ 65.658,65	\$ 68.162,60	\$ 70.769,66	\$ 73.483,95	\$ 76.309,77
(-) Depreciaciones	\$ 509,40	\$ 509,40	\$ 509,40	\$ 509,40	\$ 509,40
(-) Amortización Act. Dif.	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
(+) Distribución utilidades	\$ 2.559,20	\$ 2.679,81	\$ 2.805,04	\$ 2.934,72	\$ 3.069,14
(+) Impuesto a la renta	\$ 3.625,54	\$ 3.796,40	\$ 3.973,81	\$ 4.157,52	\$ 4.347,95
(+) Amortización crédito	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
EGRESOS EFECTIVOS	\$ 71.573,99	\$ 74.369,41	\$ 77.279,11	\$ 80.306,79	\$ 83.457,46
FLUJO DE CAJA	\$ 11.146,01	\$ 11.658,59	\$ 12.190,84	\$ 12.741,96	\$ 20.734,24

FUENTE: CUADRO N° 67
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

3.10.1. VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto (VAN) es la sumatoria de los flujos netos actualizados menos la inversión inicial. Para la obtención del valor actual neto se necesita principalmente un factor de actualización que se obtiene de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{FACTOR DE ACTUALIZACIÓN} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

Dónde: i = tasa de rendimiento

n = período de actualización

La tasa de rendimiento o llamado también costo de oportunidad del proyecto se la obtiene del costo de la inversión promedio ponderada (CIPP) más el riesgo país, así:

$$\text{CIPP} = \frac{K \cdot t_p + C \cdot t_a}{I} \times 100$$

Dónde: CIPP = costo de la inversión promedio ponderada

K = capital propio (\$ 7,000.00)

C = crédito del proyecto (\$ 2,500.00)

t_p = Tasa de interés pasiva (4%)

t_a = tasa de interés activa (14.76%)

I = inversión del proyecto (\$ 9,500.00)

$$\begin{aligned} \text{CIPP} &= \frac{7,000.00 (0.04) + 2,500.00 (0.1476)}{9,500.00} \times 100 \\ &= \frac{280.00 + 369.00}{9,500.00} \times 100 \\ &= \frac{649.00}{9,500.00} \times 100 = 6.83\% \end{aligned}$$

El costo de oportunidad entonces sería:

$$\text{CO} = \text{CIPP} + \text{Rp}$$

En donde: CO = costo de oportunidad

CIPP = costo de la inversión promedio ponderada (6.83%)

Rp = riesgo país (7.21%)

$$\text{CO} = 6.83\% + 7.21\% = 14.04\%$$

El criterio de aceptación del valor actual neto (VAN) es el siguiente: Si el VAN es positivo el proyecto se acepta, si el VAN es cero el proyecto es indiferente y si el VAN es negativo el proyecto se rechaza. En los resultados del presente proyecto el valor actual neto es de 35,741.73 dólares, por lo tanto se acepta el proyecto.

Cuadro N° 69

VALOR ACTUAL NETO

AÑO	FLUJO NETO	FAC. ACT.	FLUJO ACT.
0		14,04%	\$ -9.500,00
1	\$ 11.146,01	0,876885	\$ 9.773,77
2	\$ 11.658,59	0,768928	\$ 8.964,61
3	\$ 12.190,84	0,674262	\$ 8.219,81
4	\$ 12.741,96	0,591250	\$ 7.533,68
5	\$ 20.734,24	0,518458	\$ 10.749,84
VALOR ACTUAL NETO			\$ 35.741,73

FUENTE: CUADRO N° 68
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

3.10.2. RELACION BENEFICIO/COSTO

Se refiere a la comparación de la relación de los ingresos actualizados en razón a los egresos actualizados del proyecto. El criterio de evaluación de esta razón financiera es: si el resultado es mayor que la unidad se acepta el proyecto, si la relación beneficio/costo es igual a la unidad es indiferente y si es menor a la unidad se rechaza el proyecto. Para calcular la relación beneficio/costo es la siguiente:

$$B / C = \frac{\sum \text{Ingresos Actuales}}{\sum \text{Egresos Actuales}}$$

Cuadro N° 70

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	FAC. ACT.	INGR. ACT.	EGR. ACT.
0			14,04%		
1	\$ 82.720,00	\$ 71.573,99	0,876885	\$ 72.535,95	\$ 62.762,18
2	\$ 86.028,00	\$ 74.369,41	0,768928	\$ 66.149,32	\$ 57.184,71
3	\$ 89.469,95	\$ 77.279,11	0,674262	\$ 60.326,14	\$ 52.106,33
4	\$ 93.048,75	\$ 80.306,79	0,591250	\$ 55.015,07	\$ 47.481,39
5	\$ 104.191,70	\$ 83.457,46	0,518458	\$ 54.019,07	\$ 43.269,23
SUMATORIA				\$ 308.045,56	\$ 262.803,84

FUENTE: CUADRO N° 68
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

$$B/C = \frac{308,045.56}{262,803.84} = 1.17$$

El presente proyecto tiene como resultado de la relación beneficio/costo de 1.17 que significa que el beneficio sobre el costo es de 17 centavos; y, siendo mayor a la unidad se toma en cuenta esta relación como aceptable, por lo tanto el proyecto es ejecutable.

3.10.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN

Es la sumatoria de los flujos actualizados hasta cuando se supera la inversión, menos la inversión del proyecto dividido para el último flujo del año en donde se recupera el capital.

Cuadro N° 71

PERÍODO DE RECUPERACIÓN

AÑO	FLUJO NETO	FAC. ACT.	FLUJO ACT.	F. ACUMUL.
0		14,04%	\$ -9.500,00	
1	\$ 11.146,01	0,876885	\$ 9.773,77	\$ 9.773,77
2	\$ 11.658,59	0,768928	\$ 8.964,61	
3	\$ 12.190,84	0,674262	\$ 8.219,81	
4	\$ 12.741,96	0,591250	\$ 7.533,68	
5	\$ 20.734,24	0,518458	\$ 10.749,84	

FUENTE: CUADRO N° 68
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

$$\begin{aligned} \text{P.R.} &= 1 - \frac{\sum F_a - I}{F_n} \\ &= 1 - \frac{9.773.77 - 9.500.00}{9.773.77} = 1 - \frac{273.77}{9.773.77} \\ &= 1 - 0.028 = 0,972 \end{aligned}$$

0 AÑOS

0.972 X 12 = 11.664 (meses)

0.664 X 30 = 19.92 (días)

En consecuencia el período en el cual se recupera la inversión será en 11 meses y 20 días.

3.10.4. TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno (TIR) es cuando la sumatoria del flujo neto actualizado, es igual a la inversión del proyecto. Para calcular la tasa de rentabilidad interna se debe realizar una interpolación de la tasa de descuento, que es el proceso que consiste en hallar un valor deseado entre otros dos valores.

Llamada también como rentabilidad o de rendimiento, es la tasa de descuento (tasa de interés) con la que el valor presente de los egresos (incluida la inversión) es igual al valor presente de los ingresos netos. Representa por así decirlo, la rentabilidad media del dinero invertido durante la vida útil de la empresa.

$$TIR = T_{<} + (T_{>} - T_{<}) \frac{V.A.N. T_{<}}{V.A.N. T_{<} - V.A.N. T_{>}}$$

Cuadro N° 72

TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FLUJO DE CAJA	ACTUALIZACIÓN		ACTUALIZACIÓN	
		FAC. ACT.	FLUJO ACT.	FAC. ACT.	FLUJO ACT.
0		120%	\$ -9.500,00	121%	\$ -9.500,00
1	\$ 11.146,01	0,454545	\$ 5.066,37	0,452489	\$ 5.043,44
2	\$ 11.658,59	0,206612	\$ 2.408,80	0,204746	\$ 2.387,05
3	\$ 12.190,84	0,093914	\$ 1.144,89	0,092645	\$ 1.129,42
4	\$ 12.741,96	0,042688	\$ 543,93	0,041921	\$ 534,15
5	\$ 20.734,24	0,019404	\$ 402,32	0,018969	\$ 393,30
VALOR ACTUAL NETO			\$ 66,32		\$ -12,63

FUENTE: CUADRO N° 68
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

$$\text{TIR} = 120 + (1) \frac{66.32}{66.32 - (-12.63)}$$

$$\text{TIR} = 120 + (1) \frac{66.32}{78.95}$$

$$\text{TIR} = 120 + 0.84 = 120.84\%$$

La tasa interna de retorno del presente proyecto es de 120.84%, que si se compara con el costo de la inversión promedio ponderada de 14.04% es superior, por lo tanto el proyecto es conveniente implementarlo.

3.10.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es otro de los indicadores frecuentemente utilizados, el mismo que determina la solidez o fortaleza del proyecto desde el punto de vista financiero, evalúa los resultados al modificar el valor de una variable considerada como susceptible de cambio en el período de evaluación, o sea mide hasta que punto afectan los incrementos en egresos y la disminución en los ingresos, afectados por los precios, para tal efecto se requiere de modificar los flujos de caja. La interpretación que ofrece este modelo para aceptar o no el proyecto es que cuando en el mismo afectan estas variaciones es sensible el proyecto y en caso contrario se considera que el proyecto no es sensible.

El cuadro N° 73 señala que con un incremento en los costos del 8.5% con una tasa de oportunidad del 55,31% el proyecto posee un coeficiente de sensibilidad de 0.98; por lo que se establece al mismo, como punto de quiebre del proyecto.

El cuadro N° 74 de análisis de sensibilidad con una disminución en los ingresos del 7.3% con una tasa de oportunidad del 55.34% el proyecto tiene un coeficiente de sensibilidad de 0.98 que indica que el proyecto no es sensible hasta dicha disminución en los ingresos.

Cuadro N° 73

ANALISIS DE SENSIBILIDAD, CON UN INCREMENTO DEL 8.5% EN LOS EGRESOS

AÑO	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	EGRESOS INCREMENT.	NUEVO FUJUO	ACTUALIZACIÓN		ACTUALIZACIÓN	
					FACTOR	FLUJO ACT.	FACTOR	FLUJO ACT.
0			8,5%		55%	\$ -9.500,00	56%	\$ -9.500,00
1	\$ 82.720,00	\$ 71.573,99	\$ 77.657,78	\$ 5.062,22	0,645161	\$ 3.265,95	0,641026	\$ 3.245,01
2	\$ 86.028,00	\$ 74.369,41	\$ 80.690,81	\$ 5.337,19	0,416233	\$ 2.221,52	0,410914	\$ 2.193,13
3	\$ 89.469,95	\$ 77.279,11	\$ 83.847,83	\$ 5.622,12	0,268537	\$ 1.509,75	0,263406	\$ 1.480,90
4	\$ 93.048,75	\$ 80.306,79	\$ 87.132,87	\$ 5.915,88	0,173250	\$ 1.024,93	0,168850	\$ 998,90
5	\$ 104.191,70	\$ 83.457,46	\$ 90.551,34	\$ 13.640,36	0,111774	\$ 1.524,64	0,108237	\$ 1.476,40
FLUJO NETO ACTUALIZADO						\$ 46,78		\$ -105,67

FUENTE: CUADRO N° 68
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

$$TIR = Ta + (\text{Diferencia entre tasas}) \frac{\text{VAN a la tasa } < (+)}{\text{VAN a la tasa } < (+) - \text{tasa } > (-)} = 55\% + (56\% - 55\%) \frac{46,78}{46,78 - (-105,67)}$$

$$TIR = 55\% + 1\% [46,78 / (46,78 + 105,67)] = 55\% + 1\% (46,78 / 152,45) = 55\% + 1\% (0,3069) = 55,31\%$$

(1) DIFERENCIA = TIR – NUEVA TIR

$$= 120,84\% - 55,31\% \\ = 65,53\%$$

(2) PORCENTAJE VARIACION

$$= \frac{65,53}{120,84} = 0,5423 \times 100 = 54,23$$

(3) COEFICIENTE SENSIB.

$$= \frac{54,23}{55,31} = 0,98$$

Cuadro N° 74

ANALISIS DE SENSIBILIDAD, CON UNA DISMINUCIÓN DEL 7.3% EN LOS INGRESOS

AÑO	INGRESOS ORIGINALES	INGRESOS DISMINUIDOS	EGRESOS ORIGINALES	NUEVO FUJO	ACTUALIZACIÓN		ACTUALIZACIÓN	
					FACTOR	FLUJO ACT.	FACTOR	FLUJO ACT.
0		7,3%			55%	\$ -9.500,00	56%	\$ -9.500,00
1	\$ 82.720,00	\$ 76.681,44	\$ 71.573,99	\$ 5.107,45	0,645161	\$ 3.295,13	0,641026	\$ 3.274,01
2	\$ 86.028,00	\$ 79.747,96	\$ 74.369,41	\$ 5.378,55	0,416233	\$ 2.238,73	0,410914	\$ 2.210,12
3	\$ 89.469,95	\$ 82.938,64	\$ 77.279,11	\$ 5.659,53	0,268537	\$ 1.519,80	0,263406	\$ 1.490,76
4	\$ 93.048,75	\$ 86.256,19	\$ 80.306,79	\$ 5.949,40	0,173250	\$ 1.030,73	0,168850	\$ 1.004,56
5	\$ 104.191,70	\$ 96.585,71	\$ 83.457,46	\$ 13.128,25	0,111774	\$ 1.467,40	0,108237	\$ 1.420,97
FLUJO NETO ACTUALIZADO						\$ 51,79		\$ -99,59

FUENTE: CUADRO N° 68
ELABORACIÓN: LOS AUTORES

$$TIR = Ta + (\text{Diferencia entre tasas}) \frac{\text{VAN a la tasa } < (+)}{\text{VAN a la tasa } < (+) - \text{tasa } > (-)} = 55\% + (56\% - 55\%) \frac{51,79}{51,79 - (-99,59)}$$

$$TIR = 55\% + 1\% [51,79/(51,79 + 99,59)] = 55\% + 1\% (51,79/151,38) = 55\% + 1\% (0,3421) = 55,34\%$$

(1) DIFERENCIA = TIR – NUEVA TIR
= 120,84% - 55,34%
= 65,5%

(2) PORCENTAJE VARIACION
65,5
= ----- = 0,5420 X 100 = 54,20
120,84

(3) COEFICIENTE SENSIB.
54,20
= ----- = 0,98
55,34

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. ORGANIZACIÓN JURÍDICA

4.1.1. BASE LEGAL

Desde el punto de vista contable la empresa constituye un ente que se relaciona con los portadores de capital, los clientes, los proveedores y el Estado, dividido como resultado el flujo monetario y el flujo de bienes y servicios. Basados en los diferentes tipos de compañías, se ha creído conveniente determinar para este tipo de empresa en nombre colectivo, la misma que ayudará a obtener mayor eficiencia organizativa.

La empresa que se pretende formar estará enmarcada en la Constitución de la República, en la Ley de Compañías, y que la conformarán los socios. Para el establecimiento de los derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios, que conformarán la compañía, se regirán en las normas, principios y procedimientos, que para el efecto indica la Ley de Compañías en su capítulo cuarto.

La Empresa se establecerá mediante un contrato social suscrito para un lapso de duración de cinco años, al término del cual, podrá ser renovado

dicho contrato, si así lo determinasen los accionistas, en caso contrario se procederá a su liquidación.

Las causales para la liquidación de la empresa se sujetarán a lo dispuesto por la Ley de Compañías en el capítulo siete.

En la estructura pública de conformación deberán constar los siguientes rubros:

Razón Social.- La compañía Decor Autos y Cía., tendrá por objeto social la elaboración, venta, comercialización de cobertores para asientos de automóviles.

Plazo de duración.- La empresa en nombre colectivo tendrá como vida útil de 5 años, a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil.

Domicilio.- La empresa estará domiciliada en la ciudad de Loja, del cantón y provincia del mismo nombre.

La misma que se regirá por la disposiciones de esta Ley, por el Código de Comercio, por los convenios de las partes, y por las disposiciones del Código Civil, para emprender las operaciones mercantiles que constan en

los objetivos del proyecto.

Así mismo, se regirá por el Código de Trabajo, la Ley de remuneraciones, el Código de Trabajo, la Ley y Reglamento de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía.

En la compañía participarán dos personas jurídicamente organizadas bajo una razón social, las personas que intervienen reciben el nombre de socios; para lo cual se responsabilizan a aportar sus bienes, valores, ideas y esfuerzos para obtener iguales derechos y obligaciones.

La compañía se constituye por medio de una escritura pública, inscrita en el Registro Mercantil, en donde adquiere personería jurídica; en consecuencia sus políticas estarán dirigidas a mantener una estrecha relación con todas las personas ya sean jurídicas o naturales que tengan tratos con la empresa.

Los socios que integran esta compañía son los autores del trabajo.

TRAMITES LEGALES.- Los trámites que se deben realizar son los siguientes:

- Elaboración de la Minuta elaborada por un abogado.
- Inscripción de la Escritura Pública registrada ante un Notario.
- Registro en la Superintendencia de Compañías el Estrato de la Escritura Pública.
- Aprobación de la escritura pública por parte del juez del cantón Loja.
- Inscripción de la escritura pública en el Registro Mercantil.

4.2. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

La obtención de rendimiento y eficiencia es posible a través del ordenamiento, coordinación e integración de los recursos que forman parte del grupo social; esta actividad corresponde a la etapa del proceso administrativo denominada administración.

Planeado el proceso para decidir las acciones que deberán realizarse en el futuro considerando las diferentes alternativas en el curso de las acciones y decidir cuál de ellas es la mejor.

Organizado: agrupando y ordenando las actividades necesarios para alcanzar los fines establecidos creando unidades administrativas, asignando funciones autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades debe existir.

Realizando la función de Dirección influencia interpersonal del administrador con los subordinados a través de la cual se logra la consecución de los objetivos de la empresa mediante la supervisión, la comunicación y la motivación.

Ejerciendo la función de control para determinar lo que se está llevando a cabo, y si es necesario, aplicando medidas correctivas, de manera que la ejecución se desarrolló de acuerdo con lo planeado.

La organización establece los vínculos necesarios en la disposición de tareas que el grupo de trabajo debe realizar para lograr los objetivos, y proporcionar la estructura necesaria a fin de coordinar eficazmente los recursos de la empresa.

CAPITAL SOCIAL.- Estará integrado por dos socios los mismos que aportarán en partes iguales en acciones por persona, divididas en acciones de 100 dólares cada una y que serán pagadas en el momento de constituirse la compañía.

NIVELES JERARQUICOS.- La empresa pública y privada constituye sistemas integrados formados por niveles administrativos, que cumplen las funciones y responsabilidades a ellos asignados por la Ley, por necesidad o por costumbre, a efecto de lograr metas y objetivos.

Los niveles administrativos por lo general responden a un mismo tipo estructural, funcional y jurídico, diferenciándose únicamente con la amplitud de la responsabilidad, en la jurisdicción que tienen sus unidades. Entre ellos tenemos:

NIVEL LEGISLATIVO.- En algunas entidades públicas y en casi la totalidad de las empresas privadas, existe el nivel legislativo, cuya función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia. El nivel legislativo en el caso de la empresa propuesta, lo constituye la Junta General de Socios, que la integrarán los autores del trabajo.

NIVEL DIRECTIVO.- En este nivel se toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento. Planea, orienta y dirige la vida administrativa e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y trasmite a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución. Está constituido por el Gerente General.

NIVEL ASESOR.- Este nivel aconseja, informa, prepara proyecto en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que

tengan que ver con la entidad a la cual están asesorando, el nivel está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica. Este nivel no tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional, por lo tanto, no toma decisiones, no ordena, los consejos, recomendaciones, informes, asesorías y demás instrumentos administrativos que nacen en el nivel asesor, para transformarlos en órdenes, requieren necesariamente la decisión del Jefe con mando directivo.

NIVEL OPERATIVO.- Este nivel es el responsable directo de ejecutar las necesidades básicas de la empresa. Es el ejecutor de las órdenes emanadas por los órganos legislativos y directivo. Está integrado por las autoridades que tienen a su cargo la producción y explotación de bienes, suministro de servicios al público, atención de trámites, originados por la ley o la costumbre, constituyen el nivel técnico responsable de la vida misma de una organización que es su naturaleza y razón de ser.

NIVEL AUXILIAR.- Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia. Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales. El grado de autoridad es mínimo, así como también su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivo y operacional o ejecutar actividades administrativas de rutina.

NIVEL DESCENTRALIZADO.- Este nivel surge del mayor o menor grado de centralización o dispersión de la autoridad, ejercido por un centro de poder. Los organismos descentralizados constituyen todos aquellos que tienen cierto grado de dependencia para el cumplimiento de sus funciones.

Una de las razones justificativas para el funcionamiento de este tipo de organizaciones es aquella que está dada por la especialización funcional de las mismas y la división del trabajo.

4.2.1. ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL

Para cumplir con los propósitos que se espera alcanzar con el proyecto, es importante que el recurso humano cumpla con todas las funciones que se le asignen, los cuales deben estar comprometidos con la empresa en sus objetivos, políticas y metas.

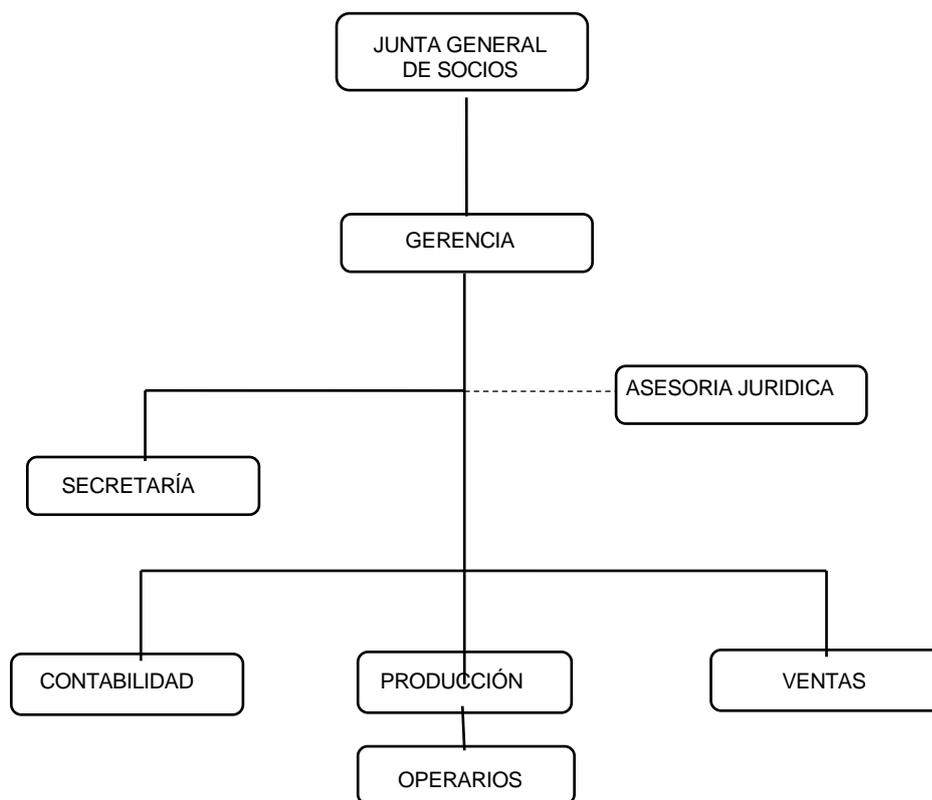
El reclutamiento y selección de personal se lo realizará mediante entrevistas y pruebas de acuerdo a la función que va a desempeñar con la finalidad de escoger el más idóneo que cumpla con todos los requerimientos, de tal forma que la permanencia en el trabajo sea de buena armonía tratando con ello de proteger al trabajador, cumplir con las normas de seguridad y satisfacer las necesidades.

Por lo tanto la empresa trata de conseguir a más de un rédito por la inversión, un fin social. Para detallar de mejor manera la estructura organizacional se ha preparado el siguiente organigrama estructural.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.- Representa el esquema básico de una organización, la cual permite conocer de una forma objetiva sus partes integrantes, es decir sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo. Para este caso, las características, la magnitud de operación, tamaño de la empresa no justifica el establecimiento de una estructura organizativa tan rígida, como en las grandes empresas. Por lo tanto, las actividades directivas y financieras serán realizadas por los mismos socios, y en lo que respecta a operación y ventas se contará con personas de acuerdo a las necesidades que se puedan dar a la empresa.

Gráfico N° 14

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Requerimientos técnicos
Elaboración: Los autores

4.3. MANUAL DE FUNCIONES

Para cualquier empresa sea ésta grande o pequeña es necesario organizarla adecuadamente, delimitando los niveles jerárquicos en especial las funciones que ejecutará cada uno de los miembros integrados a la empresa.

Por ello es que, aunque la empresa que se está formando tiene características en el fondo artesanales, no significa que no se deba editar un manual apropiado a las características y condiciones de la micro-empresa, con ello ganaríamos posibilidades para que todos los integrantes del equipo empresarial conozcan con exactitud qué deben hacer y como coordinar sus acciones para cumplir con el trabajo.

TITULO DEL PUESTO: GERENTE

NIVEL JERARQUICO: EJECUTIVO

INMEDIATO SUPERIOR: JUNTA GENERAL DE SOCIOS

SUBALTERNOS: TODO EL PERSONAL

NATURALEZA DEL TRABAJO.- Planificar, programar, organizar, dirigir y controlar las actividades que se realiza en la empresa.

FUNCIONES TIPICAS

- Ejercer la representación judicial y extrajudicial de la empresa.

- Controlar y supervisar el desarrollo de cada uno de los departamentos.

- Nombrar y controlar empleados cumpliendo con los reglamentos del caso.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE

- Es responsable por las actividades y decisiones que se realicen en la empresa bajo su mando.

- Supervisar, coordinar y controlar los planes de actividades elaborados por los jefes departamentales.
- Cumplir y hacer cumplir la ley, estatutos y reglamentos de la empresa.

REQUISITOS

- Título de Ingeniero Comercial.

EXPERIENCIA:

- Experiencia de dos años

TITULO DEL PUESTO: SECRETARIA CONTADORA

NIVEL JERARQUICO: APOYO O AUXILIAR

INMEDIATO SUPERIOR: GERENTE

SUBALTERNOS: CONSERJE

NATURALEZA DEL TRABAJO.- Realizar labores de planificación dirección, organización y control del sistema de contabilidad de la empresa. Diseñar, implementar y mantener el sistema integrado de contabilidad de la empresa. Realizar labores de secretaria o asistente directo al gerente y jefe de departamento.

FUNCIONES TIPICAS

- Llevar eficazmente la contabilidad de la empresa para que pueda tomar decisiones.
- Mantener un correcto manejo de los libros contables y presentarlos periódicamente.
- Elaborar los roles de pago.
- Convocar a sesiones por orden del gerente.

- Tramitar oportunamente los asuntos que debe conocer el gerente.
- Redactar comunicaciones de acuerdo a las indicaciones del gerente y ejecutar la documentación contable.
- Enviar y recibir la correspondencia.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE.

- Redactar comunicaciones de acuerdo a las indicaciones del gerente y ejecutar la documentación contable.
- Requiere de responsabilidad, eficiencia, conocimientos y discreción en los procedimientos contables y el desarrollo de sus funciones.

REQUISITOS MINIMOS.

- Título de Contador Público.

EXPERIENCIA.

- Experiencia mínima de dos años en labores similares.

TITULO DEL PUESTO: JEFE DE PRODUCCIÓN.

NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO

INMEDIATO SUPERIOR: GERENTE

SUBALTERNOS: OBREROS

NATURALEZA DEL TRABAJO.- Planificar, organizar dirigir y controlar el funcionamiento de la empresa, especialmente en el área de producción.

FUNCIONES TIPICAS.

- Controlar los inventarios de materia prima, cumpliendo con el programa de producción establecidos de acuerdo al estudio realizado.

- Establecer sistemas de control de calidad del producto.

- Debe realizar inspecciones sobre la materia prima a elaborarse.

- Controlar al personal que está a su cargo.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE.

- Responsabilidad por las actividades que se realicen dentro del departamento de producción.
- Responde por las decisiones que sean tomadas a su nivel y por el personal a su cargo.

REQUISITOS

- Título profesional de Ingeniero Comercial.

EXPERIENCIA:

- Experiencia de dos años en actividades similares.

TITULO DEL PUESTO: PROMOTOR VENDEDOR.

NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO

INMEDIATO SUPERIOR: GERENTE

SUBALTERNOS: NINGUNO

NATURALEZA DEL TRABAJO.- Planificar, coordinar, supervisar y ejecutar los programas de venta.

- Proponer el sistema de comercialización del producto y planificar la publicidad del mismo.
- Realizar análisis de precios en forma periódica.
- Mantenerse informado sobre los precios de los competidores.
- Estudiar la situación del mercado a fin de mantener contacto con consumidores, proveedores, constatar precios, etc.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Presentar informes periódicos al Gerente sobre ventas
- Atender y despachar pedidos.
- Realizar y analizar pronósticos de venta.

RESPONSABILIDAD.

- Es responsable de la publicidad, promoción y ventas en la empresa.

REQUISITOS.

- Poseer título de Administración de Empresas en Mercadotecnia.

EXPERIENCIA

- Tener como mínimo dos años de experiencia.

TITULO DEL PUESTO: OBREROS.

NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO

INMEDIATO SUPERIOR: JEFE DE PRODUCCIÓN

SUBALTERNOS: NINGUNO

NATURALEZA DEL TRABAJO.- Realizar los procesos manuales a su cargo en la producción. Cumplir con las reglas y políticas de la empresa. Dedicación al trabajo poniendo su capacidad y talento. Ejecutar todo lo establecido por su Jefe inmediato superior. Trabajo Manual. Los obreros se constituyen en la mano de obra directa de la empresa por su relación directa con el proceso productivo.

FUNCIONES TIPICAS

- Traslado de la materia prima.

- Selección de materia prima

- Encargado de almacenamiento

- Control del equipo que está a su cargo.

- Presentar informes al jefe inmediato superior.
- Está encargado de tener bien abastecido de materia prima para evitar paralización de las actividades.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE

- Es responsable por los materiales, herramientas y maquinaria de trabajo que están a su cargo.

REQUISITOS MINIMOS.

- Tener título artesanal en corte y confección

EXPERIENCIA

- Haber realizado trabajos similares.

CONCLUSIONES

g. CONCLUSIONES

- El desarrollo científico de la administración a través de la práctica social, permitió demostrar que con la existencia de verdaderos estudios hacia la creación de pequeñas industrias, generando fuentes de trabajo.
- Mediante la aplicación de encuestas a los propietarios de vehículos de la provincia de Loja, se llegó a establecer que el 76,67% afirma que es posible instalar una empresa con las características que pretendemos realizar.
- A través de los resultados obtenidos en la elaboración de los presupuestos tanto de ingresos como de costos se ha determinado la factibilidad de instalar una empresa dedicada a elaborar cobertores para vehículos en la ciudad de Loja.
- La materia prima como son: Yute, tela de hilo, etc., que son la base para elaborar los cobertores, se puede obtener con facilidad y en las cantidades requeridas en el medio.

- La comercialización del producto tendrán buena acogida debido a que en la actualidad el usuario cuenta con estos productos a precios muy elevados.

- El estudio de mercado nos ha permitido determinar la demanda insatisfecha que es de 1.446 juegos de cobertores por año.

- Para fines de implementación del proyecto la inversión no es elevada, por cuanto se trabajará con maquinaria de tipo manual.

RECOMENDACIONES

h RECOMENDACIONES

- Antes de implementar una empresa de cualquier índole que fuera, se deben realizar estudios de factibilidad, especialmente de carácter técnico-financiero que permitan conocer la viabilidad del proyecto en estudio para evitar en lo posterior una serie de problemas que podrían propiciar la quiebra de la empresa.
- Las personas quienes deseen invertir o ejecutar el proyecto deberán basarse en los datos y criterios que constan en él con la finalidad de obtener los resultados a los que han llegado los proponentes.
- Se espera que el proyecto aquí propuesto contribuya a la capacitación del estudiante y empresario, que desee emprender en nuevas técnicas de producción que vayan en beneficio del desarrollo industrial de nuestra zona.
- Que en los trabajos de investigación se destaque la participación de la Universidad, ofreciendo a la sociedad, alternativas de solución a los problemas económicos sociales proyectándose a autogestión de los mismos.

BIBLIOGRAFIA

i. BIBLIOGRAFIA

- CERVO, Alberto, (1995). Metodología de la Investigación Científica, México, Editorial Harl.

- CARRASCO BELINCHON, Julián, (1.984). Organización de Empresas y Administración de Personal, Editorial INDEX, Madrid, España.

- ROJAS SORIANO Raúl, (1995).Guía para realizar proyectos de investigación social” Séptima edición, Impreso en Colombia, 1995.

- FERNANDEZ ESCALANTE, Fernando, (1999). Dirección y organización de Empresas Privadas y Públicas Ediciones Macchi.

- FLIPPO, Edwin, (1978). Principios de Administración de Personal, Traducido del Inglés al castellano por el Instituto de Promoción Organizacional Suizo-Colombiano, editorial Presencia Ltda. Colombia.

- KOTLER, Philip, (1987). La Nueva Competencia, más allá de la teoría, Editorial Norma, Japón.

- PAREDES, Eduardo, La oligarquía y la crisis, tomo 2.

- PLAN DE RIEGO PREDESUR.- 2003 TOMO II.

- VALAREZO R. Loja, 1987. Problemática Actual, pág., 39-40.

ANEXOS

ANEXO Nº 1

ENCUESTA A DEMANDANTES

Distinguido(a) señor(a); de la manera más comedida le solicitamos se digne responder las preguntas que a continuación se detallan, esta información es de vital importancia para elaborar el trabajo de investigación, el mismo que servirá para optar por el título de Ingeniero Comercial.

1. SIRVASE INDICAR SI EL VEHICULO QUE CONDUCE ES PROPIO O USTED ES UNICAMENTE EL CONDUCTOR?

SI () NO ()

2. SI ES PROPIO SIRVASE INDICAR QUE TIPO DE VEHICULO TIENE USTED?

.....

3. PARA PROTEGER EL TAPIZADO ORIGINAL DE LOS ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL, HA COMPRADO COBERTORES?

SI () NO ()

4. ¿EN QUÉ LUGAR HA ADQUIRIDO LOS COBERTORES PARA LOS ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL

5. LOS COBERTORES QUE HA COMPRADO PARA SU AUTOMOVIL
LOS ADQUIRIÓ DE ACUERDO A LAS SIGUIENTES
CONSIDERACIONES?.

.....

6. ¿EN QUÉ MATERIAL HA ADQUIRIDO LOS COBERTORES PARA
LOS ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL YUTI, TELA, FELPA,
DAMASCO?

YUTE () TELA ()

FELPA () DAMASCO ()

7. ¿QUÉ TIEMPO LE DURAN LOS COBERTORES EN LOS
ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL?

UN AÑO () DOS AÑOS ()

MAS DE DOS AÑOS ()

8. ESTA SATISFECHO CON LA CALIDAD Y MODELOS DE LOS
COBERTORES QUE SE VENDEN EN LOS ALMACENES?

SI () NO ()

9. SI SU RESPUESTA ES POSITIVA O NEGATIVA PODRIA
INDICARNOS PORQUE?

10. ¿CUÁL ES EL PRECIO QUE PAGA POR UN JUEGO DE COBERTORES PARA LOS ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL?

.....

11. PREFIERE USTED QUE LE INSTALEN LOS COBERTORES PARA LOS ASIENTOS EN SU AUTOMOVIL O LO HACE USTED MISMO?

SI () NO ()

12. ¿QUÉ TIEMPO SE TARDAN EN INSTALARLE LOS COBERTORES EN LOS ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL?

13. SI SE INSTALA UNA EMPRESA EN LA CIUDAD DE LOJA, QUE CONFECCIONE COBERTORES PARA ASIENTOS DE SU AUTOMOVIL ¿APOYARIA COMPRANDO A ESTA EMPRESA?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nº 2

1. TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBERTORES PARA ASIENTOS DE AUTOMOVILES PARA LA PROVINCIA DE LOJA”

2. PROBLEMA

Actualmente en el país con el avance de la tecnología se ha logrado realizar varios cambios en lo que respecta a la industria, tal es el caso del ensamblaje de vehículos, especialmente de automóviles a precios un poco más alcanzables para la población que requiere de este medio de transporte.

Sin embargo, la aguda recesión económica que viene atravesando el país, ha deprimido las actividades comerciales financieras y productivas, provocando el descontento de la población ante la falta de decisiones oportunas del gobierno para tratar de corregir los desfases económicos producidos por la mala gestión al conducir incorrectamente los destinos

del país. Los gobiernos corruptos, únicamente han ostentado el poder, para beneficio de pequeños grupos reducidos, postrando a la mayoría de la población en la extrema pobreza.

Solamente, la voluntad y decisión de la población realmente trabajadora del país, podrá sacarlo de la actual situación de crisis general en que se encuentra sumergido.

Estos hechos se evidencian aún más en la Provincia de Loja, que ha estado sometida al olvido por los gobiernos de turno, históricamente aislada del desarrollo social, económico y político del resto del país, por un centralismo casi absoluto de los dos polos de desarrollo que se han creado, durante la vida republicana del Ecuador, que son Quito y Guayaquil. Esta situación se ve reflejada en el desigual desarrollo de las diferentes regiones que conforman el Ecuador, de manera particular la provincia de Loja, cuyos habitantes han tenido que emigrar hacia otros países, en busca de mejores condiciones de vida para sus familias, ante la falta de oportunidades de empleo, salud, servicios básicos, educación etc.

El desarrollo industrial, entonces de la provincia es demasiado pobre, al no tener un fomento de los poderes centrales, la falta de inversión, alto

costo del capital, situación geográfica alejada de los polos de desarrollo, bajo nivel de intercambio comercial con el vecino país del sur, etc. Todos estos factores han iniciado para que de una u otra manera, el sector industrial no tenga un desarrollo aceptable.

En este marco, creemos que podemos aportar al desarrollo de la provincia al presentar un proyecto que de implementarse, brindará beneficios, desde el punto de vista socio-económico. En el sondeo inicial para plantear el proyecto, se pudo observar que el parque automotor de la provincia de Loja, aumenta en forma vertiginosa, especialmente los transportes particulares como automóviles, camionetas de pequeño tonelaje, debido a que sus precios han bajado y las personas de clase económica media y alta pueden acceder con relativa facilidad.

Los costos de mantenimiento de su vehículo en sus interiores son onerosos puesto que hacer tapizar de nuevo significa un fuerte gasto para los propietarios.

En la actualidad existen algunas tapicería dedicadas a producir cobertores, pero lo hacen solamente a pedido por tanto no se encuentran industrializado el proceso de producción, teniendo los almacenes que venden protectores de asientos de vehículo que traerlos de Cuenca, Quito

y Guayaquil.

El hecho de traerlos de otra ciudad eleva los costos y por tanto hace falta producirlos en la ciudad de Loja para la venta en la provincia.

Debe considerarse también el hecho de que los cobertores que se venden son para ciertas marcas de vehículos por lo tanto se hace difícil conseguir de inmediato para marcas como Ford, Renault, Datsun, Toyota, etc. Hecho que nos asegura el mercado efectivo para los cobertores que se quiere elaborar.

Como se dijo, las tapicerías existentes son talleres artesanales sin ninguna organización en los campos, legal, administrativo y contable por lo tanto creemos que debe implementarse esta empresa con todos los elementos técnicos que son necesarios para obtener los beneficios al realizar la inversión.

Este proyecto tiene razón de ser porque la mayoría de los propietarios de vehículos tratan de proteger los asientos de su carro de alguna forma, por ello planteamos esta alternativa para la conservación de los vehículos pequeños en su parte interior.

Por otra parte, la comercialización de estos productos para el mercado de la provincia de Loja, se simplificarán puesto que se pondrán a disposición de los usuarios de automóviles de diferentes marcas, evitándose en parte la importancia de estos bienes.

3. OBJETIVO

3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad económica y técnica de implementar una empresa para la producción y comercialización de cobertores de automóviles para la provincia de Loja.

3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Efectuar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda de cobertores para asientos de automóviles para la provincia de Loja.
- Determinar en función de las posibilidades del mercado el tamaño de la empresa y su localización.
- Proponer la ingeniería del proyecto para estudiar el proceso técnico apropiado para producir cobertores para asientos de automóviles.
- Determinar las necesidades de materia prima, mano de obra,

maquinaria y equipos necesarios para implementar el proyecto.

- Estudiar las posibilidades financieras que permitan poner en marcha el proyecto, así como evaluar para verificar su factibilidad, en base a los parámetros económicos financieros.
- Elaborar los manuales técnicos de personal y la organización legal de la empresa de acuerdo a las regulaciones existentes.

4. METODOLOGIA UTILIZADA

Para comprender el problema se necesita recurrir al material bibliográfico que permitirá definir el marco teórico o conceptual del actual servicio que se pretende brindar, así mismo realizar un estudio de mercado para proponer las necesidades, localización e ingeniería del proyecto, para luego efectuar la evaluación financiera y decidir su factibilidad o no, a la vez que se contrataría la hipótesis planteada.

Para recopilar la información se utilizarán las fuentes de datos siguientes:

- Primarias.- Estas fuentes consisten básicamente en investigación de campo por medio de encuestas, observación directa, entrevistas, etc.
- Secundarias internas.- Que se integran con toda la información escrita existente sobre el tema ya sea estadísticas gubernamentales

ajenas a la empresa y estadísticas de la propia empresa, provenientes de la misma empresa.

- Secundarias externas.- Se refiere al diseño de recopilación y tratamiento estadístico de datos. Si se obtiene información por medio de encuestas habrá que diseñar estas de manera distinta a como se procederá en la obtención de información de fuentes secundarias. También constará el procedimiento y análisis de datos que significa que una vez que se cuenta con toda la información necesaria proveniente de cualquier tipo de fuente se procede al procesamiento y análisis. Todo ello conlleva a elaborar un informe una vez procesada la información adecuadamente.

-
Para determinar el tamaño de la muestra se recurrió a una fórmula estadística para calcular el número de encuestas que deben aplicarse, cuyos parámetros de cálculo son:

SIENDO LA FORMULA:

$$n = \frac{(Z)^2 N (p.q)}{E^2 (N-1) + Z^2 (p.q)}$$

Por tanto:

n = Tamaño de la muestra

Z = 95% margen de confiabilidad igual a 1,96 según la tabla tipificada de 0 a Z, relacionada con el margen de seguridad.

N = Universo total 2.071 propietarios de vehículos livianos y cerrados de cilindrada hasta 2000cc.

p = 0,5 Probabilidad de que el evento ocurra

q = 0,5 Probabilidad de que el evento no ocurra.

e = 5% de margen de error.

Para determinar p y q se procedió a realizar un sondeo con 20 propietarios de vehículos de interés que tendría el producto. De las respuestas se determinó que el 50% de los encuestados tienen interés por el producto, razón por la cual se toma los valores para p y q.

Reemplazando los valores en la fórmula:

$$n = \frac{(Z)^2 N (p.q)}{E^2 (N-1) + (Z)^2 (p.q)}$$

$$n = \frac{(1.96). (2.071)[(0,5)(0.5)]}{\dots}$$

$$(0,05)^2(2.071 - 1) + (1.96)^2[(0.5)(05)]$$

$$n = \frac{(3,8416) (2.071) (0,25)}{(0.0025)(2.070) + 0,9604}$$

$$n = \frac{1.988,98}{6,1354}$$

n = 324.

Este tamaño de la muestra, se distribuye de la siguiente manera:

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA EN FUNCIÓN DE LA POBLACIÓN VEHICULAR DE LOS CANTONES EN ESTUDIO

Nº	CANTONES DE LA PROVINCIA DE LOJA	TOTAL DE LA POBLACIÓN DE LOJA	PORCENTAJE	NUMERO DE ENCUESTAS
1	Loja	1.226	0,59	191
2	Macará	268	0,13	42
3	Paltas	195	0,09	29
4	Catamayo	163	0,08	26
5	Calvas	219	0,11	36
TOTAL		2.071		324

ÍNDICE

I. INDICE

Carátula.....	I
Certificación.....	II
Autoría.....	III
Agradecimiento.....	IV
Dedicatoria.....	V
a. TÍTULO.....	7
b. RESUMEN.....	9
c. INTRODUCCIÓN.....	15
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	20
d.1. Proyecto de inversión (Conceptualización)	20
d.1.1. Estudios de un proyecto	21
d.1.2. Capacidad de producción.....	23
d.1.3. La producción en Loja.....	25
d.2. La tapicería.....	26
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	32
e.1. Materiales.....	32
e.2. Métodos.....	32
f. RESULTADOS.....	43
g. DISCUSIÓN.....	70
g.1. Estudio de Mercado.....	70
g.1.1. Análisis de la Demanda.....	70

g.1.1.1. Demanda potencial de cobertores.....	72
g.1.1.2. Determinación de la demanda Efectiva.....	73
g.1.2. Análisis de la oferta.....	74
g.1.3. Demanda insatisfecha.....	77
g.1.4. Plan de comercialización.....	77
g.1.4.1. Producto a fabricarse.....	78
g.1.4.2. Precio.....	79
g.1.4.3. La plaza.....	81
g.1.4.4. La publicidad.....	82
g.2. Estudio Técnico.....	84
g.2.1. Tamaño.....	84
g.2.1.1. Capacidad instalada.....	85
g.2.1.2. Capacidad utilizada.....	86
g.2.2. Localización.....	87
g.2.2.1. Macro localización.....	88
g.2.2.2. Micro localización.....	89
g.2.3. Ingeniería del Proyecto.....	91
g.2.3.1. Patente.....	92
g.2.3.2. Proceso productivo.....	94
g.2.3.3. Requerimiento de equipo.....	99
g.2.3.4. Distribución de planta.....	102
g.3. Estudio financiero.....	104
g.3.1. Inversiones.....	105
g.3.1.1. Activos fijos.....	105
g.3.1.2. Activos diferidos.....	109

g.3.1.3. Activo circulante.....	110
g.3.2. Financiamiento de la inversión.....	113
g.3.2.1. Fuentes internas.....	113
g.3.2.2. Fuentes externas.....	114
g.3.3. Presupuesto de ingresos.....	115
g.3.4. Presupuesto de costos.....	116
g.3.4.1. Costo de fabricar.....	116
g.3.4.2. Gastos administrativos.....	121
g.3.4.3. Gastos de venta.....	126
g.3.4.4. Gastos financieros.....	128
g.3.5. Distribución de costos.....	131
g.3.5.1. Costos fijos.....	131
g.3.5.2. Costos variables.....	131
g.3.6. Punto de equilibrio.....	134
g.3.7. Costo Unitario.....	136
g.3.8. Estado de resultados.....	137
g.3.9. Flujo fondos.....	139
g.3.10. Evaluación Financiera.....	140
g.3.10.1. Valor Actual Neto.....	142
g.3.10.2. Relación Beneficio Costo.....	144
g.3.10.3. Período de recuperación.....	146
g.3.10.4. Tasa Interna de Retorno.....	147
g.3.10.5. Análisis de Sensibilidad.....	149
g.4. Estudio administrativo.....	152
g.4.1. Organización jurídica.....	152

g.4.1.1. Base legal.....	152
g.4.2. Organización administrativa.....	155
g.4.2.1. Administración de personal.....	159
g.4.3. Manual de funciones.....	162
h. CONCLUSIONES.....	174
i. RECOMENDACIONES.....	177
j. BIBLIOGRAFÍA.....	179
k. ANEXOS.....	182
l. ÍNDICE.....	195